

Europeiska unionens officiella tidning

C 13



Svensk utgåva

Meddelanden och upplysningar

femtioandra årgången

20 januari 2009

<u>Informationsnummer</u>	Innehållsförteckning	Sida
II <i>Meddelanden</i>		
MEDDELANDEN FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER OCH ORGAN		
Kommissionen		
2009/C 13/01	Tillstånd till statligt stöd enligt artiklarna 87 och 88 i EG-fördraget – Fall i vilka kommissionen inte gör några invändningar	1
2009/C 13/02	Samarbete för kommunikation om Europa	3
IV <i>Upplysningar</i>		
UPPLYSNINGAR FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER OCH ORGAN		
Kommissionen		
2009/C 13/03	Eurons växelkurs	5
2009/C 13/04	Yttrande från rådgivande kommittén för koncentrationer avgivet vid dess möte den 20 juni 2008 om ett utkast till beslut i ärende COMP/M.4942 – Nokia/Navteq – Rapportering medlemsstat: Frankrike	6
2009/C 13/05	Förhørsombudets slutrapport i ärende COMP/M.4942 – Nokia/Navteq	7
2009/C 13/06	Sammanfattning av kommissionens beslut av den 2 juli 2008 om att förklara en koncentration förenlig med den gemensamma marknaden och med EES-avtalets funktion (Ärende COMP/M.4942 – Nokia/Navteq)	8

Not till läsaren (se omslagets tredje sida)

SV

II

(Meddelanden)

MEDDELANDEN FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER OCH
ORGAN

KOMMISSIONEN

Tillstånd till statligt stöd enligt artiklarna 87 och 88 i EG-fördraget

Fall i vilka kommissionen inte gör några invändningar

(2009/C 13/01)

Datum för antagande av beslutet	10.12.2008
Stöd nr	N 2/08
Medlemsstat	Italien
Region	Provincia Autonoma di Bolzano
Benämning (och/eller stödmottagarens namn)	Aiuti per il pagamento di premi assicurativi nel settore zootecnico
Rättslig grund	Legge della Provincia di Bolzano n. 11 del 14 dicembre 1998 [Articolo 4, lettera k] Progetto di Deliberazione della Giunta provinciale di Bolzano del 27 agosto 2008 sui criteri e modalità per la concessione di aiuti per il pagamento di premi assicurativi nel settore zootecnico
Typ av stödåtgärd	Stödordning
Syfte	Stöd till försäkring i jordbrukssektorn
Stödform	Kapitalbidrag
Budget	Total budget: 9 600 000 EUR Årlig budget: 1 600 000 EUR
Stödnivå	Högst 50 %
Varaktighet	Från och med kommissionens godkännande till och med den 31.12.2013
Ekonomisk sektor	Jordbruk
Den beviljande myndighetens namn och adress	Provincia Autonoma di Bolzano Via Conciapelli 69 I-39100 Bolzano
Övriga upplysningar	Stödet föranleder förändringar, i synnerhet avseende utvidgningen av kategorierna av stödberättigade mottagare av stöd godkänt av kommissionen för NN 78/2000 (ex N 165/2000)

Giltiga språkversioner av beslutstexten, med undantag av konfidentiella uppgifter, finns på följande webbplats:

http://ec.europa.eu/community_law/state_aids/

Datum för antagande av beslutet	8.12.2008
Stöd nr	N 223/08
Medlemsstat	Spanien
Region	—
Benämning (och/eller stödmottagarens namn)	Ayudas a la inversión en favor de una gestión sostenible de las deyecciones porcinas
Rättslig grund	Proyecto de Real Decreto de 2008 por el que se establecen medidas de apoyo para determinados proyectos de mejora de la gestión medioambiental de las deyecciones porcinas. Ley General de Subvenciones nº 38/03 de 17 de noviembre de 2003
Typ av stödåtgärd	Stödordning
Syfte	Investeringsstöd för förbättring av en mer miljömässigt hållbar drift av grisspilling
Stödform	Direkt stöd
Budget	Total budget: 20 miljoner EUR (2008–2012) Årlig budget: 4 miljoner EUR
Stödnivå	75 %–60 % – högst 200 000 EUR per projekt
Varaktighet	Från kommissionens godkännande till den 31.12.2012
Ekonomisk sektor	Jordbruk
Den beviljande myndighetens namn och adress	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación Paseo Infanta Isabel, nº 1 E-28014 Madrid
Övriga upplysningar	—

Giltiga språkversioner av beslutstexten, med undantag av konfidentiella uppgifter, finns på följande webbplats:

http://ec.europa.eu/community_law/state_aids/

Samarbete för kommunikation om Europa

(2009/C 13/02)

Mål och principer

1. Europaparlamentet, rådet och Europeiska kommissionen fäster största vikt vid förbättrad kommunikation i EU-frågor, så att medborgarna i Europeiska unionen kan utöva sin rätt att delta i unionens demokratiska liv, där besluten fattas så öppet som möjligt och så nära medborgarna som möjligt, varvid principerna om mångfald, delaktighet, öppenhet och insyn bör iakttas.
2. De tre institutionerna vill bidra till en samsyn om EU:s övergripande kommunikationsprioriteringar, främja mervärdet av ett gemensamt tillvägagångssätt för kommunikation i europeiska frågor, underlätta utbyte av information och bästa praxis, utveckla samverkansfördelar mellan institutionerna i kommunikation med anknytning till dessa prioriteringar samt vid behov underlätta samarbete mellan EU-institutionerna och medlemsstaterna.
3. De tre institutionerna är medvetna om att kommunikationen om Europeiska unionen kräver ett politiskt åtagande från EU-institutionernas och medlemsstaternas sida och att medlemsstaterna har ansvar för att kommunicera med sina medborgare om EU.
4. De tre institutionerna anser att verksamhet för information och kommunikation om europeiska frågor bör ge alla tillgång till rättvis och olikartad information om EU och göra det möjligt för medborgarna att utöva sin rätt att uttrycka sina åsikter och aktivt delta i den offentliga debatten i EU-frågor.
5. De tre institutionerna främjar respekten för flerspråkighet och kulturell mångfald, när de genomför sina informations- och kommunikationsinsatser.
6. De tre institutionerna är fast beslutna att uppnå dessa mål. De uppmuntrar EU:s övriga institutioner och organ att stödja deras insatser och att, om de så önskar, bidra till denna strategi.

En partnerskapsstrategi

7. De tre institutionerna inser vikten av att ta itu med den utmaning som frågan om kommunikation om EU-frågor innebär i partnerskap mellan medlemsstaterna och EU-institutionerna, så att man får effektiv kommunikation med – och når ut med objektiv information till – bredast möjliga publik på lämplig nivå.

De vill utveckla samverkansfördelar med nationella, regionala och lokala myndigheter samt med företrädare för det civila samhället.

De skulle därför vilja främja en pragmatisk partnerskapsstrategi.

8. De erinrar samtidigt om den centrala roll som den interinstitutionella gruppen för information (IGI) har, eftersom den utgör ett ramverk på hög nivå när institutionerna ska stimulera den politiska debatten om informations- och kommunikationsverksamhet med EU-anknytning för att främja samverkan och komplementaritet. IGI, där ordförandeskapet delas mellan företrädare för Europaparlamentet, rådet och Europeiska kommissionen och där Regionkommittén och Europeiska ekonomiska och sociala kommittén deltar som observatörer, sammanträder i princip två gånger om året.

Ett ramverk för samarbetet

De tre institutionerna avser att samarbeta på följande sätt:

9. Samtidigt som varje enskild EU-institution och medlemsstat har ansvar för sina egna kommunikationsstrategier och prioriteringar, kommer de tre institutionerna att inom ramen för IGI årligen fastställa ett begränsat antal gemensamma kommunikationsprioriteringar.

10. Prioriteringarna kommer att grundas på de kommunikationsprioriteringar som fastställts av EU:s institutioner och organ efter interna överläggningar och där så är lämpligt komplettera medlemsstaternas strategiska upplägg och insatser, med hänsyn till medborgarnas förväntningar.
11. De tre institutionerna och medlemsstaterna kommer att verka för att främja lämpligt stöd till kommunikation inom de fastställda prioriteringarna.
12. De myndigheter i medlemsstaterna och de avdelningar inom EU:s institutioner som ansvarar för kommunikationen bör stå i kontakt med varandra för att framgångsrikt kunna genomföra de gemensamma kommunikationsprioriteringarna samt övrig verksamhet med anknytning till kommunikationen i EU-frågor, som vid behov ska bygga på lämpliga administrativa arrangemang.
13. Institutionerna och medlemsstaterna uppmanas att utbyta information om annan kommunikationsverksamhet med EU-anknytning, särskilt om den sektoriella kommunikationsverksamhet som planeras av institutionerna och organen, när denna leder till informationskampanjer i medlemsstaterna.
14. Kommissionen uppmanas att i början av varje år rapportera till de övriga EU-institutionerna om huvudinsatserna i genomförandet av de gemensamma kommunikationsprioriteringarna från det föregående året.
15. Detta politiska uttalande undertecknades den tjugoundra oktober tjugohundraåttan.

Som skedde i Strasbourg den tjugoundra oktober tjugohundraåttan.

På Europaparlamentets vägnar
Ordförande

För Europeiska unionens råd
Ordförande

På Europeiska gemenskapernas
kommissions vägnar
Ordförande

IV

(Upplysningar)

UPPLYSNINGAR FRÅN EUROPEISKA UNIONENS
INSTITUTIONER OCH ORGAN

KOMMISSIONEN

Eurons växelkurs ⁽¹⁾

19 januari 2009

(2009/C 13/03)

1 euro =

Valuta	Kurs	Valuta	Kurs		
USD	US-dollar	1,3182	AUD	australisk dollar	1,9628
JPY	japansk yen	119,16	CAD	kanadensisk dollar	1,6492
DKK	dansk krona	7,4509	HKD	Hongkongdollar	10,2273
GBP	pund sterling	0,90470	NZD	nyzeeländsk dollar	2,4223
SEK	svensk krona	10,7870	SGD	singaporiensk dollar	1,9693
CHF	schweizisk franc	1,4812	KRW	sydkoreansk won	1 800,62
ISK	isländsk krona		ZAR	sydafrikansk rand	13,2716
NOK	norsk krona	9,1200	CNY	kinesisk yuan renminbi	9,0111
BGN	bulgarisk lev	1,9558	HRK	kroatisk kuna	7,3997
CZK	tjeckisk koruna	27,708	IDR	indonesisk rupiah	14 618,84
EEK	estnisk krona	15,6466	MYR	malaysisk ringgit	4,7198
HUF	ungersk forint	283,55	PHP	filippinsk peso	62,130
LTL	litauisk litas	3,4528	RUB	rysk rubel	43,5998
LVL	lettisk lats	0,7035	THB	thailändsk baht	46,038
PLN	polsk zloty	4,3435	BRL	brasiliansk real	3,0813
RON	rumänsk leu	4,3050	MXN	mexikansk peso	18,4192
TRY	turkisk lira	2,1768	INR	indisk rupie	64,0910

⁽¹⁾ Källa: Referensväxelkurs offentliggjord av Europeiska centralbanken.

Yttrande från rådgivande kommittén för koncentrationer avgivet vid dess möte den 20 juni 2008 om ett utkast till beslut i ärende COMP/M.4942 – Nokia/Navteq

Rapporterande medlemsstat: Frankrike

(2009/C 13/04)

1. Rådgivande kommittén är enig med kommissionen om att den anmälda åtgärden utgör en koncentration i den mening som avses i artikel 3.1 b i EG:s koncentrationsförordning och att den kan anses ha en gemenskapsdimension enligt artikel 4.5 i den förordningen.
 2. Rådgivande kommittén är enig med kommissionen om att det är en vertikal koncentration som omfattar följande relevanta produktmarknader:
 - navigerbara digitala kartdatabaser – marknaden i föregående led,
 - navigationsprogram – den mellanliggande marknaden,
 - navigationstillämpningar för mobiltelefoner – marknaden i efterföljande led I,
 - mobiltelefoner – marknaden i efterföljande led II.
 3. Rådgivande kommittén är enig med kommissionen om att den relevanta geografiska marknaden för navigerbara digitala kartdatabaser är världsomfattande.
 4. Rådgivande kommittén är enig med kommissionen om att den relevanta geografiska marknaden för navigationsprogram är världsomfattande.
 5. Rådgivande kommittén är enig med kommissionen om att den relevanta geografiska marknaden för navigationstillämpningar för mobiltelefoner är minst EES-omfattande till sin utsträckning.
 6. Rådgivande kommittén är enig med kommissionen om att den relevanta geografiska marknaden för mobiltelefoner är minst EES-omfattande till sin utsträckning.
 7. Rådgivande kommittén instämmer i kommissionens slutsats att den sammanslagna enheten inte skulle ha något incitament att öka priserna eller försämra kvaliteten/försena tillgången till navigerbara digitala kartdatabaser för sina konkurrenter på marknaderna för navigationstillämpningar för mobiltelefoner och mobiltelefoner.
 8. Rådgivande kommittén instämmer i kommissionens slutsats att den föreslagna koncentrationen sannolikt inte kommer att ha konkurrenshindrande inverkan till skada för konsumenterna.
 9. Rådgivande kommittén instämmer i kommissionens slutsats att den föreslagna koncentrationen inte påtagligt kommer att hämma en effektiv konkurrens på den gemensamma marknaden eller inom en väsentlig del av denna.
 10. Rådgivande kommittén är enig med kommissionen om att den anmälda koncentrationen därför bör förklaras förenlig med den gemensamma marknaden enligt artikel 8.1 i EG:s koncentrationsförordning.
 11. Kommittén rekommenderar att detta yttrande offentliggörs i *Europeiska unionens officiella tidning*.
-

Förhørsombudets slutrapport ⁽¹⁾ i ärende COMP/M.4942 – Nokia/Navteq

(2009/C 13/05)

Den 19 februari 2008 mottog kommissionen en formell anmälan i enlighet med artikel 4 i koncentrationsförordningen, genom vilken Nokia Corporation (nedan kallat *Nokia*) förvärvar fullständig kontroll över Navteq Corporation genom förvärv av aktier, i den mening som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen.

Efter en undersökning av anmälan konstaterade kommissionen att den anmälda transaktionen gav anledning till allvarliga tvivel beträffande förenligheten med den gemensamma marknaden och avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (nedan kallat *EES-avtalet*). Kommissionen inledde därför den 28 mars 2008 ett förfarande i enlighet med artikel 6.1 c i koncentrationsförordningen.

Den 21 april 2008 och den 2 maj 2008 gav kommissionen Nokia tillgång till viktiga handlingar, bland annat icke-konfidentiella versioner av framställningar från tredje part, i överensstämmelse med punkt 45 i GD Konkurrens handledning om bästa metoder för genomförande av förfaranden för kontroll av företagskoncentrationer.

På grundval av ytterligare bevisning som inhämtades under den fördjupade fasen av undersökningen drog kommissionens avdelningar den slutsatsen att den föreslagna koncentrationen inte påtagligt skulle hämma effektiv konkurrens inom den gemensamma marknaden och att koncentrationen därför var förenlig med den gemensamma marknaden och med EES-avtalets funktion. Följaktligen sändes inget meddelande om invändningar till den anmälade parten.

Undertecknad har inte mottagit några frågor eller framställningar från parterna i ärendet eller någon tredje part. Ärendet föranleder inga särskilda anmärkningar avseende rätten att höras.

Bryssel den 25 juni 2008.

Karen WILLIAMS

⁽¹⁾ Enligt artiklarna 15 och 16 i kommissionens beslut 2001/462/EG, EKSG av den 23 maj 2001 om kompetensområdet för förhørsombudet i vissa konkurrensförfaranden (EGT L 162, 19.6.2001, s. 21).

Sammanfattning av kommissionens beslut
av den 2 juli 2008
om att förklara en koncentration förenlig med den gemensamma marknaden och med EES-avtalets funktion

(Ärende COMP/M.4942 – Nokia/Navteq)

(Endast den engelska texten är giltig)

(2009/C 13/06)

Den 2 juli 2008 antog kommissionen ett beslut i ett koncentrationsärende enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 av den 20 januari 2004 om kontroll av företagskoncentrationer⁽¹⁾, särskilt artikel 8.1 i den förordningen. En icke-konfidentiell version av den fullständiga texten till beslutet på det giltiga språket och på kommissionens övriga arbetspråk finns tillgänglig på webbplatsen för generaldirektoratet för konkurrens, på följande adress:

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

I PARTERNA

- (1) Företaget Nokia från Finland tillhandahåller utrustning, lösningar och tjänster för nätverk för elektronisk kommunikation. Det är framför allt känt som tillverkare av handset för mobiltelefoni m.m. (nedan kallade *mobilhandsset*). Företaget har för avsikt att utveckla mobila online-tjänster via sin portal OVI, bland annat s.k. platsbaserade tjänster (location-based services, LBS).
- (2) Företaget Navteq från Förenta staterna tillhandahåller digitala kartor som används i navigeringsapparater och för ett stort antal olika typer av platsbaserade tjänster.

II KONCENTRATIONEN

- (3) Nokia tillkännagav den 1 oktober 2007 undertecknandet av ett avtal enligt vilket Nokia skulle förvärva alla aktier och utestående optioner i Navteq. Transaktionen utgör en koncentration i den mening som avses i artikel 3.1 b i förordning (EG) nr 139/2004 (nedan kallad *koncentrationsförordningen*).

III HÄNSKJUTANDE AV ÄRENDET ENLIGT ARTIKEL 4.5

- (4) Parterna i koncentrationen uppnår inte alla omsättnings-trösklar enligt artikel 1.2 eller artikel 1.3 i koncentrationsförordningen. Transaktionen skulle ha kunnat prövas på grundval av elva medlemsstaters – [affärshemligheter] – nationella lagstiftning om kontroll av koncentrationer.
- (5) Kommissionen mottog den 22 november 2007 en motiverad skrivelse från Nokia i vilken företaget begärde att ärendet skulle hänskjutas till kommissionen enligt artikel 4.5 i koncentrationsförordningen. Inga medlemsstater gjorde invändningar mot detta. Transaktionen ansågs därför ha en gemenskapsdimension och prövades av kommissionen.

IV DE RELEVANTA MARKNADERNA

1. Uppströmsmarknader

- (6) Navteq tillhandahåller databaser för navigerbara och icke-navigerbara digitala kartor. Båda typerna av kartor kan användas för platsbaserade tjänster i mobilhandsset. Navigerbara digitala kartor medger användning av applikationer för steg för steg-navigering (*turn-by-turn navigation*) i realtid. Databaser för icke-navigerbara digitala kartor svarar för mindre än 5 % av Navteqs omsättning.
- (7) Kommissionens konkurrensanalys visade att det inte kan uppkomma några konkurrensproblem på uppströmsmarknaden för databaser för icke-navigerbara digitala kartor, särskilt på grund av att det finns ett antal konkurrenter på denna marknad och på grund av att hindren för inträde på marknaden är begränsade. Kommissionen inriktade därför konkurrensanalysen på uppströmsmarknaden för databaser för navigerbara digitala kartor och på de relevanta nedströmsmarknaderna.

Databaser för navigerbara digitala kartor

- (8) Precis som i det nyligen offentliggjorda TomTom/Tele Atlas-beslutet definierade kommissionen en relevant marknad för tillhandahållande av databaser för navigerbara digitala kartor där databasernas geografiska täckning bestämmer produktmarknadens utsträckning. Frågan om den exakta avgränsningen av de relevanta produktmarknaderna – dvs. huruvida databaser som täcker enskilda länder eller regioner eller hela EES utgör separata produktmarknader – kan lämnas öppen, eftersom den inte inverkar på bedömningen. Den relevanta geografiska marknaden är global till sin utsträckning.

⁽¹⁾ EGT L 24, 29.1.2004, s. 1.

- (9) Marknadsandelsanalysen ger samma bild, oavsett vilken produktmarknad som tas i betraktande. Den globala marknaden för tillhandahållande av EES-täckande databaser för navigerbara digitala kartor är ett duopol där Tele Atlas är den viktigaste aktören, vilket visas av att företaget har den största marknadsandelen på den samlade marknaden för alla databaser med fullständig eller partiell EES-täckning (Navteq: 40–45 %, Tele Atlas: 55–60 %), på marknaderna för databaser med regional täckning och på de större marknaderna för databaser för enskilda länder (såsom marknaderna för databaser som täcker Frankrike, Tyskland, Italien, Spanien eller Förenade kungariket).
- (10) Marknadsundersökningen i detta ärende bekräftade slutsatserna från TomTom/Tele Atlas-beslutet såväl i fråga om den uppskattade tidsåtgången och kostnaden för inträde på marknaden som i fråga om sannolikheten för och verkningarna av marknadsinträde. Kommissionen utesluter inte att ett marginellt marknadsinträde kan ske, men inträdet på marknaden för tillhandahållande av EES-täckande databaser för navigerbara digitala kartor skulle inte ske tillräckligt snabbt eller vara tillräckligt ihållande eller omfattande för att förhindra eller upphäva alla eventuella konkurrensbegränsande verkningar av Nokias förvärv av Navteq.

2. Intermediär marknad

Navigeringsprogramvara

- (11) Navigeringsprogramvara kombinerar data från en databas för digitala kartor med geografisk positionering från en GPS-mottagare. Navigeringsprogramvaran använder en algoritm för att beräkna rutter och tillhandahålla steg för steg-anvisningar på skärm och via röstguidning. De flesta tillverkarna av mobilhandset och de flesta mobilnätoperatörerna framställer inte navigeringsprogramvara internt utan köper sådan programvara från oberoende programvaruutvecklare.
- (12) Precis som i TomTom/Tele Atlas-ärendet ansåg kommissionen det lämpligt att definiera en enda produktmarknad för navigeringsprogramvara, omfattande alla tre typerna av programvara (integrerad (*on board*), icke integrerad (*off board*) och hybrid) och oberoende av slutanvändningen (dvs. programvara för användning i bärbara navigeringsapparater (*portable navigation devices*, PND), personliga digitala assistenter (*personal digital assistants*, PDA), mobilhandset eller andra applikationer). Marknadens geografiska utsträckning är global.
- (13) Nokia är via företaget gate5 AG (som Nokia köpte år 2006) verksamt på marknaden för tillhandahållande av navigeringsprogramvara. Marknadsandelen för Nokia/gate5 är begränsad, (5–10) % av affärsmarknaden (*merchant market*) år 2006. De största tillhandahållarna av navigeringsprogramvara är NAVIGON ((20–30) %), Nav N Go ((15–20) %) och Destinator ((15–20) %). Ett stort antal företag är verksamma på denna marknad (Nokia nämner 23 tillhandahållare i sin anmälan av koncentrationen), och hindren för inträde på marknaden förefaller vara begränsade.

3. Två nedströmsmarknader

- (14) Kommissionen identifierade två relevanta nedströmsmarknader: i) marknaden för navigeringsapplikationer för mobilhandset och ii) marknaden för mobilhandset. Databaser för navigerbara digitala kartor utgör en insatsprodukt (*input*) för alla navigeringsapplikationer och för det ökande antalet mobilhandset med inbyggd navigeringsfunktion.

3.a Navigeringsapplikationer för mobilhandset

- (15) Navigeringsapplikationer för mobilhandset kan säljas antingen tillsammans med mobilhandset eller separat som eftermarknadstillsatser. De utgörs av en databas för digitala kartor och av navigeringsprogramvara som använder databasen och informationen från en GPS-mottagare för att tillhandahålla information om användarens aktuella position samt, när det gäller mer avancerade applikationer, grafiska anvisningar och röstanvisningar om hur användaren kan komma till en vald destination.
- (16) De flesta mobilnätoperatörerna i EES har börjat att erbjuda sina kunder sådana tjänster eller har för avsikt att göra detta. Navigeringsapplikationer för mobilhandset kan också bestå av navigeringsprogramvara som slutanvändarna köper direkt i affärer eller på programvaruutvecklarens webbplatser (t.ex. TomTom Mobile navigator 6). De kan även buntas ihop med handset, t.ex. när en mobilnätoperatör marknadsför ett handset och integrerar en navigeringstjänst av eget märke i detta. Navigeringsapplikationer för mobilhandset kan också nås via en webbläsare (*web browser*).
- (17) Ur slutanvändarnas synvinkel är de navigeringsapplikationer som erbjuds via dessa olika kanaler mycket likartade. Av denna anledning är det inte nödvändigt att definiera separata marknader för navigeringsapplikationer alltefter försäljningskanal.
- (18) I motsats till onlineapplikationer som erbjuder grundläggande "routing" (Google Maps, Mappy.com, etc.) erbjuder de avancerade navigeringsapplikationerna steg för steg-navigering i realtid med röstanvisningar. De senare kräver särskild navigeringsprogramvara. Sådana navigeringsapplikationer kan integreras i ett handset (*on board*-applikationer) eller lagras på en central server och nås trådlöst från handsetet (*off board*-applikationer). Hybridssystem kombinerar inslag från *on board*- och *off board*-applikationer. Det är inte nödvändigt att definiera separata marknader för *on board*-, hybrid- och *off board*-navigeringsapplikationer.

- (19) Även om vidare differentiering inte kan uteslutas framöver, kan en enda relevant marknad för navigeringsapplikationer för mobilhandset definieras för det här beslutets syften. Vad beträffar geografisk utsträckning utgör tillhandahållande av navigeringsapplikationer en minst EES-omfattande och eventuellt världsomfattande marknad.

Marknadsvillkor

- (20) Eftersom tillhandahållande av navigeringstjänster på mobilhandset är en bransch i vardande, finns det oavsett distributionskanal inte några tillförlitliga marknadsdata tillgängliga (t.ex. om marknadsandelar). Marknadsundersökningen visade att det finns ett stort antal konkurrerande företag. Mobilnätoperatörer har fördelen att ha ett permanent, direkt affärsförhållande med sina kunder och kan utnyttja sin ställning för att sälja navigeringsapplikationer för mobilhandset. Tillhandahållare av navigeringsprogramvara har den erforderliga tekniska sakkunskapen men blir lidande av att de inte har regelbunden kontakt med kunder. Tillhandahållare av onlinenavigeringsapplikationer har den fördelen att de kan nås via mobila webbläsare (Google Maps, Nokias OVI).
- (21) Hindren för inträde på marknaden för navigeringsapplikationer för mobilhandset är låga. Ett antal tillhandahållare av navigeringsprogramvara (som är verksamma på den intermediära marknaden) utvecklar märkeslösa produkter (s.k. *white label products*) som mobilnätoperatörer och andra aktörer enkelt kan göra till egna märkesprodukter.

3.b Mobilhandset

- (22) Mobilhandset med navigeringsapplikationer utgör en av de viktigaste typerna av navigeringsapparater. Andra apparater med navigeringsfunktion är PND och PDA. PND, PDA och mobilhandset med navigeringsfunktion uppfyller olika typer av konsumentbehov. Ur konsumenternas synvinkel är utbytbarheten mellan mobilhandset med navigeringsfunktion och andra typer av navigeringsapparater begränsad. Ett mobilhandset med navigeringsfunktion är en kommunikationsapparat med ett flertal funktioner vilken huvudsakligen används för mobiltelefoni och vars navigeringsfunktion bara är en av många funktioner. Olika typer av navigeringsapparater är på grund av att de har olika funktioner inte helt och hållet ömsesidigt utbytbara. Man kan därför dra slutsatsen att marknaden för mobiltelefoner utgör en separat relevant produktmarknad.
- (23) Det är vanligt att nya funktioner introduceras i exklusiva handset och därefter relativt snabbt erbjuds i ett stort antal andra typer av handset ifall funktionen i fråga tilltalar konsumenterna. De flesta handset i mellan- och högprisklasserna har nu operativsystem som medger användning av navigeringsapplikationer. Kommissionen undersökte

huruvida det i syfte att definiera marknaden var lämpligt att skilja mellan mobilhandset med inbyggd GPS-funktion och mobilhandset utan inbyggd GPS-funktion och drog slutsatsen att det inte var lämpligt att göra detta. För det första kan de flesta mobilhandset som säljs nu användas för navigering tack vare relativt billiga externa GPS-sensorer som kan kopplas till en mobiltelefon via en Bluetooth-anslutning. För det andra kommer enligt marknadsanalysprognoser ca (65–75) % av de mobiltelefoner som säljs i Västeuropa under 2011 att ha en inbyggd GPS-sensor.

- (24) Av de ovan angivna skälen anser kommissionen att den relevanta produktmarknaden omfattar alla mobilhandset. Den relevanta geografiska marknaden är global till sin utsträckning.

Marknadsvillkor

- (25) Nokia är den avgjort största aktören på marknaden för mobilhandset. Nokia och dess huvudkonkurrenter hade följande globala marknadsandelar år 2006: Nokia (30–40) %, Motorola (15–25) %, Samsung (10–20) %, Sony Ericsson (0–10) %, LG (0–10) % och BenQ Mobile (0–10) %⁽¹⁾. Ett stort antal olika typer av mobilhandset är navigeringskompatibla och Nokia är inte det enda företaget som erbjuder handset som kan användas för navigering. Navigeringstjänster är för närvarande inte något som i väsentlig utsträckning driver på försäljningen av handset. Företagen väntar sig emellertid att navigeringstjänster kommer att bli mer populära framöver.
- (26) I likhet med de flesta andra elektronikproduktmarknaderna kännetecknas marknaden för mobilhandset av intensiv konkurrens och frekvent inträde av nya företag på marknaden. Produkter som konkurrerar med Nokias handset introduceras inte bara av det företags traditionella konkurrenter i mobiltelefonsektorn utan även av företag från andra elektronikproduktmarknader. Exempel på apparater som vinner marknadsandelar är RIM:s BlackBerry, Apples iPhone, Garmins Nuviphone och Palm.
- (27) Kommissionen godkände den 14 maj 2008 TomToms förvärv, utan åtaganden, av Tele Atlas, Navteqs konkurrent på marknaden för tillhandahållande av databaser för navigerbara digitala kartor. Även om sammanslagningen av Nokia och Navteq analyseras för sig och uppvisar andra särdrag (särskilt på nedströmsmarknaderna) finns det ett antal likheter mellan de båda ärendena. I båda ärendena visade analysen att vertikal avskärmning är osannolik, eftersom det sammanslagna företaget skulle sakna incitament för avskärmning.

V KONKURRENSBEDÖMNING

⁽¹⁾ Källa: anmälan.

- (28) Kommissionen inriktade sin marknadsundersökning på att bedöma hur sannolikt det är att konkurrensen kommer att skadas till följd av transaktionen på grund av i) icke samordnade verkningar (insatsproduktavskärmning på nedströmsmarknaderna från det sammanslagna företags sida samt tillgång för det sammanslagna företaget till konfidentiell information härrörande från dess konkurrenter) och ii) samordnade verkningar.

1. Avskärmning av insatsprodukter

- (29) Mobiltelefonstillverkare, mobilnätoperatörer, användare av onlinekartor och tillhandahållare av navigeringsprogramvara har givit uttryck för oro över att Nokia och Navteq skulle kunna avskärma dem från marknaden för databaser för navigerbara digitala kartor. En avskärmningsstrategi skulle kunna bestå i att höja priserna, att tillhandahålla kartor av lägre kvalitet, att fördröja tillträdet till de senaste kartorna eller funktionerna eller att förbehålla Nokia innovativa funktioner. De som utfrågades i samband med marknadsundersökningen ansåg inte att fullständig insatsproduktavskärmning var ett troligt scenario.

- (30) Kommissionen prövade i) huruvida det sammanslagna företaget skulle ha förmåga att avskärma tillträdet till insatsprodukter efter sammanslagningen, ii) huruvida det skulle ha något incitament att göra detta och iii) huruvida en avskärmningsstrategi skulle få betydande skadliga verkningar.

Förmåga

- (31) Databaser för navigerbara digitala kartor är en kritisk insatsprodukt för tillhandahållandet av navigeringsapplikationer för mobilhandset, eftersom dessa applikationer inte kan tillhandahållas utan sådana databaser. Det är däremot inte säkert att databaser för navigerbara digitala kartor är en kritisk insatsprodukt för marknaden för mobilhandset, eftersom navigeringsapplikationer bara är en tjänst bland många andra i handset. Kunder skulle kunna besluta att köpa ett handset utan inbyggd navigeringsapplikation och få tillgång till en navigeringsapplikation till exempel genom abonnemang på mobilnätoperatörens navigeringstjänst. Eftersom den anmälade parten själv har angivit att navigeringsapplikationer som integrerats i mobilhandset inom en nära framtid kommer att bli av största betydelse för försäljningen av handset, kan det emellertid också göras gällande att databaser för navigerbara digitala kartor verkligen är en viktig insatsprodukt för tillverkare av handset.
- (32) Navteq har betydande styrka på marknaden för databaser för navigerbara digitala kartor och konkurrerar på den marknaden enbart med Tele Atlas.
- (33) Det går inte att utesluta att det kan finnas lämpliga och effektiva motstrategier som skulle göra avskärmning från Nokias och Navteqs sida olönsam. PND-tillverkaren Garmin har ingått ett långsiktigt avtal med Navteq om tillhandahållande av databaser för navigerbara digitala kartor. Garmin har rätt att sälja databaserna vidare tillsammans

med sin programvara. Företaget skulle i viss utsträckning kunna bli en trovärdig leverantör för handsetstillverkare⁽¹⁾ eller mobilnätoperatörer av databaser för navigerbara digitala kartor och därigenom fungera som en tredje tillhandahållare av kartor på marknaden. Handsetstillverkare och mobilnätoperatörer skulle därför ha ett indirekt skydd mot en avskärmningsstrategi från Nokias sida. Garmin skulle dock inte vara en lämplig kartdatabasleverantör för tillhandahållare av navigeringsprogramvara och online-tillhandahållare av navigeringstjänster, eftersom sådana företag utvecklar sin egen navigeringsprogramvara och Garmin bara har rätt att sälja kartor som integrerats i en applikation som utvecklats av det företaget.

- (34) Motorola [har ett avtal] med Navteq. Motorola, som är den näst största tillverkaren av mobilhandset, [kommer att vara i stånd att utöva konkurrenstryck mot Nokia i fråga om navigeringstjänster som integrerats i mobilhandset].
- (35) Frågan om huruvida parterna i koncentrationen skulle ha förmåga att avskärma konkurrenterna nedströms kan lämnas öppen, eftersom Nokia och Navteq såsom visas nedan inte har något incitament att göra detta.

Incitament

- (36) Efter sammanslagningen kommer Nokia och Navteq att ta hänsyn till hur försäljningen av kartdatabaser till Nokias konkurrenter påverkar företagets vinster såväl på uppströmsmarknaden som på nedströmsmarknaderna. När det sammanslagna företaget överväger lönsamheten hos en insatsproduktavskärmningsstrategi måste det därför göra en avvägning mellan den vinstförlust som uppstår på uppströmsmarknaden genom att försäljningen av insatsprodukter minskar och den vinstökning som uppkommer på nedströmsmarknaderna genom att konkurrenternas kostnader ökar.
- (37) Kommissionen utförde en ingående kvalitativ och kvantitativ analys för att fastställa Nokias och Navteqs incitament i detta avseende på marknaden för mobilhandset. Analysen ledde till slutsatsen att det sammanslagna företaget trots att vinsten på försäljning av ett mobilhandset är mycket högre än vinsten på försäljning av en kartdatabas skulle sakna incitament att avskärma Nokias konkurrenter på nedströmsmarknaden i fråga. Analysen gällde visserligen bara avskärmning av konkurrenter som tillverkar mobilhandset, men det verkar vara än mer osannolikt att det sammanslagna företaget skulle ha något incitament att ge sig in på insatsproduktavskärmning visavi företag som på annat sätt tillhandahåller navigeringsapplikationer för mobilhandset, särskilt med tanke på Nokias mer begränsade närvaro på marknaden för navigeringsapplikationer för mobilhandset och de mer begränsade vinster som kan uppnås där.

⁽¹⁾ Tillkännagivandet nyligen av ett partnerskap mellan Garmin och Samsung åskådliggör vilken typ av partnerskap som kan komma att utvecklas.

- (38) Ett flertal faktorer begränsar Nokias och Navteqs incitament att avskärma konkurrenterna nedströms. För det första utgör priset för kartdatabaser i genomsnitt mindre än 5 % av grossistpriset för mobilhandset. Endast en mycket kraftig ökning i priset för kartdatabaser skulle därför få konsekvenser för priset för mobilhandset. För det andra är navigeringsapplikationer bara en tjänst bland många andra i mobilhandset. För det tredje skulle Garmin kunna sälja kartor (som integrerats i företagets navigeringsprogramvara) till konkurrenter som avskärmats av Nokia och Navteq, och Motorola, som är Nokias viktigaste konkurrent, [kommer att vara i stånd att utöva konkurrenstryck mot Nokia i fråga om navigeringstjänster som integrerats i mobilhandset].
- (39) Kommissionen utförde även en ekonomisk analys. Denna visade att det inte skulle löna sig för Nokia och Navteq att utveckla någon avskärningsstrategi. Det sammanslagna företaget skulle inte fånga upp mer än en relativt begränsad försäljningsvolym nedströms genom att höja priset på kartdatabaser för Nokias konkurrenter och intäktsförlusten på grund av den minskade försäljningen av kartdatabaser skulle inte kompenseras genom den ökade försäljningen av mobilhandset.
- (40) Med beaktande av det som anges ovan skulle det sammanslagna företaget inte ha något incitament att höja priserna på ett sätt som skulle leda till konkurrensbegränsande verkningar på någon av nedströmsmarknaderna.

Verkningar på nedströmsmarknaderna

- (41) Av de ovan angivna skälen skulle verkningarna på nedströmsmarknaderna av avskärningsstrategier bli mycket begränsade. De prisökningar som Navteq skulle kunna tvinga Nokias konkurrenter att godta begränsas av att priset för kartdatabaser utgör en så liten del av priset för mobilhandset och av att kostnaden för att byta leverantör av kartdatabaser är begränsad. Konkurrensen med Tele Atlas innebär att Navteq inte kan driva igenom några större prisökningar.
- (42) I och med att det dubbla pålägget faller bort kan priset på Nokiamobilhandset som säljs tillsammans med en navigeringsapplikation dessutom komma att sjunka (om än i mycket begränsad omfattning). Med beaktande av det som anges ovan är det inte sannolikt att transaktionen kommer att leda till att konkurrensen på nedströmsmarknaderna skadas.
- (43) Parterna i koncentrationen gjorde gällande att koncentrationen skulle leda till priseffektivitetsvinster och andra effektivitetsvinster. Kommissionens analys visade att koncentrationen kan komma att ge upphov till priseffektivitetsvinster (om än mycket begränsade sådana). Andra effektivitetsvinster (t.ex. utveckling av kartor för fotgängare) kan troligtvis inte hänföras till koncentrationen, utan snarare till tillväxten på marknaden för navigeringsapplikationer för mobilhandset.

2. Tillgången för det sammanslagna företaget till konfidentiell information

- (44) De farhågor om uppgifternas konfidentialitet som vissa tredje parter har uttryckt grundar sig på antagandet att Navteqs kunder måste dela med sig av informationen om sina framtida konkurrensåtgärder till sin kartleverantör. De befarar att informationen kan komma att användas till deras nackdel av nedströmsparten i det sammanslagna företaget.
- (45) Kommissionen har fastställt att endast en begränsad mängd information av värde ur konkurrenssynpunkt har utväxlats mellan Navteq och dess kunder och att denna information skulle kunna minskas ytterligare. Därför är det osannolikt att det sammanslagna företaget kommer att kunna få sådan information från sina kunder som ger det en konkurrensfördel, om kunderna befarar att sådan information skulle kunna användas till det sammanslagna företags fördel i nedströmsmarknaden för mobiltelefoner eller navigeringsapplikationer. Dessutom skulle det sammanslagna företaget ha incitament att lindra tredje parter farhågor om uppgifternas konfidentialitet. Med tanke på att parterna saknar incitament att avskärma marknaden för insatsprodukter är det sannolikt att parterna skulle reagera på olika sätt på eventuella konfidentialitetsfarhågor, främst genom att erbjuda sina kunder villkor som skulle göra det ointressant att byta till Tele Atlas.

3. Samordnade verkningar

- (46) Kommissionen prövade också huruvida den vertikala integrationen av Nokia och Navteq skulle ge upphov till problem med avseende på samordnade verkningar. Den fann, av de skäl som redovisas nedan, att det inte är sannolikt att koncentrationen får konkurrensbegränsande verkningar genom samordning.
- (47) TomTom och Nokia är inte verksamma på samma nedströmsmarknader och de vänder sig till olika kundkategorier. TomTom är den största tillhandahållaren av PND i Europa och har endast en marginell andel av marknaden för navigeringsprogramvara. Nokia är den största tillverkaren av mobilhandset och har för avsikt att öka sin närvaro på marknaden för navigeringsapplikationer för mobilhandset genom att utveckla sin Internetportal OVI, och har endast marginell verksamhet på marknaden för försäljning av PND. Det innebär att koncentrationen varken ökar incitamentet eller skapar ett incitament för Nokia och TomTom att samordna sitt agerande på nedströmsmarknaderna.
- (48) Som följd av transaktionen får uppströmsmarknaden för databaser för navigerbara digitala kartor en mer symmetrisk struktur med två vertikalt integrerade företag som tillhandahåller kartor. Undersökningen visade dock att denna marknadsstruktur inte främjar samordning, eftersom TomTom och Nokia är verksamma på olika nedströmsmarknader och därför har olika incitamentsstrukturer.

- (49) Det kan göras gällande att TomTom och Nokia skulle kunna ha ett gemensamt intresse av att försäkra de villkor på vilka Tele Atlas och Navteq saluför sina digitala kartor, med syftet att göra TomToms och Nokias apparater och tjänster mer tilltalande än konkurrenternas. Det är emellertid mycket osannolikt att en sådan strategi skulle vara hållbar.
- (50) En uppdelning av marknaden mellan PND å ena sidan och mobilhandset och navigeringsapplikationer å andra sidan förefaller osannolik med tanke på att tillväxtförväntningarna är så divergerande. TomTom/Tele Atlas har exempelvis en mycket liten andel av marknaden för navigeringsapplikationer för mobilhandset. Även om denna marknad för närvarande är begränsad mätt i värde väntas den växa betydligt i framtiden. Därför skulle TomTom/Tele Atlas ha ett starkt incitament att sälja digitala kartor för mobilnavigering till lägre priser än Navteq för att vara närvarande på denna marknad, som väntas växa snabbare än PND-marknaden, TomToms traditionella verksamhet. I annat fall skulle det finnas en risk för att Navteq bjuder under TomTom/Tele Atlas, som skulle gå miste om kartförsäljning som inte skulle kompenseras av försämrade konkurrenskraft hos de direkta konkurrenterna, dvs. PND-tillverkare. Den asymmetriska incitamentsstrukturen hos de båda vertikalt integrerade företagen främjar inte samordning eftersom en sådan samordning knappast skulle fungera.
- (51) Dessutom uppfylls inte villkoren för samordning. Insynen i prissättningen av navigerbara digitala kartor är mycket begränsad och avtalen i denna bransch är omfattande och fåtaliga, vilket gör avvikelser från en eventuell hemlig samordning mer sannolika. Dessutom skulle Garmin sannolikt kunna destabilisera en eventuell samordning mellan Navteq och Tele Atlas med hjälp av sitt långfristiga avtal med Navteq, som garanterar leveranserna av digitala kartor. Som anges ovan har Garmin redan tillkännagivit sin avsikt att lansera ett mobilhandset med navigeringsfunktion och dessutom tillkännagivit att dessa navigeringsapplikationer kommer att finnas på Samsungs mobilhandset i Europa [affärshemligheter].
- (52) Med beaktande av dessa överväganden drog kommissionen slutsatsen att det inte är sannolikt att koncentrationen får konkurrensbegränsande verkningar genom samordning.

VI SLUTSATS

- (53) Kommissionen drog i sitt beslut slutsatsen att koncentrationen inte kommer att ge upphov till några konkurrensproblem som påtagligt hämmar effektiv konkurrens inom den gemensamma marknaden eller en väsentlig del av denna. Den förklarade därför koncentrationen förenlig med den gemensamma marknaden och med EES-avtalets funktion, i enlighet med artikel 8.1 i koncentrationsförordningen och artikel 57 i EES-avtalet.

NOT TILL LÄSAREN

EU-institutionerna har beslutat att deras texter inte längre ska innehålla en hänvisning till den senaste ändringen av den ifrågavarande rättsakten.

Såvida inte annat anges, avser därför hänvisningarna i de texter som här offentliggörs rättsakter i deras gällande lydelse.