

Komisijos sprendimo santrauka**2008 m. gegužės 14 d.****dėl koncentracijos paskelbimo suderinama su bendrąja rinka ir EEE susitarimo veikimu****(Byla COMP/M.4854 — TomTom/Tele Atlas)****(Tekstas autentiškas tik anglų kalba)****(Tekstas svarbus EEE)**

(2008/C 237/12)

2008 m. gegužės 14 d. Komisija priėmė sprendimą susijungimo byloje pagal 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės ir visų pirma pagal to reglamento 8 straipsnio 1 dalį. Nekonfidencialią viso sprendimo versiją bylos originalo kalba ir Komisijos darbo kalbomis galima rasti Konkurencijos generalinio direktorato tinklalapyje adresu:

http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

1. ŠALYS

- (1) *TomTom N.V.*, kurios būstinė yra Amsterdame, Nyderlanduose, yra nešiojamų navigacijos prietaisų (NNP) gamintoja ir navigacijos prietaisuose naudoti skirtos navigacinės programinės įrangos tiekėja.
- (2) *Tele Atlas N.V.*, kurios būstinė yra Hertogenbose, Nyderlanduose, yra viena iš dviejų pagrindinių navigacijai ir kitoms galutinėms paskirtims skirtų skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekėjų (Europoje ir Šiaurės Amerikoje).

2. SANDORIS

- (3) 2007 m. spalio 22 d. pagal Susijungimų reglamento 4 straipsnį Komisija gavo oficialų pranešimą, pagal kurį *TomTom* viešojo konkurso būdu įgyja, kaip apibrėžta Susijungimų reglamento 3 straipsnio 1 dalies b punkte, visos įmonės *Tele Atlas* kontrolę.

3. BYLOS PERDAVIMAS PAGAL 4 STRAIPSNIO 5 DALĮ

- (4) Siūlomos koncentracijos šalys neatitinka nė vienos iš Susijungimų reglamento 1 straipsnio 2 ir 3 dalyse nustatytų ribų. Siūlomą sandorį būtų reikėję privalomai tikrinti pagal nacionalinės susijungimų kontrolės teisės aktus keturiose valstybėse narėse – Vokietijoje, Nyderlanduose, Ispanijoje ir Portugalijoje.
- (5) 2007 m. rugpjūčio 24 d. Komisija gavo argumentuotą *TomTom* pareiškimą, kuriame įmonė paprašė perduoti bylą Komisijai pagal Susijungimų reglamento 4 straipsnio 5 dalį. Nė viena valstybė narė neprieštaravo siūlomą sandorį perduoti Komisijai. Taigi manoma, kad siūlomas sandoris yra Bendrijos masto, ir Komisija jį išnagrinėjo.

4. ATITINKAMOS RINKOS**4.1. Gamintojų rinka – navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės**

Atitinkamos produkto rinkos apibrėžtis

- (6) Skaitmeninių žemėlapių duomenų bazė – tai skaitmeninių duomenų rinkinys, kurį paprastai sudaro: i) geografinė informacija apie kiekvieno žemėlapijo objekto padėtį ir formą, ii) informacija apie papildomas žemėlapijo ypatybes (pvz., gatvių pavadinimai, adresai, važiavimo kryptys, posūkių apribojimai ir greičio ribos) ir iii) ekrane rodoma informacija. Be pagrindinės duomenų bazės, skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekėjai paprastai teikia kelis papildomos informacijos lygmenis.
- (7) Skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės parduodamos navigacijos prietaisų gamintojams, navigacinės programinės įrangos gamintojams ir nenavigacinio pobūdžio taikomųjų programų (pvz., interneto žemėlapių) tiekėjams. Skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės naudojamos įvairioms paskirtims, iš kurių svarbiausios – adreso nustatymas, maršruto planavimas ir navigacija.
- (8) Komisija mano, kad būtų netinkama apibrėžti atskiras skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių produkto rinkas pagal duomenų pristatymo klientams formatą arba pagal navigacijos prietaiso, kuriame jos naudojamos, rūšį.
- (9) Komisija apsvairstė, ar navigacijos tikslams ir kitokiems nei navigacija tikslams skirtos skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės sudaro atskiras atitinkamas produkto rinkas, ar ne. Atsižvelgusi į paklausos ir pasiūlos pakeičiamumo stoką, Komisija padarė išvadą, kad navigacijos ir kitokiems nei navigacija paskirtims skirtos skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės sudaro atskiras produkto rinkas.

(10) Galiausiai Komisija apsvairstė, ar valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių teikimo rinka turėtų būti papildomai suskirstyta pagal geografinę parduodamų duomenų bazių aprėptį⁽¹⁾. Vertinant pagal paklausą, įvairios geografinės aprėpties valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių pakeičiamumas yra ribotas. Įvairios geografinės aprėpties valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių pasiūlos pakeičiamumo laipsnis taip pat ribotas – dėl išteklių ir laiko, reikalingo naujai valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazei sukurti. Todėl Komisija nusprendė, kad atskiros atitinkamos produkto rinkos turėtų būti apibrėžtos pagal geografinę kiekvienos valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės aprėptį. Atitinkamos produkto rinkos nebuvo tiksliai apibrėžtos (t. y. ar atskiros šalies arba regioninės licencijos sudaro atskirą produkto rinką, ar ne), nes tai neturėjo įtakos Komisijos atliekamam siūlomo sandorio įvertinimui.

Atitinkamos geografinės rinkos apibrėžtis

(11) *Tele Atlas* teikia savo produktus iš Nyderlandų kitose EEE ir pasaulio dalyse esantiems prietaisų gamintojams ir programinės įrangos tiekėjams. NAVTEQ teikia savo duomenų bazes iš JAV į EEE ir kitas pasaulio dalis. Dideli prietaisų gamintojai ir programinės įrangos kūrėjai yra įsikūrę ES, JAV, Japonijoje ir Pietų Korėjoje. Tokio pobūdžio skaitmeninių duomenų importui ir eksportui netaikoma jokių kvotų, tarifų ar kitų prekybos kliūčių. Valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių pardavimo arba platinimo EEE ir kitose pasaulio dalyse būdai iš esmės nesiskiria. Komisija padarė išvadą, kad atitinkama valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių teikimo geografinė rinka yra pasaulinio masto.

4.2. Tarpinė rinka – navigacinė programinė įranga

Atitinkamos produkto rinkos apibrėžtis

(12) Navigacinė programinė įranga sujungia geografinės padėties nustatymą pasitelkiant GPS imtuvą ir valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazėje saugomus duomenis navigacijos funkcionalumui užtikrinti. Naudojant navigacinę programinę įrangą, apskaičiuojami maršrutai ir realiu laiku teikiamos „posūkis po posūkio“ instrukcijos. Navigacinė programinė įranga parduodama arba kaip atskiras produktas, arba susieta su žemėlapių duomenų baze. Navigacinė programinė įranga yra trijų pagrindinių rūšių: transporto priemonių sistemos, išorinės sistemos ir mišriosios sistemos. Į klausimą, ar atskiros atitinkamos produkto rinkos turėtų būti apibrėžtos pagal navigacinės programinės įrangos rūšį, nebuvo atsakyta, nes *TomTom* teikia tik transporto priemonių sistemas.

⁽¹⁾ Atkreipkite dėmesį, kad šiuo atveju geografinė valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių aprėptis – tai produkto savybė, tiesiogiai susijusi su atitinkamos produkto rinkos apibrėžimu. Geografinė duomenų bazės aprėptis neturi būti painiojama su geografinės rinkos aprėptimi, kuri atskirai aptariama toliau (skirsnyje apie atitinkamos geografinės rinkos apibrėžtį).

(13) Komisija mano, kad būtų netinkama apibrėžti atskiras produkto rinkas pagal duomenų bazių formatus, naudojamus sujungti duomenis su navigacine programine įranga arba pagal navigacijos prietaiso, kuriame įtaisyta navigacinė programinė įranga, rūšį.

Atitinkamos geografinės rinkos apibrėžtis

(14) Navigacinė programinė įranga kuriama ir platinama visame pasaulyje ir licencijuojama klientams jų buvimo vietoje. Nėra jokių technologinių skirtumų, prekybos ar teisinių kliūčių, kuriomis būtų galima pateisinti mažesnę geografinės rinkos mastą. Todėl Komisija padarė išvadą, kad atitinkama navigacinės programinės įrangos teikimo geografinė rinka yra pasaulinio masto.

4.3. Vartotojų rinka – NNP

Atitinkamos produkto rinkos apibrėžtis

(15) Šiuo metu galima nustatyti keturias pagrindines navigacijos prietaisų rūšis: i) nešiojami navigacijos prietaisai (NNP), ii) asmeniniai skaitmeniniai pagalbikliai (angl. PDA), iii) navigacijos funkciją turintys mobilieji telefonai ir iv) prietaisų skyde įtaisomi navigacijos prietaisai.

(16) Komisijos rinkos tyrimas parodė, kad NNP skiriasi nuo kitų rūšių navigacijos prietaisų keletu aspektų. Visų pirma NNP – tai navigacijos prietaisas, o navigacijos funkciją turintis mobilusis telefonas paprastai turi platų funkcijų spektrą. Funkcionalumo skirtumus rodo kainos. Komisija laikosi nuomonės, kad NNP ir navigacijos funkciją turintys mobilieji telefonai sudaro atskiras atitinkamas produkto rinkas. Dėl panašių priežasčių, t. y. skirtingo funkcionalumo, skirtingų kainų ir skirtingo pritaikymo naudoti automobiliuose laipsnio, Komisija mano, kad NNP ir PDA sudaro atskiras produkto rinkas. NNP parduodami kaip įprastos vartojimo elektronikos prekės mažmeninės prekybos vietose, o prietaisų skyde įtaisomos sistemos iš anksto įtaisomos gaminauose naujuose automobiliuose. Prietaisų skyde įtaisomi prietaisai turi daugiau savybių, didesnę ekraną ir gali būti jungiami su automobilio saugos sistemomis. Šiuos skirtumus rodo kainos. NNP ir prietaisų skyde įtaisomų prietaisų tiekėjai didžiąja dalimi yra skirtingi, nors keletas prietaisų skyde įtaisomų prietaisų tiekėjų bandė patekti į NNP rinką. Dėl šių priežasčių Komisija mano, kad NNP ir prietaisų skyde įtaisomi prietaisai sudaro atskiras atitinkamas produkto rinkas.

(17) Šiame sprendime atitinkama produkto rinka vartotojų lygmeniu yra NNP tiekimo rinka.

Atitinkamos geografinės rinkos apibrėžtis

- (18) Įvairiose EEE šalyse naudojamiems NNP valdyti reikalinga iš esmės tokia pati techninė ir programinė įranga. Didžiausi NNP tiekėjai veikia ir varžosi dėl klientų visoje EEE. Dauguma prekių ženklų parduodama visoje EEE, o santykinis pagrindinių rinkos dalyvių padėties stiprumas maždaug panašus daugumoje nacionalinių rinkų. Taip pat yra didelio pasiūlos pakeičiamumo galimybių. Tuo remdamasi Komisija padarė išvadą, kad geografinė rinka apima bent Europos ekonominę erdvę.

5. RINKOS SĄLYGOS

5.1. Valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės

Rinkos dalys

- (19) Du pagrindiniai valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių, kurios apima EEE šalis, tiekėjai – *Tele Atlas* ir *NAVTEQ*. Taigi EEE šalis apimančių valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekimo rinka (-os) gali būti laikoma (-os) duopolija. Atsižvelgiant į produkto rinkos apibrėžtį, *Tele Atlas* rinkos dalis sudaro [40 %–60 %], o *NAVTEQ* – [40 %–60 %].

Patekimas į rinką

- (20) Nėra jokių požymių, kad kuris nors iš ne EEE veikiančių dabartinių valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekėjų planuotų žengti į EEE šalis aprėpiančių duomenų bazių rinkas. JAV įmonės *Facet* žengimas į rinką nėra užtikrintas ir bet kuriuo atveju nebūtų pakankamai spartus, kad suvaržytų dabartinių tiekėjų elgseną. Interneto žemėlapių taikomąsias programas siūlančių įmonių patekimas į rinką per plyno lauko investicijas taip pat turi būti laikomas mažai tikėtiniu. Išskyrus AND, kurios produktai akivaizdžiai prastesni nei *Tele Atlas* ir *NAVTEQ*, atlikus rinkos tyrimą nenustatyta jokių požymių, kad kuris nors iš gamintojų, šiuo metu gaminančių Europą aprėpiančias navigacijas nepritaikytų skaitmeninių žemėlapių duomenų bazes, ketintų atnaujinti savo duomenų bazes, kad jas pritaikytų navigacijai. Net jei jie turėtų ketinimų patekti į rinką, dėl didelio laiko tarpo, kurio reikia naujai EEE apimančiai valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazei sukurti, bet koks galimas būsimas dalyvis negalėtų patekti į rinką tinkamu laiku, kad trumpalaikėje arba vidutinės trukmės perspektyvoje suvaržytų konkurencinę esamų dalyvių elgseną.

- (21) Nors negalima atmesti riboto patekimo į rinką galimybės, Komisija padarė išvadą, kad patekimas į EEE aprėpiančių valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekimo rinkas nebūtų pakankamai spartus (t. y. pakankamai greitas ir pastovus) ar pakankamas (pagal mastą ir dydį), kad užkirstų kelią arba panaikintų bet kokią galimą nekonkurencinį susijungimo poveikį.

5.2. Navigacinė programinė įranga

- (22) *Tele Atlas* neveikia navigacinės programinės įrangos tiekimo rinkoje. Trečiosioms šalims teikiama tik nedidelė *TomTom* gaminamos navigacinės programinės įrangos dalis. Prekybos navigacine programine įranga rinkoje didžiausi tiekėjai yra *Navigon*, kurios apytikrė rinkos dalis sudaro 25 %, *Navn'Go*, turinti 18 % rinkos, ir *Destinator*, apimanti 15 % rinkos. *TomTom* rinkos dalis sudaro apytikriai 6 %.
- (23) Komisijai atlikus rinkos tyrimą nustatyta, kad kliūtys patekti į rinką yra įveikiamos. Didžioji dauguma Komisijos rinkos tyrime dalyvavusių NNP gamintojų atsakė jau galintys arba galėsiantys savo jėgomis sukurti savo navigacinę programinę įrangą.

5.3. NNP

Rinkos dalys

EEE rinkos dalys pagal apimtį (vienetais)		
	Visi nešiojamieji galutinio vartojimo produktai	NNP
TomTom	[30-40]	[30-50]
Mio Tech & Navman	[10-20]	[10-20]
Garmin	[10-20]	[10-20]
MEDION	[0-10]	[0-10]
MyGuide	[0-5]	[0-5]

7 lentelė

EEE rinkos dalys pagal vertę (apyvartą) 2006 m.

EEE rinkos dalys pagal vertę		
	Visi nešiojamieji galutinio vartojimo produktai	NNP
TomTom	[30-50]	[30-50]
Mio Tech & Navman	[10-20]	[10-20]
Garmin	[10-20]	[10-20]
MEDION	[0-5]	[0-5]
MyGuide	[0-5]	[0-5]

Patekimas į rinką

- (24) Labai daug įmonių, kurios pateko į rinką per ankstesnius ketverius metus, pažymi, kad kliūtys patekti į rinką nėra didelės. Tačiau didžiajai daugumai naujų rinkos dalyvių, įskaitant dideles įmones, turinčias daug lėšų ir stiprius registruotus prekių pavadinimus, pavyko pelnyti tik nedidelės rinkos dalis ir jie tebėra smulkūs nišiniai dalyviai.

6. ĮVERTINIMAS

6.1. Konkurencijos ribojimas NNP ir navigacinės programinės įrangos tiekimo rinkose

(25) Konkurencijos ribojimo gamintojų rinkoje analizė buvo atlikta pagal Nehorizontalių susijungimų gaires.

Gebėjimas riboti konkurenciją rinkoje

(26) Atsižvelgusi į tai, kad *Tele Atlas* rinkos dalis yra didesnė nei [40–60] %, ir į tai, kad nėra atsakomųjų strategijų, kaip išsamiai apibūdinta toliau, Komisija padarė išvadą, kad susijungęs subjektas turi didelę įtaką gamintojų rinkoje, o tai pagal Nehorizontalių susijungimų gaires yra išankstinė sąlyga gebėjimui trukdyti konkurentams.

(27) Nors skaitmeninių žemėlapių duomenų bazėms tenka palyginti ribota NNP kainos dalis, jos yra lemiamą sudedamąjį dalį, be kurios NNP neatitiktų savo paskirties.

(28) Komisija įvertino, ar yra veiksmingų atsakomųjų strategijų, kuriomis konkuruojančios įmonės galėtų laiku pasinaudoti NNP rinkoje.

(29) Po susijungimo NAVTEQ vis vien konkuruos su *Tele Atlas*, todėl *Tele Atlas* galimybės apriboti rinką savo konkurentams bus gana menkos. Tačiau atrodo tikėtina, kad geriausias NAVTEQ atsakas į *Tele Atlas* kainų didinimą taip pat būtų didinti kainas, o tai potencialiai galėtų sustiprinti susijungusio subjekto konkurencijos ribojimo strategijos poveikį vartotojų rinkoje.

(30) Nepanašu, kad naujas rinkos dalyvis galėtų laiku užtikrinti veiksmingą atsakomąją strategiją, kuri suvaržytų susijungusio subjekto gebėjimą trukdyti savo konkurentams vartotojų rinkoje. Kaip nustatyta pirmiau, Komisija nemano, jog yra tikėtina, kad naujas žemėlapių duomenų bazių tiekėjas sukurtų valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazę, kurios aprėpties lygis ir kokybė būtų tokia pati, kaip ir *Tele Atlas* ar NAVTEQ, ir laiku užtikrintų suvaržymą susijungusiam subjektui.

(31) Kitą apribojimą *Tele Atlas* gebėjimui didinti kainas arba prastinti kokybę galėtų užtikrinti tarpininkai, turintys *Tele Atlas* arba NAVTEQ licenciją tiekti žemėlapių duomenų bazę kartu su savo navigacine programine įranga. Tokie tarpininkai užtikrina veiksmingą suvaržymą, tik jeigu patys yra apsaugoti nuo kainų didinimo ar kokybės prastėjimo.

(32) *Tele Atlas* galimybes trukdyti konkurentams vartotojų rinkoje riboja ilgalaikė sutartis, kurią *Garmin* sudarė su NAVTEQ ir kuri apsaugo *Garmin* bent iki [...]. *Garmin* tenka mažiau nei [10–20 %] NNP rinkos, todėl net ir atsižvelgiant į *Garmin* apsaugą susijungusio subjekto galimybės riboti konkurenciją rinkoje vis tiek darys poveikį daugiau kaip dviem trečdaliams *TomTom* konkurentų vartotojų rinkoje pardavimų. Atsižvelgus į tai, kad [navigacijos prie-

taisų gamintojas] ir [navigacinės programinės įrangos tiekėjas] taip pat iš dalies apsaugoti, konkurencijos rinkoje ribojimo strategija galėtų veikti apytikriai pusę rinkos.

(33) Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta pirmiau, Komisija padarė išvadą, kad susijungęs subjektas tikriausiai galės didinti kainas ar prastinti kokybę arba vilkinti prieigą kai kuriems su *TomTom* konkuruojantiems NNP gamintojams ir navigacinės programinės įrangos tiekėjams.

Paskata riboti konkurenciją rinkoje

(34) Po susijungimo *TomTom* ir *Tele Atlas* atsižvelgs į tai, kaip žemėlapių duomenų bazių pardavimas *TomTom* konkurentams paveiks subjekto pelną tiek gamintojų, tiek vartotojų rinkoje. Susijungusiam subjektui teks siekti subalansuoti gamintojų rinkoje prarastą pelną ir pelną, kuris buvo gautas vartotojų rinkoje padidinus konkurentų sąnaudas.

(35) Dėl toliau apibūdintų priežasčių *Tele Atlas* tikriausiai prarastų nemažą pardavimų dalį, kuri atitektų NAVTEQ, jeigu padidintų kainas gamintojų rinkoje arba suprastintų žemėlapių duomenų bazių kokybę, arba vilkintų prieigą prie atnaujintų versijų, o nauda iš žemėlapių duomenų bazių kainų didinimo *TomTom* konkurentams tikriausiai būtų gana ribota.

(36) Pirma, žemėlapių duomenų bazėms vidutiniškai tenka mažiau kaip 10 % didmeninės NNP kainos, todėl žemėlapių duomenų bazių kainos turėtų gerokai padidėti, kad darytų poveikį NNP rinkos kainoms vartotojų rinkoje ir leistų susijungusiam subjektui užvaldyti didelę pardavimo vartotojų rinkoje dalį. Antra, panašu, kad bent kai kurie NNP tiekėjai nebūtų linkę atitinkamai didinti NNP kainą, jeigu padidėtų žemėlapių duomenų bazių kainos, o tai dar sumažintų bet kokį poveikį NNP kainoms. Trečia, *Garmin* apsauga nuo konkurencijos ribojimo, kurią užtikrina ilgalaikė įmonės sutartis su NAVTEQ, apribos pelną, kurį *TomTom* galėtų gauti vartotojų rinkoje, jeigu taikytų konkurencijos ribojimo tiekimo rinkoje strategiją. Ketvirta, išlaidos tiekėjui gamintojų rinkoje pakeisti yra atlaikomos. Todėl *Tele Atlas* prarastų didelę pardavimų dalį, kuri atitektų NAVTEQ, jeigu padidintų žemėlapių duomenų bazių kainas, suprastintų jų kokybę arba vilkintų prieigą prie atnaujintų versijų. Galiausiai kokybės suprastėjimas taikomas tik *Tele Atlas* klientams, nes NAVTEQ tikriausiai tebetiektų geros kokybės žemėlapių duomenų bazes visiems NNP gamintojams jų nediskriminuodama. Taip pat svarbu pažymėti, kad prastinti žemėlapių duomenų bazių kokybę susijungusiam subjektui būtų mažiau pelninga negu didinti kainas, nes, priešingai negu kainų didinimas, kokybės prastinimas neužtikrina didesnės žemėlapių duomenų bazių, kuriomis *Tele Atlas* tebeprekiaus gamintojų rinkoje, pelno maržos.

- (37) Siekdama įvertinti gamintojų ir vartotojų rinkų sąveiką, Komisija atliko ekonometrinį kainų elastingumo vartotojų rinkoje apskaičiavimą, kad įvertintų pardavimo dalį, kurią susijungęs subjektas galėtų užvaldyti, jeigu vartotojų rinkoje padidintų žemėlapių duomenų bazių kainas *TomTom* konkurentams.
- (38) Komisija pirmiausia įvertino visiško konkurencijos ribojimo tiekimo rinkoje strategijos tikimybę. Jeigu susijungęs subjektas liautųsi prekiaavęs žemėlapių duomenų bazėmis, jis prarastų visą savo pelną iš žemėlapių duomenų bazių, bet atgautų tik pelną iš pardavimo dalies, kurią gali užvaldyti vartotojų rinkoje. Siekdama, kad visiško konkurencijos ribojimo strategija būtų pelninga *Tele Atlas*, įmonė turėtų atgauti pakankamai pelno vartotojų rinkoje, kad bent kompensuotų prarastą pelną iš žemėlapių duomenų bazių. Kadangi žemėlapių duomenų bazių kainos sudaro gana nedidelę NNP kainos dalį ir atsižvelgus į elastingumo įverčius, Komisijos analizė parodė, jog NAVTEQ reikėtų padidinti kainas labai didele suma, kad konkurencijos ribojimo tiekimo rinkoje strategija būtų pelninga susijungusiam subjektui. Iš esmės Komisija apskaičiavo, kad visiško konkurencijos ribojimo tiekimo rinkoje strategija būtų pelninga *Tele Atlas*, jeigu NAVTEQ padidintų kainas keliais šimtais procentų.
- (39) Komisija taip pat išnagrino dalinio konkurencijos ribojimo tiekimo rinkoje strategijos tikimybę. Komisija padarė išvadą, kad padidinęs žemėlapių duomenų bazių kainas *TomTom* konkurentams, susijungęs subjektas užvaldytų tik gana ribotą pardavimo vartotojų rinkoje dalį, o tai reiškia, kad paskata trukdyti konkurentams būtų ribota. Vėlesnėje Komisijos jautrumo analizėje patvirtinta išvada, kad bet koks didelis kainų padidinimas būtų nepelningas susijungusiam subjektui. Šio paprasto pelno tyrimo rezultatai rodo, jog bet koks kainų padidinimas, kurio poveikis vartotojų rinkai nebūtų nereikšmingas, nebūtų pelningas susijungusiam subjektui, nes pelno vartotojų rinkoje nepakaktų nuostoliams gamintojų rinkoje kompensuoti.
- (40) Komisija priėjo išvadą, kad susijungęs subjektas neturės jokių paskatų didinti kainas taip, kad NNP vartotojų rinkoje atsirastų antikonkurencinių padarinių. Konkurencijos ribojimo strategija navigacinės programinės įrangos tiekimo rinkoje atrodo dar mažiau tikėtina, visų pirma atsižvelgiant į labiau ribotą *TomTom* veiklą šioje rinkoje ir mažesnę pelną, kuris galėtų būti gautas programinės įrangos rinkoje.

Poveikis vartotojų rinkoje

- (41) Kiekybiniai veiksniai, pagrindžiantys paskatos imtis dalinio konkurencijos ribojimo stoką, taip pat užtikrina ir padarinių stoką. Pavyzdžiui, nedidelė žemėlapių duomenų bazei tenkanti NNP kainos dalis, riboto gamybos išlaidų didėjimo kompensavimo didinant produktų kainas įrodymai, ribotos išlaidos tiekėjui gamintojų rinkoje pakeisti ir konkurencija su NAVTEQ taip pat turi tendenciją riboti kainų didinimą,

kurį *Tele Atlas* galėtų taikyti *TomTom* konkurentams. Tai, kad ilgalaikė sutartis su NAVTEQ saugo *Garmin* nuo kainų padidėjimo, papildomai silpnina galimą konkurencijos ribojimo poveikį. Taigi Komisija padarė išvadą, kad siūlomas sandoris nesukels jokios antikonkurencinės žalos vartotojų rinkoje.

- (42) Bendram sandorio poveikiui taip pat turės įtakos tikėtinas veiksmingumas, kuris atsiras įgyvendinus susijungimą. Komisija įvertino bendrą dvigubos marginalizacijos pašalinimo sukūrus integruotą įmonę, taip pat kito veiksmingumo, kaip antai greitesnė geresnių žemėlapių gamyba naudojant *TomTom* sekimo ir grįžtamojo ryšio duomenis, poveikį. Šis veiksmingumas patvirtino Komisijos išvadą, kad siūlomas sandoris nesukels jokios antikonkurencinės žalos.

6.2. Susijungusio subjekto prieiga prie konfidencialios informacijos NNP rinkoje

- (43) Trečiųjų šalių išreikštas susirūpinimas dėl konfidencialumo pagrįstas prielaida, kad *Tele Atlas* klientai turi dalytis informacija apie savo būsimus konkurencinius veiksmus su savo žemėlapių tiekėju. Pagal galiojančias sutartis klientai neįpareigoti perduoti *Tele Atlas* tokią informaciją apie būsimą elgseną. Tačiau klientai savanoriškai perdavė informaciją apie savo apytikrius būsimus pardavimus, produktų programas ir naujas funkcijas, įtrauktas į naujausias jų prietaisų versijas.
- (44) Šalys pateikė įtikinamų įrodymų, rodančių, kad tokie mainai yra riboti, o įgyvendinus susijungimą jie galėtų būti net sumažinti nekenkiant *Tele Atlas* klientams, jeigu jie būtų susirūpinę dėl paskirties, kuriai susijungęs subjektas galėtų panaudoti pateiktą informaciją.
- (45) Rinkos tyrimas parodė, kad klientai gali išvengti pardavimo prognozių aptarimo su *Tele Atlas*. Naujieji klientai gali sutikti su būtiniausio pirkimo reikalavimu ir taip išvengti jautrios informacijos apie būsimą pardavimą atskleidimo.
- (46) Informacija apie papildomas funkcijas, kurios bus įtrauktos į būsimus produktus, neturi būti perduodama *TomTom*. Pirma, papildomos informacijos lygmenis teikia daug mažesnių įmonių. Taigi alternatyvūs tiekėjai gali būti geras papildomų funkcijų šaltinis dėl konfidencialumo susirūpinusioms įmonėms. Antra, klientai kartais gali kreiptis į žemėlapių duomenų bazių tiekėjus, kad paragintų juos investuoti į naują funkciją ar išplėstų savo žemėlapių duomenų bazių aprėptį. Tačiau *Tele Atlas* savo sprendimų dėl investicijų atskirų įmonių prašymais negrindžia. Sprendimas investuoti į naujas funkcijas arba geografinę aprėptį priimamas pasikonsultavus su didžiausiais klientais, o tai reiškia, kad didžioji dalis su nauju turiniu susijusių naujų idėjų prieš priimant sprendimus dėl investicijų perduodama kitiems klientams (įskaitant *TomTom*). Sukūrus naują funkciją, ji tuo pačiu metu siūloma visiems *Tele Atlas* klientams.

- (47) Konfidenciali informacija, kuria per technines konsultacijas buvo pasidalyta su *Tele Atlas*, gali būti perduota *TomTom*. Tačiau kalbant apie papildomų informacijos lygmenų įtraukimą, *Tele Atlas* teikia savo klientams visas šiam tikslui reikalingas technines specifikacijas. Techninių problemų, kurias gali išspręsti tik *Tele Atlas*, pasitaiko itin retai.
- (48) Įgyvendinus susijungimą, *Tele Atlas* vis vien turės paskatų neleisti savo dabartiniams klientams išeisti įmonės į NAVTEQ dėl konfidencialumo problemų, nes papildomas pelnas vartotojų rinkoje nebūtų pakankamas, kad kompensuotų kliento praradimą, net jei NAVTEQ gerokai padidintų savo kainas. Be to, dėl konfidencialumo problemų gali nukentėti *Tele Atlas* reputacija, o tai galėtų pakenkti susijungusios įmonės žemėlapių duomenų bazių verslui. Nesant paskatų šalims imtis riboti konkurenciją tiekimo rinkoje, tikėtina, kad šalis reaguos į galimą susirūpinimą dėl konfidencialumo, pvz., pasiūlys klientams sąlygas, dėl kurių šalių iškeitimas į NAVTEQ būtų nepatrauklus.
- (49) Atsižvelgusi į tai, kas išdėstyta pirmiau, Komisija nusprendė, jog nėra tikėtina, kad siūlomas sandoris gerokai trukdytų veiksmingai konkurencijai dėl konfidencialumo problemų.

6.3. Koordinuoti padariniai

- (50) Šiuo metu nėra jokių požymių, kad *Tele Atlas* ir NAVTEQ koordinuotų veiksmus. Priešingai, rinkos tyrimo rezultatai

parodė, kad prieš susijungimą *Tele Atlas* ir NAVTEQ konkuruavo tiek kainų, tiek ne kainų atžvilgiu. Veiksmingas koordinavimas valdomų navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių rinkoje neatrodo tikėtinas. Koordinuoti kainas būtų sudėtinga, nes žemėlapių duomenų bazių kainos nėra skaidrios; paskirstyti klientus NNP rinkoje būtų sudėtinga, nes NNP gamintojų santykinis dydis yra visiškai nestabilus, o nuo 2004 m. į šią rinką įžengė daug naujų įmonių. Atsižvelgiant į dabartines rinkos charakteristikas, taip pat neatrodo tikėtina, kad galėtų būti nustatyti veiksmingi stebėsenos ir atgrasinimo mechanizmai. Galiausiai nėra aiškių įrodymų, kad vertikali *TomTom* ir *Tele Atlas* integracija padidintų žemėlapių duomenų bazių gamintojų veiksmų koordinavimo mastą.

- (51) Taigi Komisija padarė išvadą, kad siūlomas sandoris vargu ar turėtų antikonkurencinių padarinių dėl veiksmų koordinavimo.

7. IŠVADA

- (52) Komisija padarė išvadą, kad siūloma koncentracija nesukels jokių konkurencijos problemų, kurios labai pakenktų veiksmingai konkurencijai bendroje rinkoje arba didelėje jos dalyje. Todėl Komisija skelbia koncentraciją suderinama su bendrąja rinka ir EEE susitarimu pagal Susijungimų reglamento 8 straipsnio 1 dalį ir EEE susitarimo 57 straipsnį.