

KOMISIJA

KOMISIJAS LĒMUMS

(2007. gada 21. augusts),

ar ko koncentrāciju atzīst par saderīgu ar kopējo tirgu un EEZ līguma darbību

(Lieta COMP/M.4523 – *Travelport/Worldspan*)

(izziņots ar dokumenta numuru K(2007) 3938)

(Autentisks ir tikai teksts angļu valodā)

(Dokuments attiecas uz EEZ)

(2007/781/EK)

Saskaņā ar Padomes 2004. gada 20. janvāra Regulu (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju ⁽¹⁾ un jo īpaši tās 8. panta 2. punktu Komisija 2007. gada 21. augustā pieņēma lēmumu apvienošanās lietā. Lēmuma versija, no kuras izņemta konfidenciāla informācija, lietas autentiskā valodā un Komisijas darba valodās atrodama Konkurences ģenerāldirektorāta tīmekļa vietnē šādā adresē: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

I. KOPSAVILKUMS

- (1) *Travelport LLC*, *Blackstone Group* ("Blackstone", ASV) meitasuzņēmums, izmanto *Galileo* – globālās izplatīšanas sistēmu ("GDS") – un *Gulliver's Travel Associates*. Turklāt *Travelport* izmanto vairākas tiešsaistes ceļojumu aģentūras un tīmekļa vietnes, tostarp *ebookers*, *Orbitz*, *Cheaptickets*, *Octopus Travel*, *HotelClub* un *RatesToGo*.
- (2) *Worldspan Technologies Inc.* ("Worldspan") sniedz ceļojumu izplatīšanas pakalpojumus, izmantojot *Worldspan GDS*. Uzņēmuma galvenā darbības joma ir GDS pakalpojumu sniegšana tiešsaistes un pēdējā laikā arī tradicionālajām ceļojumu aģentūrām galvenokārt izklaides nozarē. Turklāt *Worldspan* sniedz IT pakalpojumus aviokompānijām (piem., iekšējās biļešu rezervēšanas sistēmas un lidojumu apkalpošanas tehnoloģu pakalpojumus).
- (3) Atbilstoši procedūrai, kas pamatojas uz iesniegumu saskaņā ar Padomes Regulas (EK) Nr. 139/2004 ("Apvienošanās regula") 4. panta 5. punktu, uzņēmums *Travelport*, iegādājoties akcijas, Apvienošanās regulas 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta nozīmē iegūst pilnu kontroli pār uzņēmumu *Worldspan*.
- (4) Komisijas veiktā tirgus izpētē ir atklāts, ka ierosinātā koncentrācija neradīs bažas attiecībā uz konkurenci, ka tās rezultātā varētu būt ievērojami kavēta efektīva konkurence kopējā tirgū vai būtiskā tā daļā.

II. PASKAIDROJUMA RAKSTS

II.1. Attiecīgā produktu tirgus un iespējamā alternatīvā tirgus definīcija

- (5) Iepriekšējās lietās Komisija ir definējusi GDS kā līdzekli, kas paredzēts ceļojumu aģentūrām ("CA"), lai ļautu tām iegūt informāciju un rezervēt pakalpojumus, ko piedāvā ceļojumu pakalpojumu sniedzēji ("CPS"), piemēram, aviokompānijas, viesnīcas, automobiļu nomas uzņēmumi, kuri savukārt piegādā GDS informāciju par saviem sniegtajiem pakalpojumiem.
- (6) Produktu tirgus, kuru ietekmē šis darījums, lēmumā noteikts kā ceļojumu pakalpojumu elektroniskas izplatīšanas tirgus, izmantojot GDS. Šis tirgus ir divējāds – ar divām savrupām patērētāju kategorijām. GDS piegādātāji darbojas kā starpnieki, kas, no vienas puses, ļauj CPS (GDS piegādātāju augšupējais tirgus) izplatīt ceļojumu pakalpojuma saturu CA un tādējādi arī galapatērētājiem un, no otras puses, ļauj CA (GDS piegādātāju lejupējais tirgus) piekļūt ceļojumu pakalpojumu saturam un rezervēt to galapatērētājiem. Padziļināta izpēte apstiprināja šo produktu tirgus raksturojumu.
- (7) Komisija izvērtēja, vai – kā to apgalvoja paziņotāja puse – attiecīgo produktu tirgu veido ne tikai paši GDS piegādātāji, bet arī alternatīvas tehnoloģijas, ar kuru palīdzību GDS piegādātājus var apiet, izvairoties no to izmantošanas. Šīs alternatīvas ir: i) metameklētājprogrammas, ii) tiešās saiknes, iii) tā sauktie "GDS jaunpienācēji" un iv) pakalpojumu piegādes tīmekļa vietnes jeb tā sauktie "supplier.coms".

⁽¹⁾ OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp.

- (8) Pirmo trīs alternatīvu iekļaušana attiecīgajā produktu tirgū lēmumā ir izslēgta, jo padziļinātā izpēte skaidri parādīja, ka tie nav reāli GDS aizstājēji vai arī to klātbūtne un/vai ietekme EEZ ir ļoti ierobežota. Lai noteiktu, vai pakalpojumi, kurus sniedz "supplier.coms", aizvieto GDS pakalpojumus un tādējādi ir tā paša produktu tirgus daļa, tika veikts kompleks vērtējums, aptverot abas tirgus daļas.
- (9) Augšupējā tirgus daļā tīmekļa vietnes "supplier.coms" ļauj CPS būtiski samazināt izplatīšanas vidējās un robežizmaksas, jo tie ietaupa maksu par pakalpojumu realizāciju, ko pieprasa GDS, kā arī iespējamās pakalpojumu realizācijas komisijas maksas ceļojumu aģentūrām, kas izmanto GDS realizācijas pakalpojumu.
- (10) Tradicionālās aviokompānijas šādā veidā var labāk konkurēt ar zemo izmaksu pārvadātājiem (ZIP), kuru galvenais tirdzniecības kanāls ir "supplier.coms". CPS papildu stimuls "supplier.coms" atbalstam ir tas, ka pirkumu salīdzināšana dažādu CPS starpā galalietotājam kļūst sarežģītāka, ja ir jāpameklē atsevišķas tīmekļa vietnes. Tas daļēji izskaidro "supplier.coms" skaita pieaugumu pēdējo gadu laikā. Saskaņā ar IATA datiem vidēji 25 % no EEZ 20 lielāko avioliņiju biļešu realizācijas 2005. gadā bija tiešā biļešu realizācija (salīdzinājumā ar 20 % 2004. gadā un 16 % 2003. gadā).
- (11) Padziļinātā izpēte atklāja, ka apjoms, kādā CPS spēj pārcelt biļešu realizāciju no GDS piegādātājiem uz saviem "supplier.coms", būtiski atšķiras un ir saistīts ar CPS izraudzīto uzņēmējdarbības modeli. Tas atkarīgs arī no tā galapatērētāju profila, proti, to daudzuma un tiem raksturīgās izturēšanās modeļiem, kas zināmā mērā ir "piesaistīts" ceļojumu satura izplatīšanai, izmantojot GDS.
- (12) Lejupējā tirgus daļā, veicot biļešu realizāciju, izmantojot GDS, CA no GDS piegādātājiem saņem ievērojamus veicināšanas maksājumus, kā arī iespējamus biļešu realizācijas komisijas naudu maksājumus no CPS. Ja CA realizē pakalpojumus, izmantojot "supplier.coms", šie ienākumi zūd. Lai kompensētu šo ienākumu zudumu, CA vajadzētu pieprasīt no galapatērētāja maksu par pakalpojumiem (tas savukārt rosina galapatērētāju pirkt biļetes pašam, izmantojot "supplier.coms", nevis no CA, tādējādi vēl vairāk samazinot CA ienākumus). Tādēļ Komisija lēmumā secina, ka CA ir spēcīgs stimuls turpināt izmantot GDS un neaizvietot biļešu realizāciju, izmantojot GDS, ar biļešu realizāciju, izmantojot "supplier.coms". Komisijas padziļinātais pētījums arī apstiprināja, ka CA "supplier.coms" lietošanu uzskata par neērtu un tai trūkst piedāvājumu saraksta daudzpusības un cenu salīdzināšanas iespējas, ko sniedz GDS izmantošana.
- (13) Ņemot vērā, ka aizvietošana augšupējā tirgus darījumos ir tikai daļēja un būtiska CPS pakalpojumu realizācijas daļa paliek "piesaistīta" GDS piegādātājiem, un to, ka darījumos lejupējā tirgū aizvietošana ir ļoti ierobežota, lēmumā secināts, ka "supplier.coms" nevar iekļaut attiecīgajā produktu tirgū, kurā darbojas GDS piegādātāji.
- (14) Lēmumā tomēr atzīts, ka "supplier.coms" skaita straujais pieaugums ietekmē GDS pakalpojumu tirgus konkurences apstākļus un ierobežo apvienojušos uzņēmumu darbību tirgū.

II.2. Attiecīgie ģeogrāfiskie tirgi

- (15) Lēmumā noteikts, ka augšupējā tirgus daļa ģeogrāfiski aptver visu EEZ. Pasaules mēroga nolīgumos starp CPS un GDS parasti iekļauj atsevišķas reģionālo cenu veidošanas shēmas EEZ, ASV un citām pasaules daļām. Realizācijas nodevas, ko CPS maksā par realizāciju, izmantojot GDS, EEZ ir ievērojami augstākas nekā ASV. Turklāt EEZ tirgu regulē ES rīcības kodekss, bet ASV tirgū ierobežojumi 2006. gadā tika atcelti. Visbeidzot GDS piegādātāju tirgus daļas atkarībā no konkrētā reģiona un valsts ir ļoti atšķirīgas. Tādēļ Komisija lēmumā secina, ka konkurences apstākļi EEZ un ASV būtiski atšķiras.
- (16) Lēmumā noteikts, ka lejupējā tirgus daļa atbilst katras atsevišķas valsts teritorijai, jo GDS piegādātāju tirgus daļas starp dalībvalstīm būtiski atšķiras. Tas ir saskaņā ar iepriekšējiem Komisijas lēmumiem, un to apstiprina tirgus izpēte. Gandrīz visas CA – bieži arī tiešsaistes CA – joprojām aktīvi darbojas tikai vienā valstī, izņemot dažas CA, kas darbojas visā Eiropā (vai pasaulē). EEZ starp valstīm atšķiras arī abonēšanas maksas, ko CA maksā par GDS izmantošanu, un to saņemtie veicināšanas maksājumi. Turklāt labākai atsevišķu valstu tirgu apkalpošanai Amadeus un Galileo ir izveidojuši vietējās tirdzniecības un pakalpojuma sniegšanas vietas gandrīz visās EEZ dalībvalstīs.

II.3. Iespējamā kaitējuma konkurencei (theories of harm) novērtējums

II.3.1. Iespējamais kaitējums

- (17) Komisija 2007. gada 3. maija lēmumā secināja, ka pazīnotā koncentrācija rada nopietnas šaubas par tās saderību ar kopējo tirgu un EEZ līgumu. Komisija sāka procedūru saskaņā ar Apvienošanās regulas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu.

- (18) Lēmuma 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā tika apgalvots, ka apvienošanās teorētiski varētu radīt gan nekoordinētu, gan koordinētu ietekmi. Attiecībā uz nekoordinētu ietekmi Komisija norādīja trīs iespējamā kaitējuma veidus, kurus sākotnēji uzskatīja par ticamiem. Papildus koordinētās ietekmes riska izvērtējumam Komisija nekoordinētās ietekmes padziļinātajā pētījumā galveno uzmanību veltīja izpētei:
- i) vai apvienošanās varētu ļaut pusēm izmantot savu spēcīgo pozīciju leņķī tirgū attiecībā pret CA, lai paaugstinātu cenas augšupējā tirgū darījumos ar CPS (“vertikāla tirgu aptveroša ietekme”);
 - ii) vai apvienošanās likvidētu *Worldspan* kā iespējamo “cenu savrupnieku” un tādējādi veicinātu cenu pieaugumu pēc apvienošanās;
 - iii) vai apvienošanās ļautu pusēm izmantot savu apvienošanās rezultātā iegūto ietekmi tirgū pret CA tajās dalībvalstīs, kurās *Galileo/Worldspan* ir liela tirgus daļa.
- II.3.2. Vertikāla tirgu aptveroša ietekme (“vairāku pakalpojumu sniedzēju izvēle (multi-homing)” pret “viena pakalpojuma sniedzēja izvēli (single-homing)”)
- (19) Izpētes sākuma posmā radās bažas, ka *Galileo/Worldspan* varētu izmantot savu apvienošanās rezultātā iegūto ietekmi tirgū pret CA vairākos valstu leņķījos tirgos, lai stiprinātu savas darījumu ietekmes spējas attiecībā uz CPS, kas darbojas augšupējā EEZ tirgū. Šo ietekmes izmantošanas iespēju var dēvēt par “vertikālu tirgu aptverošu ietekmi”. Šādu ietekmi var raksturot šādi.
- (20) Pēc apvienošanās *Galileo/Worldspan* iegūtu lielākas tirgus daļas un būtiski palielinātu leņķījā tirgus daļas Īrijā, Apvienotajā Karalistē, Itālijā, Nīderlandē, Ungārijā un Beļģijā (sk. turpmāk nodaļu par leņķījo tirgu).
- (21) Ja kāds CPS ir īpaši ieinteresēts iegūt plašu izplatīšanas tīklu dalībvalstī, kurā apvienotajam uzņēmumam ir plašs CA tīkls, *Galileo/Worldspan* varētu izmantot savu leņķījā tirgus daļu šajā dalībvalstī, lai panāktu CPS piekāpšanas sarunās par pasaules mēroga nolīgumu. Citiem vārdiem sakot, apvienotā uzņēmuma spēja panākt sev izdevīgus darījuma noteikumus attiecībā pret CPS varētu radīt tam lielāku ietekmi tirgū, nekā *Galileo/Worldspan* augšupējā
- tirgus daļa (no 20 % līdz 30 %) EEZ varētu liecināt. Šī darījumu ietekmes spēja, iespējams, apvienotajam uzņēmumam pēc apvienošanās ļautu vienpusēji paaugstināt cenas.
- (22) GDS pakalpojumu tirgu, no vienas puses, raksturo vairāku pakalpojumu sniedzēju izvēle (“multi-homing”), bet, no otras puses, – viena pakalpojuma sniedzēja izvēle (“single-homing”). CPS parasti izmanto vairākus pakalpojumu sniedzējus; lai iegūtu vēlamu tirgus pārklājumu, tiem ir jāizmanto visi četri GDS. Savukārt CA izmanto vienu pakalpojuma sniedzēju, jo vairākumā gadījumu tām vajadzīgā CPS pakalpojumu klāsta nodrošinājumam pietiek ar vienu GDS.
- (23) Kamēr CA izmanto vienu pakalpojuma sniedzēju, GDS piegādātājiem ir ekskluzīva piekļuve CA, kas pieder to attiecīgajiem CA tīkliem. Tādējādi katram GDS piegādātājam ir noteikts monopolietekmes līmenis attiecībā uz CPS, kam jāasniedz tikai vienam GDS pievienotas CA. Šāda monopolietekme ļauj GDS piegādātājam prasīt no CPS lielāku maksu. No CPS iegūtās “nomas monopolmaksas” lielā mērā tiek izlietotas, lai segtu veicināšanas maksājumus CA.
- (24) Komisija tomēr ir konstatējusi, ka savstarpējo darījumu raksturs starp GDS piegādātājiem un klientiem abās tirgus pusēs sāk mainīties. CPS un CA darījumu noteikumu ietekmes spējas attiecībā pret GDS piegādātājiem nesēn ir paaugstinājušās. Šīs pārmaiņas sekmē: i) CA savstarpēja apvienošanās, ii) pakalpojumu tiešas realizācijas ieviešana, izmantojot “*supplier.coms*”, un iii) CPS ieviestās piemaksas.
- (25) Papildus draudiem ceļojumu pakalpojumu saturu atklāt tikai “*supplier.coms*” CPS ir izveidojuši papildu līdzekli spiediena uz GDS radīšanai. Ieviešot vai draudot ieviest īpašas piemaksas, kas būtu jāmaksā CA, CPS var ietekmēt noteiktu GDS izmantošanu un panākt, ka to darījumu apjoms samazinās par labu “*supplier.coms*” vai citiem GDS.
- (26) Maz ticams, ka GDS piegādātāju skaita samazināšanās veicinās cenu celšanos “vertikālas tirgu aptverošas ietekmes” rezultātā šādu iemeslu dēļ.

Apvienošanās ietekme

- (27) Attiecībā uz CPS padziļinātā izpēte apstiprina, ka CPS spēj panākt, ka GDS piegādātāji pazemina cenas apmaiņā pret pilnu piedāvājumu saturu vai arī, lai izvairītos no piemaksu attiecināšanas uz tām CA, ar kurām tiem noslēgts līgums. Jo īpaši aviokompānijas ir izveidojušas vairākus ietekmes līdzekļus (galvenokārt “*supplier.coms*”, bet ne tikai), kas ļauj tām saglabāt daļu no pārsvara, vienojoties ar GDS piegādātājiem. Pat gadījumā, ja ir tikai trīs GDS piegādātāji, neviens no tiem nevarēs paaugstināt cenas, jo CPS saglabās pietiekamas spējas ietekmēt darījumu noteikumus, pamatojoties uz: i) spēju novirzīt biļešu realizāciju uz “*supplier.coms*”, ii) CA piemērotajām piemaksām, iii) zīmola atpazīstamību vietējā(-os) tirgū(-os) un iv) jaunu darījumu ietekmes līdzekļu izstrādes iespējām nākotnē. Tādēļ Komisija lēmumā secina, ka GDS piegādātāju skaita samazināšanās no 4 uz 3 nepalielina vienpusējas cenu paaugstināšanas varbūtību “vertikālās tirgu aptverošas ietekmes” rezultātā.
- (28) Šis secinājums attiecas arī uz citiem CPS, piemēram, automobiļu nomas uzņēmumiem un viesnīcu ķēdēm.
- (29) Attiecībā uz CA – tām paliek pieejams pietiekams skaits GDS piegādātāju, un pakalpojumu sniedzēju nomaiņas izmaksas nav nepārvarams šķērslis, lai izvēlētos citu GDS piegādātāju. Tā kā GDS piegādātājiem ir jāizveido un jāuztur pietiekami plašs CA tīkls, lai radītu pieprasījumu no CPS puses, CA saglabā pietiekamas darījumu noteikumu ietekmes spējas attiecībā pret GDS piegādātājiem pat pēc tam, kad viens no viņiem ir likvidēts.
- (30) Komisija lēmumā secina, ka šie elementi (CPS efektīva spēja vienoties par darījuma noteikumiem, kā arī jau esošie un turpmākie darījumu ietekmes līdzekļi) ir pietiekami, lai pārvarētu iespējamo apvienošanās negatīvo ietekmi, GDS piegādātāju skaitam samazinoties no četriem uz trīs, kā arī iespējamās vertikālās tirgu aptverošas ietekmes sekas.
- (31) Otrs Komisijas pētītājam iespējamā kaitējuma veids attiecas uz *Worldspan* kā “cenu savrupnieka” darbību EEZ, pieprasot zemākas cenas nekā tā konkurenti (*Galileo*, *Sabre* un *Amadeus*). Tirgus izpētes laikā tika paustas bažas, ka, zūdot konkurencei starp apvienotajiem uzņēmumiem, *Worldspan* cenas varētu pieaugt un izlīdzināties ar *Galileo* cenām.
- (32) Komisijas padziļinātā izpēte tomēr liecina, ka šī teorija neapstiprinās. Lai secinātu, ka apvienošanās varētu veicināt būtisku *Worldspan* cenu pieaugumu pēc apvienošanās, būtu jāpierāda, ka *Worldspan* cenas pirms apvienošanās ir ievērojami zemākas nekā konkurentu, jo īpaši *Galileo*, cenas un ka pusēm, kuras apvienojušās, ir stimulanti spēja palielināt *Worldspan* cenas pēc apvienošanās.
- II.3.3.1. *Worldspan* cenas nav zemākas
- (33) Paziņotāja puse iesniedza apvienošanās pušu realizācijas pamatkategoriju salīdzinājumu par 2006. gadu: *Galileo* “*Active Net Segment*” un *Worldspan* “*Full Service*”. Tas parāda, ka *Worldspan* cenrādis faktiski ir [...] nekā *Galileo* cenrādis [...] “*Full Service*” biļešu realizācijas alternatīvajām kategorijām. Turklāt, ja aprēķina *Worldspan* vidējās cenas par katru biļešu realizācijas kategoriju saskaņā ar katru no četrām *Worldspan* cenu veidošanas kategorijām tā “*Full Service*” ietvaros, iznākums ir USD [...], bet *Galileo* “*Active Net Segment*” cena 2006. gadā ir USD [...].
- (34) Tādēļ Komisija lēmumā secina, ka vairākumā gadījumu *Worldspan* nav zemākās GDS cenas piedāvātājs CPS. Kopumā tirgū vienmēr ir izvēles iespēja, kas lētāka par *Worldspan* piedāvāto.
- II.3.3.2. *Worldspan* ir zaudējis tirgus daļu
- (35) Cits iemesls, kādēļ saskaņā ar paziņotājas puses teikto *Worldspan* nav uzskatāms par “cenu savrupnieku”, ir tas, ka, kaut arī tam piedēvēta zemo cenu politika, tā nav ļāvusi *Worldspan* agresīvi paplašināt savu klātbūtni tirgū. Paziņotāja puse apgalvo, ka tieši pretēji – *Worldspan*, būdama mazākā GDS piegādātāja EEZ vairāk nekā piecu gadu laikā, nav spējusi sasniegt pieaugumu tās EEZ tirgus daļā.
- (36) *Worldspan* tirgus daļa laikā no 2003. līdz 2006. gadam ir samazinājusies par [0–5 %] augšupējā tirgū (EEZ). Attiecībā uz lejupējo tirgu *Worldspan* tirgus daļas saglabājušās nosacīti stabilas ar vidējo gada pieaugumu/samazinājumu aptuveni [0–5 %] vai mazāku, izņemot Ungāriju, kur laikā no 2004. gada līdz 2005. gadam vērojams pieaugums. Pretēji tam, ko varētu gaidīt no uzņēmuma, kuru uzskata par “savrūpnieku”, *Worldspan* tirgus daļās nav vērojamas vispārējas pieauguma pazīmes.

II.3.3. *Worldspan* kā “cenu savrupnieka” zaudējums

- (31) Otrs Komisijas pētītājam iespējamā kaitējuma veids attiecas uz *Worldspan* kā “cenu savrupnieka” darbību EEZ, pieprasot zemākas cenas nekā tā konkurenti (*Galileo*, *Sabre* un *Amadeus*). Tirgus izpētes laikā tika paustas bažas, ka, zūdot konkurencei starp apvienotajiem uzņēmumiem, *Worldspan* cenas varētu pieaugt un izlīdzināties ar *Galileo* cenām.

(37) Visbeidzot saskaņā ar paziņotājas puses teikto *Worldspan* nevar uzskatīt par "cenu savrupnieku" EEZ, jo tas vairāk rīkojas kā "cenasņēmējs", nevis kā cenas noteicējs. Paziņotāja puse cita starpā atsaucas uz faktu, ka citi GDS bija pirmie, kas EEZ noslēdza pilna satura līgumus ar piecām lielākajām EEZ aviokompānijām. To apstiprina arī padziļinātā izpēte.

II.3.3.3. *Galileo/Worldspan* nav savstarpēji tuvākie konkurenti

(38) Paziņotāja puse uzskata, ka *Worldspan* cenu pieaugumu pēc apvienošanās ierobežos tas, ka *Galileo* un *Worldspan* nav savstarpēji tuvākie konkurenti EEZ tirgū.

(39) Padziļinātā izpēte apstiprina, ka kopumā CPS *Galileo* uzskata par spēcīgāko uzņēmumu biznesa ceļojumu jomā, bet *Worldspan* ir spēcīgāks izklaides ceļojumu un tiešsaistes CA jomā. Lejupējā tirgū lielākā daļa CA par *Galileo* un *Worldspan* tuvāko konkurentu uzskata *Amadeus*.

II.3.3.4. *Worldspan* nav iemeslu pēc apvienošanās paaugstināt cenas un izlīdzināt tās ar *Galileo* cenām

(40) Fakts, ka apvienojušās puses nav savstarpēji tuvākie konkurenti, mazina pušu stimulu paaugstināt *Worldspan* cenas pēc apvienošanās. Turklāt pušu pirmsapvienošanās peļņas normas samazināšanās norāda, ka cenu kāpuma iespējas pēc apvienošanās ir ierobežotas.

(41) Iespējas paaugstināt cenas augšupējā tirgū ir ierobežotas, jo šāds cenu kāpums rosinātu CPS izņemt savu piedāvājumu saturu no *Worldspan* GDS vai iekasēt papildu samaksu no tām CA, kas izmanto *Worldspan*.

(42) Kopumā Komisijas padziļinātā izpēte liecina, ka nav pietiekamu pierādījumu, lai secinātu, ka *Worldspan* cenas ir zemākas nekā konkurentiem un ka tas rīkojas kā "cenu savrupnieks". Rezultātā lēmumā secināts, ka maz ticams, ka darījums veicinātu *Worldspan* cenu pieaugumu.

II.3.4. Ļoti lielas pušu tirgus daļas lejupējā tirgus daļā

(43) Kas attiecas uz lejupējo tirgus daļu, darījums veicinātu būtisku tirgus daļu pieaugumu un lielu tirgus daļu izveidošanos (virs 40 %) sešās dalībvalstīs. Šajās sešās dalībval-

stīs tirgus daļas 2006. gadā bija no [40–50 %] līdz [70–80 %].

Dalībvalsts	<i>Galileo</i>	<i>Worldspan</i>	Apvienotā tirgus daļa
Beļģija	[20–30]	[10–20]	[40–50]
Ungārija	[20–30]	[20–30]	[50–60]
Īrija	[50–60]	[10–20]	[70–80]
Itālija	[40–50]	[0–10]	[40–50]
Nīderlande	[30–40]	[20–30]	[50–60]
Apvienotā Karaliste	[40–50]	[10–20]	[50–60]

(44) Lielais apvienoto tirgus daļu apjoms šajās sešās dalībvalstīs, iespējams, varētu ļaut pusēm pēc apvienošanās darboties neatkarīgi no konkurentiem un klientiem un izmantot komerciālo sadarbību ar CA.

(45) Tomēr padziļinātā izpēte liecina, ka tajos valstu tirgos, kur darījums radīs lielas kopīgās tirgus daļas, apvienošanās neļaus apvienotajām sabiedrībām izrādīt ietekmi tirgū uz CA.

II.3.4.1. *Galileo* tirgus daļas tendence samazināties

(46) Paziņotāja puse apgalvo, ka tajās dalībvalstīs, kur tradicionāli tam bijusi nozīmīga tirgus daļa, tā ir ievērojami samazinājusies vēsturisko saišu dēļ ar valstu pārvaldātājiem.

(47) Saskaņā ar paziņotājas puses teikto *Galileo* tirgus daļu samazināšanās varētu liecināt, ka, kaut arī *Galileo* tirgus daļa ir virs vidējā, tā nenozīmē ietekmi tirgū. Maz ticams, ka darījums mainīs *Galileo* tirgus daļas samazināšanās tendenci, jo īpaši, ņemot vērā *Worldspan* nelielo nozīmi EEZ un ar dokumentiem apstiprināto nespēju gadu gaitā uzlabot savu stāvokli EEZ tirgū.

(48) Padziļinātā izpēte apstiprināja *Galileo* tirgus daļas samazināšanās tendenci, kā arī *Worldspan* nelielo nozīmi EEZ.

(49) CA kopumā ir neto saņēmēja, jo GDS veicināšanas maksājumi ir lielāki par GDS abonēšanas maksām. Veicināšanas maksājumi pēdējos piecos gados ir pastāvīgi pieauguši, tostarp tajās dalībvalstīs, kurās pusēm ir lielas tirgus daļas (virs 40 %). Padziļināta izpēte apliecināja, ka 2003.–2006. gada laikā CA ienākumi kopumā pieauguši un to bruto peļņas normas attīstība ir pozitīva.

(50) Šī attīstība liecina, cik nozīmīgas GDS ir CA un ataino padziļinātās izpētes respondentu vispārējo viedokli, ka konkurence GDS starpā lejupējā tirgū ir spēcīga.

II.3.4. 2. Pakalpojuma sniedzēja maiņas izmaksas

(51) Kā apstiprina padziļinātā izpēte, papildu iemesls, kādēļ maz ticams, ka darījums radīs cenu kāpumu lejupējā tirgū, saistīts ar faktu, ka pakalpojuma sniedzēja maiņas izmaksas nav nepārvarams šķērslis, lai šādu maiņu veiktu.

(52) Lai gan pakalpojuma sniedzēja maiņas izmaksu apjoma noteikšana ir sarežģīta gan laika un nepieciešamo mācību, gan finansiālā ziņā, padziļinātā izpēte var sniegt dažus vispārējus secinājumus. Mazajām CA viena GDS nomaiņai pret citu vajadzīgais laiks ir, sākot no vienas līdz vairākām nedēļām; nepieciešamība pēc mācībām nav ievērojama, un maiņa neietekmē produktivitāti. Taču lielās CA rēķina, ka pakalpojumu sniedzēja maiņai vajadzīgi aptuveni 12 mēnešu un tā ir saistīta ar ievērojamām izmaksām (vairāk nekā 1 miljons *euro*). Arī mācībām vajadzīgais laiks ir ilgāks. Dažos gadījumos (piemēram, maiņas tehnisko aspektu dēļ) izmaksas, kā arī nepieciešamais laiks var būt vēl lielāks.

(53) Lai gan padziļinātā izpēte apstiprināja, ka pakalpojuma sniedzēja maiņas izmaksas pastāv, tā arī atklāja, ka uzņēmumi nav atturējušies no būtiskas pakalpojuma sniedzēju maiņas pagātnē. Laikā no 2003. gada līdz 2006. gadam vairākas CA pārgāja no *Galileo* pie *Amadeus*. Turklāt *Worldspan* šajā laikā zaudēja divus nozīmīgākos klientus – [...] un [...].

(54) Kaut arī pakalpojuma sniedzēja maiņas izmaksas pastāv, maz ticams, ka darījums varētu radīt bažas par konkurenci pušu lielas apvienotās lejupējās tirgus daļas dēļ. Iemesli ir šādi: i) pušu kopīgo tirgus daļu negatīva attīstība, ii) spēcīga konkurence starp GDS pat to valstu tirgos, kur tiem ir lielas lejupējā tirgus daļas, par ko liecina laika gaitā CA samaksāto veicināšanas maksājumu pieaugums šādos valstu tirgos, un iii) kopumā pozitīva CA attieksme pret apvienošanos, kam pamatā ir pārliecība, ka apvienošanās izveidos spēcīgāku *Amadeus* alternatīvu.

(55) Tādēļ Komisija lēmumā secina, ka apvienošanās rezultātā maz ticama nekoordinēta ietekme uz lejupējiem tirgiem.

II.3.5. Koordinēta ietekme

(56) Padziļinātajā izpētē tika analizēta arī koordinētas ietekmes iespēja uz GDS tirgus augšupējo un lejupējo daļu.

II.3.5.1. Augšupējais tirgus

Vienošanās panākšana par koordinēšanu

(57) Kopumā – jo vienkāršāka un stabilāka ir ekonomiskā vide, jo vieglāk uzņēmumiem panākt kopīgu vienošanos par rīcības koordinēšanu. Tādēļ nepastāvīgs pieprasījums, dažu uzņēmumu ievērojama iekšēja izaugsme tirgū vai bieža jaunu uzņēmumu ienākšana var norādīt, ka situācija nav pietiekami stabila, lai būtu iespējams panākt vienošanos par koordinēšanu.

(58) Lai gan pēdējos piecos gados nav notikusi ievērojama GDS ienākšana tirgū, tirgus daļu attīstība pēdējos piecos gados apstiprina, ka ekonomiskajā vidē, kurā GDS konkurē EEZ, notiek ievērojamas izmaiņas.

(59) Turklāt tīmekļa vietņu "*supplier.coms*" skaita pieaugums pēdējos piecos gados jāņem vērā kā destabilizējošs faktors vienošanās par koordinēšanu panākšanai GDS tirgū. Tirgus izpēte arī apstiprināja, ka lielākā daļa avio-kompāniju paredz turpmāku tiešās pārdošanas pieaugumu, izmantojot "*supplier.coms*". Automobiļu nomas uzņēmumiem un viesnīcām ceļojuma satura izplatīšana, izmantojot GDS, ir samērā neliela pakalpojumu realizācijas daļa.

(60) Pat ja iepriekš aprakstītie apstākļi pilnībā neizslēdz iespēju panākt vienošanos par sadarbības nosacījumiem starp trim atlikušajiem GDS augšupējā tirgū, Komisija lēmumā secina, ka šie apstākļi varētu sarežģīt šādu sadarbību un padarīt to mazāk iespējamu.

Pārkāpumu uzraudzība

(61) Tikai ticami tūlītēju un iedarbīgu pretpasākumu draudi attur uzņēmumus no koordinēšanas noteikumu pārkāpšanas. Tādējādi tirgum ir jābūt pietiekami pārrēdzamam, lai rīcību koordinējošie uzņēmumi varētu pietiekamā līmenī uzraudzīt, vai uzņēmumi neatkāpjas no vienošanās noteikumiem.

(62) Lai gan GDS piedāvātie pakalpojumi pēc rakstura ir diezgan viendabīgi, visu GDS cenu struktūra un produktu piedāvājumi ir sarežģīti. Pašlaik GDS EEZ paralēli piemēro dažādus līgumu veidus, piemēram, iesaistīto pārvadātāju standartlīgumus ("PCA") un pilna satura līgumus, ko dažkārt papildina "izvēles" līgumi. Atšķirības cenu struktūrās un produktu piedāvājumos un to dažādība šajos līgumos padara ilgtspējīgu koordināciju neiespējamu. Pārpalikušo tirgus pārredzamību mazina tas, ka GDS regulāri pārveido produktu piedāvājumus un cenu struktūras.

(63) Kaut arī tirgus izpētes rezultātā šķiet, ka līgumi starp GDS un automobiļu nomas uzņēmumiem un viesnīcām struktūras ziņā ir mazāk sarežģīti, tie joprojām nenodrošinātu tādu pārredzamības līmeni, kas sadarbību padarītu iespējamu.

(64) Vairāki tirgus izpētes respondenti norādīja uz tā saukto "vislielākās labvēlības režīma" (VLR) punktu esību savos līgumos ar GDS. Šo punktu izmantošana varētu palielināt cenu pārredzamību. Tomēr tirgus izpēte apstiprināja, ka vairākumā gadījumu līgumu punkti attiecībā uz VLR nozīmē CPS pienākumu nodrošināt GDS vienlīdzību attiecībā uz piedāvājumu saturu, tādējādi tas tikai atspoguļo rīcības kodeksā izklāstītu pienākumu.

(65) Izvērtējot attiecīgo tirgu raksturojumu, un jo īpaši ierobežoto pārredzamības līmeni, Komisija lēmumā norāda, ka attiecībā uz trim atlikušajiem GDS būtu grūti efektīvi uzraudzīt koordinētas rīcības pārkāpumus.

Preventīvie mehānismi

(66) Rīcības koordinēšana nav ilgtspējīga, ja vien atkāpšanās no noteikumiem sekas nav pietiekami nopietnas, lai pārliecinātu koordinēšanā iesaistītos uzņēmumus, ka koordinēšanas noteikumu ievērošana ir viņu interesēs.

(67) Tūlītēji pretpasākumi, kad koordinēšanā iesaistītie GDS samazina cenas CPS, būtu neefektīvas sankcijas pret vienošanās pārkāpēju GDS piegādātāju, jo nerosinātu CPS mainīt pakalpojumu sniedzējus, ņemot vērā, ka tiem vajadzīgi visu četru GDS pakalpojumi.

(68) Reālāks pretpasākums būtu piedāvāt lielākus veicināšanas maksājumus vai tiešu maksājumu atsevišķām ietekmīgām

CA, kas izmanto vienošanās pārkāpēja GDS pakalpojumus, lai sekmētu to pāreju pie cita GDS. Lai gan šādi pasākumi būtu iespējami, tā būtu dārga stratēģija, jo CA piedāvātajiem veicināšanas maksājumiem jābūt ievērojamiem lieliem, lai rosinātu CA pāriet no viena GDS pie cita.

(69) Tādēļ Komisija lēmumā secina, ka pretpasākumus, izmantojot paaugstinātus veicināšanas maksājumus CA, nevar izslēgt.

Nepiederošo reakcija

(70) Lai rīcības koordinēšana būtu sekmīga, tajā neiesaistīto uzņēmumu un iespējamo konkurentu, kā arī klientu rīcība nedrīkst apdraudēt gaidīto koordinēšanas rezultātu.

(71) Šajā gadījumā tirgū šķiet ir vērojama būtiska konkurences spriedze, kas destabilizētu jebkuru koordinācijas mēģinājumu. Jo īpaši spriedzi radītu CPS iespēja neizpaust pakalpojumu saturu un padarīt šādu saturu pieejamu, vienīgi izmantojot tiešu izplatīšanas kanālu, piemēram, tīmekļa vietni "supplier.coms". Turklāt koordinēšana, kas vērsta uz cenu kāpumu, rosinātu CPS EEZ vairāk investēt GDS alternatīvu, piemēram, GNE un tiešo saikņu, izveidē.

(72) Izvērtējot iepriekš aprakstītos apstākļus un faktu, ka kritērijiem, kas jāievēro, lai radītu kopīgu koordinētu ietekmi, ir jāizpildās visiem kopā, ir maz ticams, ka apvienošanās radīs koordinētu ietekmi uz ES tirgu GDS pakalpojumu piegādē CPS.

II.3.5.2. Lejupējais tirgus

Vienošanās panākšana par koordinēšanu

(73) Sadarbības problēma principā varētu rasties arī lejupējā tirgū, kas ietver attiecības starp GDS un CA. EEZ lejupējos tirgus raksturo ievērojamas atšķirības tirgus daļās starp četrām GDS dažādās valstīs.

(74) Konkurence starp GDS lejupējā tirgū ir spēcīga un neuzrāda koordinētas darbības pazīmes. Pēdējo [...] gadu laikā Galileo un Worldspan zaudēja [...] tirgus daļas, par labu Amadeus. Turklāt tirgus izpēte apstiprina, ka konkurence starp GDS par līgumiem ar CA pašlaik ir spēcīga, un šo faktu apstiprina GDS veicināšanas maksājumu CA pieaugums pēdējos piecos gados.

- (75) Iepriekšminētais liecina, ka apvienojušos uzņēmumu stāvoklis lielākajā daļā lejupējo tirgu ir samērā nestabils, kas apgrūtina vienošanos par sadarbības nosacījumiem.

Atkāpšanās no noteikumiem uzraudzība

- (76) CA līgumu noteikumi un nosacījumi kopumā nav pārredzami, jo individuāli tiek apspriesti starp CA un GDS. GDS nav iespēju uzzināt konkurējošo GDS sarežģītos noteikumus un nosacījumus. Lai gan iespējamās informācijas apmaiņas starp CA un GDS līguma apspriešanas rezultātā neliela cenu pārredzamība ir iespējama, fakts, ka lielākā daļa līgumu tiek apspriesti individuāli, ievērojami ierobežotu no tā izrietošo pārredzamības līmeni. Tādēļ iespējas sekmīgi uzraudzīt koordinētu rīcību varētu būt ļoti ierobežotas, jo tad būtu nepieciešams uzraudzīt piedāvājumu saturu, funkcijas, pakalpojumus, finanšu atbalstus, atlaides un citus noteikumus un nosacījumus, ko katrs GDS piedāvā atsevišķām ceļojumu aģentūrām.
- (77) Ņemot vērā ierobežoto pārredzamības līmeni lejupējā tirgus daļā, Komisija lēmumā secina, ka atlikušajiem trim GDS būtu grūti uzraudzīt atkāpes no koordinētās rīcības.

Preventīvie mehānismi

- (78) Izmantojamie preventīvie mehānismi būtībā ir tādi paši, kādi minēti saistībā ar augšupējo tirgu.

Nepiederošo reakcija

- (79) Koordinētas rīcības gadījumā CA nav pieejamas daudz alternatīvas. "Supplier.coms" lietošana CA ir pārāk apgrūtināta, un pārējās GDS alternatīvas pašlaik EEZ nav pietiekami labi izstrādātas, lai veidotu piemērotas alternatīvas.
- (80) Ņemot vērā faktu, ka kritērijiem, kas jāievēro, lai radītu koordinētu ietekmi, ir jāizpildās visiem kopā, Komisija lēmumā secina, ka arī lejupējā tirgus daļā maz ticams, ka apvienošanās varētu radīt koordinētu ietekmi.

III. SECINĀJUMS

- (81) Komisija lēmumā secina, ka ierosinātā koncentrācija neradīs konkurences bažas, kā rezultātā būtu iespējams būtiski konkurences traucējumi kopējā tirgū vai ievērojamā tā daļā. Tādējādi Komisijai ir nodoms atzīt koncentrāciju par saderīgu ar kopējo tirgu un EEZ līgumu saskaņā ar Apvienošanās regulas 8. panta 1. punktu un EEZ līguma 57. pantu.