Kokkuvõte komisjoni otsusest,

2. juuli 2008,

millega koondumine kuulutatakse kokkusobivaks ühisturu ja EMP lepinguga

(Juhtum nr COMP/M.4942 — Nokia/Navteq)

(Ainult ingliskeelne tekst on autentne)

(2009/C 13/06)

Komisjon võttis 2. juulil 2008 vastavalt nõukogu 20. jaanuari 2004. aasta määrusele (EÜ) nr 139/2004 kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumiste üle [1] ja eriti selle artikli 8 lõikele 1 vastu otsuse ühinemist käsitlevas juhtumis. Otsuse mittekonfidentsiaalne täielik versioon on kättesaadav juhtumi autentses keeles ja komisjoni töökeeltes konkurentsi peadirektoraadi veebilehel aadressil:

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

I. KOONDUMISE OSALISED

(1) Nokia Corporation (edaspidi „Nokia") on Soome ettevõtja, kes pakub elektrooniliste sidevõrkude seadmeid, lahendusi ja teenuseid. Ettevõtja on peamiselt tuntud mobiiltelefonide (edaspidi „mobiiltelefonid") tootjana. Nokia kavatseb oma Ovi-nimelise portaali kaudu välja töötada ka mobiilsed sidusteenused, sealhulgas nn asukohapõhised teenused.

(2) Navteq Corporation (edaspidi „Navteq") on Ameerika Ühendriikide ettevõtja, kes pakub navigatsiooniseadmetes ja mitmesuguste asukohapõhiste teenuste osutamiseks kasutatavaid digitaalkaartide andmeid.

II. KOONDUMINE

(3) 1. oktoobril 2007 teatas Nokia lepingu sõlmimisest, mille kohaselt Nokia omandab kõik Navteqi aktsiad ja kehtivad optsioonid. Kõnealuse tehingu puhul on tegemist koondumisega määruse (EÜ) nr 139/2004 (edaspidi „ühinemismäärus") artikli 3 lõike 1 punkti b tähenduses.

III. ARTIKLI 4 LÕIKE 5 KOHANE ÜLEANDMINE

(4) Koondumise osalised ei vasta ei ühinemismääruse artikli 1 lõikes 2 ega lõikes 3 sätestatud käibekünnisele. Koondumise oleks saanud riiklike ühinemiskontrollialaste õigusaktide kohaselt läbi vaadata 11 liikmesriigis, (ärisaladused).

(5) Komisjon sai 22. novembril 2007 Nokialt põhjendatud ettepaneku, milles ettevõtja taotles ühinemismääruse artikli 4 lõike 5 alusel asja üleandmist komisjonile. Kõik liikmesriigid olid nõus koondumise üleandmisega komisjonile. Koondumine on seega käsitletav ühenduse seisukohast olulise koondumisena ning komisjon on selle läbi vaadanud.

IV. ASJAOMASED TURUD

1. Eelnevad turud

(6) Navteq müüb digitaalseid navigatsiooni- ja muude kaartide andmebaase. Mõlemat liiki kaarte saab kasutada mobiiltelefonides asukohapõhiste teenuste osutamiseks. Navigatsioonikaardid võimaldavad teostada rakendusi, mis pakuvad reaalajas sõidusuuniseid. Muud digitaalsed kaardiandmebaasid moodustavad Navteqi käibest aga vähem kui 5 %.

(7) Komisjon järeldas oma konkurentsianalüüsis, et navigatsiooniga mitteseotud digitaalsete kaardiandmebaaside eelneval turul ei saa konkurentsiprobleeme tekkida, sest konkurente on mitu ja turuletuleku tõkked piiratud. Seetõttu keskendus komisjon konkurentsianalüüsis digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside eelnevale turule ja asjaomastele järgnevatele turgudele.

Digitaalsed navigatsioonikaartide andmebaasid

(8) Nagu hiljuti TomTomi/Tele Atlase kohta tehtud otsuses, määratles komisjon digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside pakkumise asjaomase turu, mille puhul tooteturu ulatuse määrab kindlaks andmebaaside geograafiline katvus. Asjaomaste tooteturgude täpne määratlus, s.t küsimus, kas üksikuid riike, piirkondi või kogu EMPd katvate andmebaaside puhul on tegemist eraldiseisvate tooteturgudega, võib jääda lahtiseks, sest see ei mõjuta hinnangut. Asjaomane geograafiline turg on ülemaailmne.

[1] ELT L 24, 29.1.2004, lk 1.

(9) Turuosa analüüs annab sama tulemuse olenemata sellest, millist alternatiivset tooteturgu analüüsitakse. EMPd katvate digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside pakkumise ülemaailmne turg on duopol, kus suurima turuosalise Tele Atlase turuosa on suurem nii kõikide EMPd täielikult või osaliselt katvate andmebaaside koguturul (Navteq 40–45 %, Tele Atlas 55–60 %), piirkondliku katvusega andmebaaside turul kui ka suurematel üksikute riikide turgudel, näiteks Prantsusmaad, Saksamaad, Itaaliat, Hispaaniat või Ühendkuningriiki katvate andmebaaside turul.

(10) Käesolevas juhtumis tehtud turuanalüüs kinnitas hiljutises TomTomi/Tele Atlase juhtumis saadud tulemusi nii turuletuleku hinnangulise aja ja kulude kui ka turuletuleku tõenäolisuse ja mõju kohta. Ehkki komisjon ei välista vähetähtsat turuletulekut, ei oleks EMPd katvate digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside pakkumise turgudele sisenemine õigeaegne (st piisavalt kiire ja püsiv) ega piisav (ulatuselt ja kaalult), et ära hoida või nurjata Nokia ja Navteqi ühinemise võimalikke konkurentsivastaseid mõjusid.

2. **Vahendusturg**

Navigatsioonitarkvara

(11) Navigatsioonitarkvara ühendab digitaalse kaardiandmebaasi andmed GPS-vastuvõtjalt saadud asukohamääranguga. Navigatsioonitarkvara koostab algoritmi abil teekonna ja pakub reaalajas sõidusuuniseid nii ekraanil kui ka tehiskõnega. Enamik mobiiltelefonide tootjaid ja enamik mobiilsideoperaatoreid ei tooda ise navigatsioonitarkvara. Tavaliselt ostavad kõnealused ettevõtjad navigatsioonitarkvara kolmandatest isikutest tarkvaraarendajatelt.

(12) Nagu TomTomi/Tele Atlase juhtumi puhul, pidas komisjon otstarbekaks määratleda navigatsioonitarkvara turg ühtse tooteturuna, mis hõlmab kõiki kolme tarkvaraliiki (parda-, välis- ja hübriidsüsteemid) ja kõiki lõppkasutusi (s.t kaasaskantavates navigatsiooniseadmetes, pihuarvutites, mobiiltelefonides või muudes rakendustes). Geograafiliselt ulatuselt on kõnealune turg ülemaailmne.

(13) Nokia tegutseb navigatsioonitarkvara pakkumise turul oma tütarettevõtja gate5 AG kaudu, mille Nokia omandas 2006. aastal. Nokia/gate5 turuosa on piiratud: 2006. aastal oli see (5–10) % kaubaturust (suurimad turuosalised on (20–30) %-ga NAVIGON, (15–20) %-ga Nav N Go ja (15–20) %-ga Destinator). Kõnealusel turul tegutseb palju ettevõtjaid (Nokia loetleb neid koondumisteates 23) ja turuletuleku tõkked näivad olevat piiratud.

3. **Kaks järgnevat turgu**

(14) Komisjon on kindlaks teinud kaks asjaomast järgnevat turgu: i) mobiiltelefonide navigatsioonirakendused ja ii) mobiiltelefonid. Kõik navigatsioonirakendused, samuti üha suurem hulk sisseehitatud navigatsiooniseadmega mobiiltelefone kasutavad digitaalseid navigatsioonikaartide andmebaase.

3.a. *Mobiiltelefonide navigatsioonirakendused*

(15) Mobiiltelefonide navigatsioonirakendusi saab müüa koos mobiiltelefoniga või eraldi turujärgse lisatootena; need koosnevad digitaalsest kaardiandmebaasist ja navigatsioonitarkvarast, mis kasutab andmebaasi ja GPS-vastuvõtjalt saadud andmeid kasutajale tema asukoha kohta teabe andmiseks; keerukamad seadmed annavad graafilisi ja tehiskõnega juhiseid valitud sihtkohta jõudmiseks.

(16) Enamik EMP mobiilsideoperaatoreid pakuvad oma klientidele nimetatud teenuseid või kavatsevad neid pakkuma hakata. Mobiiltelefonide navigatsioonirakendused võivad koosneda ka navigatsioonitarkvarast, mille lõpptarbija ostab otse kauplusest või tarkvaraarendaja veebilehelt (nt TomTom Mobile navigator 6). Kõnealuseid rakendusi võib pakkuda ka paketis mobiiltelefoniga, näiteks kui mobiilsideoperaator reklaamib mobiiltelefoni ja lisab sellele oma tootemargiga navigatsiooniteenuse. Mobiiltelefonide navigatsioonirakendused on kättesaadavad ka veebibrauseri kaudu.

(17) Lõpptarbija seisukohalt on eri kanaleid kaudu pakutavad navigatsioonirakendused väga sarnased. Seetõttu ei ole navigatsioonirakenduste turgusid vaja müügikanali järgi eristada.

(18) Erinevalt põhimarsruute pakkuvatest sidusrakendustest (Google Maps, Mappy.com jne) pakuvad keerukad navigatsiooniseadmed tehiskõne abil reaalajas sõidusuuniseid. Nende puhul peab seadmele olema paigaldatud eriotstarbeline navigatsioonitarkvara. Nimetatud navigatsioonirakendusi saab mobiiltelefoni sisse ehitada (pardasüsteem) või käitada keskses serveris, millele juurdepääs toimub mobiiltelefonist (välissüsteem). Hübriidsüsteem ühendab nii parda- kui ka välisrakenduste omadused. Navigatsiooni välis-, hübriid- ja pardarakenduste puhul ei ole eraldiseisvate turgude määratlemine vajalik.

(19) Ei saa küll välistada edasist eristamist tulevikus, kuid käesoleva otsuse jaoks võib mobiiltelefonide navigatsioonirakenduste turu määratleda üheainsa asjaomase turuna. Geograafiliselt ulatuselt hõlmab navigatsioonirakenduste pakkumine vähemalt EMPd, kuid võib olla ka ülemaailmne turg.

Turutingimused

(20) Mobiiltelefonide navigatsiooniteenuste osutamine on tärkav tööstusharu, mille kohta olenemata turustuskanalist puuduvad usaldusväärsed turuandmed, näiteks turuosade andmed. Turu-uuring näitab, et konkurente on palju. Mobiilsideoperaatorite eeliseks on olemasolev otsene ärisuhe tarbijatega, mis aitab neil mobiiltelefonide navigatsioonirakendusi müüa. Navigatsioonitarkvara pakkujatel on olemas vajalik tehniline asjatundlikkus, kuid puuduvad korrapärased kontaktid tarbijatega. Navigatsiooni sidusrakenduste pakkujate eeliseks on juurdepääs nende toodetele mobiilibrauserite kaudu (Google Maps, Nokia Ovi).

(21) Mobiiltelefonide navigatsioonirakenduste turule tuleku tõkked on madalad. Paljud (vahendusturul tegutsevad) navigatsioonitarkvara pakkujad arendavad välja kaubamärgiga tähistamata tooteid, mida mobiilsideoperaatorid või teised turuosalised saavad kergesti pakkuda oma tootemargi all.

3.b. *Mobiiltelefonid*

(22) Navigatsioonirakendustega varustatud mobiiltelefonid on üks peamisi navigatsiooniseadmete liike. Navigatsiooniseadmete liigid on veel kaasaskantavad navigatsiooniseadmed ja pihuarvutid. Kaasaskantavad navigatsiooniseadmed, pihuarvutid ja navigatsiooniseadmega mobiiltelefonid vastavad eri tarbijate vajadustele. Tarbijate seisukohalt on mobiiltelefonide ja muud liiki navigatsiooniseadmete omavaheline asendatavus piiratud. Mobiiltelefon on mitmeotstarbeline sidevahend, mida kasutatakse peamiselt mobiilsideks ja mille puhul navigatsioonifunktsioon on vaid üks paljudest omadustest. Erinevate funktsioonide tõttu ei ole navigatsiooniseadmete eri liigid täielikult üksteisega asendatavad. Seetõttu võib järeldada, et mobiiltelefonid moodustavad eraldiseisva asjaomase tooteturu.

(23) Tavaliselt võetakse uusimad funktsioonid kõigepealt kasutusele kallimates mobiiltelefonides ja kui funktsioon osutub tarbijatele huvipakkuvaks, laiendatakse seda üsna kiiresti teistele mobiiltelefonidele. Enamiku keskmise ja kõrgema hinnaklassi mobiiltelefonide operatsioonisüsteem toetab navigatsioonilahendusi. Komisjon kaalus, kas turu määratlemiseks on asjakohane eristada sisseehitatud GPSiga ja ilma sisseehitatud GPSita mobiiltelefone, ning jõudis järeldusele, et eristamine ei ole otstarbekas. Esiteks saab enamikku praegu müügil olevaid mobiiltelefone kasutada navigatsiooniks tänu suhteliselt odavatele välistele GPS-anduritele, mida saab mobiiltelefoniga ühendada Bluetooth-protokolli abil. Teiseks, analüütikute prognooside kohaselt on 2011. aastal ligikaudu (65–75) % Lääne-Euroopas müüdavatest mobiiltelefonidest varustatud sisseehitatud GPS-anduriga.

(24) Eespool osutatud põhjustel leiab komisjon, et asjaomane tooteturg hõlmab kõiki mobiiltelefone. Asjaomane geograafiline turg on ülemaailmne.

Turutingimused

(25) Mobiiltelefonide pakkumise turgudel on Nokia selgelt suurim pakkuja. Nokia ja tema põhikonkurentide ülemaailmsed turuosad olid 2006. aastal järgmised: Nokia (30–40) %, Motorola (15–25) %, Samsung (10–20) %, Sony Ericsson (0–10) %, LG (0–10) %, BenQ Mobile (0–10) % ([1]). Paljud mobiiltelefonid ühilduvad navigatsioonisüsteemidega ja Nokia ei ole ainus navigatsiooni jaoks sobivate mobiiltelefonide pakkuja. Navigatsiooniteenused ei mõjuta praegu oluliselt mobiiltelefonide müüki. Osalised aga eeldavad, et navigatsiooniteenused muutuvad tulevikus populaarsemaks.

(26) Nagu enamikku elektroonikaturge, iseloomustab mobiiltelefonide turgu tihe konkurents ja uute konkurentide sage turuletulek. Lisaks tavapärastele mobiiltelefonitootjatest konkurentidele toovad Nokia mobiiltelefonidega võistlevaid tooteid turule ka muud elektroonika- ja kõrgtehnoloogiaettevõtjad. Näiteks suureneb selliste seadmete nagu RIMi Blackberry, Apple'i iPhone'i, Garmini Nuviphone'i ja Palmi turuosa.

V. **KONKURENTSIMÕJU HINDAMINE**

(27) Komisjon andis 14. mail 2008 TomTomile loa omandada Tele Atlas, Navteqi konkurent digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside pakkumisel. Kuigi Nokia ja Navteqi ühinemist analüüsitakse eraldi ja ühinemise asjaolud — eriti järgnevad turud — erinevad, on kõnealusel kahel juhtumil mitu sarnasust. Mõlema juhtumi analüüs näitab, et turulepääsu vertikaalne piiramine on ebatõenäoline, sest ühinemisel tekkival ettevõtjal puuduks selleks ajend.

([1]) Allikas: koondumisteade.

(28) Komisjon hindas turu-uuringus koondumise võimalikku konkurentsivastast mõju, mis tuleneb i) kooskõlastamata mõjust (ühinemisel tekkiva ettevõtja poolne juurdepääsu piiramine järgnevate turgude tootmissisenditele ja ühinemisel tekkiva ettevõtja juurdepääs konkurentide konfidentsiaalsele teabele) ning ii) kooskõlastatud mõjust.

1. **Sisenditurule juurdepääsu piiramine**

(29) Mobiiltelefonide tootjad, mobiilsideoperaatorid, Internetipõhiste kaartide kasutajad ja navigatsioonitarkvara pakkujad on väljendanud muret, et Nokia ja Navteq võivad piirata nende juurdepääsu digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside turule. Juurdepääsu piiramise strateegilist eesmärki on võimalik saavutada hindade tõstmisega, kaartide kvaliteedi halvendamisega, uusimatele kaartidele või atribuutidele juurdepääsu andmisega viivitamisega või uuenduslike võimaluste reserveerimisega Nokiale. Turu-uuringule vastajad ei pidanud sisenditurule juurdepääsu täielikku sulgemist tõenäoliseks.

(30) Komisjon uuris järgmist: i) kas ühinemisel tekkiv ettevõtja suudaks pärast ühinemist piirata juurdepääsu tootmissisenditele, ii) kas tal oleks ajendit seda teha ja iii) kas piiramine avaldaks märkimisväärset kahjulikku mõju.

Suutlikkus

(31) Digitaalsetel navigatsioonikaartide andmebaasidel on mobiiltelefonide navigatsioonirakenduste pakkumises otsustav roll, sest navigatsioonirakendusi ei saa pakkuda ilma digitaalse navigatsioonikaartide andmebaasita. Samas ei ole selge, kas digitaalsed navigatsioonikaartide andmebaasid on otsustava tähtsusega sisend mobiiltelefonide turul, sest navigatsioonirakendused on vaid üks teenus paljudest. Tarbijad saavad osta ilma sisseehitatud navigatsioonirakendusteta mobiiltelefoni ja kasutada navigatsioonilahendust, tellides navigatsiooniteenuse näiteks oma mobiilsideoperaatorilt. Võib siiski ka väita, et digitaalsed navigatsioonikaartide andmebaasid on mobiiltelefonide tootjate jaoks oluline tooteosa, sest koondumisteate esitanud osalised on tunnistanud, et mobiiltelefonidesse sisseehitatud navigatsioonirakendused on üks põhitegureid, mis lähitulevikus mobiiltelefonide müüki mõjutab.

(32) Navteqil on digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside turul märkimisväärne turujõud ja ta konkureerib ainult Tele Atlasega.

(33) Ei saa välistada õigeaegsete ja tulemuslike vastustrateegiate olemasolu, mis muudaksid Nokia ja Navteqi poolse piiramise ebatulusaks. Kaasaskantavate navigatsiooniseadmete tootja Garmin on sõlminud Navteqiga pikaajalise lepingu digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside tarnimiseks. Garminil on õigus müüa nimetatud andmebaase koos oma tarkvaraga. Garmin võiks teataval määral olla digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside usaldusväärne tarnija mobiiltelefonide tootjatele ([1]) või mobiilsideoperaatoritele, tegutsedes seega turul kolmanda kaartide pakkujana. Seetõttu oleksid mobiiltelefonide tootjad ja mobiilsideoperaatorid Nokia piiramisstrateegia vastu kaudselt kaitstud. Garmin ei sobiks aga kaardiandmebaaside tarnijaks navigatsioonitarkvara pakkujatele ega navigatsiooni sidusteenuste osutajatele, sest nimetatud kliendid töötavad välja oma navigatsioonitarkvara, kuid Garminil on õigus müüa kaarte ainult enda väljatöötatud rakenduse osana.

(34) Motorolal on Navteqiga (leping). Suuruselt teine mobiiltelefonide tootja (saab Nokia suhtes seoses mobiiltelefonidesse sisseehitatud navigatsiooniteenustega kohaldada konkurentsipiirangut).

(35) Lahtiseks võib jätta küsimuse, kas koondumisteate esitanud osalised suudavad piirata järgneva turu konkurentide juurdepääsu turule, sest nagu allpool osutatud, ei ole Nokial ja Navteqil ajendit seda teha.

Ajend

(36) Pärast ühinemist võtavad Nokia ja Navteq arvesse seda, kuidas kaardiandmebaaside müük Nokia konkurentidele mõjutab Nokia kasumit mitte ainult eelneval, vaid ka järgneval turul. Sisenditurule juurdepääsu piiramise strateegia kasumlikkust arvestades tuleb ühinemisel tekkival ettevõtjal seetõttu tasakaalustada ühelt poolt eelneval turul sisendite müügi vähenemise tõttu saamata jäänud kasum ja teiselt poolt järgneval turul konkurentide kulude suurendamisest saadav kasum.

(37) Komisjon tegi põhjaliku kvalitatiivse ja kvantitatiivse analüüsi, et iseloomustada Nokia ja Navteqi kõnealust ajendit mobiiltelefonide turul. Analüüsi põhjal järeldati, et kuigi mobiiltelefonide müügikasum on palju suurem kui kaardiandmebaaside müügikasum, puuduks ühinemisel tekkival ettevõtjal ajend piirata Nokia konkurentide juurdepääsu järgnevale turule. Kõnealune analüüs käsitleb ainult mobiiltelefonide tootjatest konkurentide juurdepääsu piiramist, kuid ühinemisel tekkiva ettevõtja ajend piirata mobiiltelefonide navigatsioonirakendusi pakkuvate ettevõtjate juurdepääsu sisenditurule muude vahenditega näib veelgi vähem tõenäoline, eriti kui arvestada Nokia piiratumat tegevust kõnealusel turul ja väiksemat kasumit, mida Nokia kõnealuselt turult võib saada.

([1]) Võimalikke tekkivaid partnerlusi iseloomustab näiteks hiljutine teade Garmini ja Samsungi partnerluse kohta.

(38) Nokia ja Navteqi ajendit järgneva turu konkurentide juurdepääsu piirata kitsendab mitu tegurit. Esiteks moodustavad kaardiandmebaasid keskmiselt vähem kui 5 % mobiiltelefonide hulgihindadest. Seega saab mobiiltelefonide hindu mõjutada ainult kaartide väga suur hinnatõus. Teiseks on navigatsiooniteenused ainult üks paljudest mobiiltelefonide rakendustest. Kolmandaks saaks Garmin müüa (oma navigatsioonitarkvaras kasutatavaid) kaarte konkurentidele, kelle juurdepääsu Nokia ja Navteq on piiranud, ning Nokia suurim konkurent Motorola (saab Nokia suhtes kohaldada konkurentsipiirangut seoses mobiiltelefonidesse sisseehitatud navigatsiooniteenustega).

(39) Lisaks järeldas komisjon majandusanalüüsis, et juurdepääsu piiramise strateegia ei tooks Nokiale ja Navteqile kasu. Kaardiandmebaaside hindade tõstmisega Nokia konkurentidele saaks ühinemisel tekkiv ettevõtja järgneval turul vaid suhteliselt piiratud müügitulu ning mobiiltelefonide täiendav müük ei korvaks kaardiandmebaaside müügi vähenemise tõttu saamata jäänud tulu.

(40) Eespool osutatut arvesse võttes ei oleks ühinemisel tekkival ettevõtjal ajendit tõsta hindu viisil, mis avaldaks järgnevatele turgudele konkurentsivastast mõju.

Mõju järgneval turul

(41) Eespool nimetatud põhjustel oleks juurdepääsu piiramise strateegia mõju järgnevatele turgudele väga piiratud. Kaardiandmebaaside väike osa mobiiltelefonide maksumuses, piiratud vahetuskulud ja konkureerimine Tele Atlasega kalduvad piirama hinnatõusu, mida Navteq võiks Nokia konkurentidele peale suruda.

(42) Lisaks võib topeltmarginaali kaotamine alandada koos navigatsioonirakendustega müüdavate Nokia mobiiltelefonide hinda, ehkki väga piiratud ulatuses. Seega koondumine tõenäoliselt ei avalda järgnevatele turgudele konkurentsivastast mõju.

(43) Koondumisteate esitanud osalised teatasid ka, et ühinemisega kaasneb hinnaga seotud tõhususe ja hinnaga mitteseotud tõhususe kasv. Komisjon järeldas sisuliselt oma analüüsis, et hinnaga seotud tõhususe kasvu, mis on küll väga piiratud, võib pidada ühinemisest tulenevaks. Hinnaga mitteseotud tõhususe kasv (jalakäijatele mõeldud kaartide väljatöötamine) ei tulene tõenäoliselt ühinemisest, vaid pigem mobiiltelefonide navigatsioonirakenduste turu kasvust.

2. **Ühinemisel tekkiva ettevõtja juurdepääs konfidentsiaalsele teabele**

(44) Mõne kolmanda isiku mure konfidentsiaalsuse pärast põhineb eeldusel, et Navteqi kliendid peavad jagama oma kaarditarnijaga teavet kavandatavate, konkurentsi mõjutavate toimingute kohta. Kõnealused isikud kardavad, et ühinemisel tekkiva ettevõtja sidusettevõtja järgneva turul võib konfidentsiaalset teavet kasutada nende kahjuks.

(45) Komisjon on kindlaks teinud, et Navteqi ja tema klientide vahel vahetatava, konkurentsi seisukohast väärtusliku teabe hulk on piiratud ja seda võib veelgi piirata. Seetõttu on ebatõenäoline, et ühinemisel tekkiv ettevõtja saaks oma klientidelt konkurentsiteavet, kui kliendid kardavad, et kõnealust teavet võidakse mobiiltelefonide või navigatsioonirakenduste järgnevatel turgudel kasutada ühinemisel tekkiva ettevõtja kasuks. Lisaks oleks ühinemisel tekkiv ettevõtja ajendatud kolmandate isikute konfidentsiaalsusega seotud muresid leevendama. Kuna osalistel puuduvad sisenditurule juurdepääsu piiramiseks ajendid, on tõenäoline, et osalised reageeriksid võimalikele konfidentsiaalsusega seotud muredele mitmesugusel viisil, peamiselt aga klientidele selliste tingimuste pakkumisega, mis muudavad üleminekuTele Atlasele ebaatraktiivseks.

3. **Kooskõlastatud mõju**

(46) Komisjon uuris ka, kas Nokia ja Navteqi vertikaalne integratsioon tekitaks kooskõlastatud mõjuga kaasnevaid probleeme, ja leidis, et tõenäoliselt ei avalda koondumine kooskõlastatusega kaasnevat konkurentsivastast mõju järgmistel põhjustel.

(47) TomTom ja Nokia ei tegutse samadel järgnevatel turgudel ja nende tooted on suunatud eri tarbijarühmadele. TomTom on Euroopa suurim kaasaskantavate navigatsiooniseadmete tarnija, kelle osa mobiilse navigatsioonitarkvara turul on väga väike. Nokia on suurim mobiiltelefonide tootja, kes kavatseb suurendada oma osa mobiiltelefonide navigatsioonirakenduste turul Interneti-portaali Ovi arendamise kaudu; kaasaskantavate navigatsiooniseadmete müügis on Nokia osatähtsus väike. Sellepärast ei suurenda ega ajenda koondumine Nokia ja TomTomi tegevuse kooskõlastamist järgnevatel turgudel.

(48) Digitaalsete navigatsioonikaartide andmebaaside eelneva turu struktuur muutub koondumise tulemusena sümmeetrilisemaks, sest nimetatud turul tegutsevad kaks vertikaalselt integreerunud kaardipakkujat. Uurimine näitas aga, et turu struktuur ei soosi kooskõlastamist, sest TomTom ja Nokia tegutsevad eri järgnevatel turgudel ja seega on nende ajendite struktuur erinev.

(49) Võib väita, et TomTomil ja Nokial on ühine ajend halvendada kaubandustingimusi, mille alusel Tele Atlas ja Navteq oma digitaalkaarte müüvad, et muuta TomTomi ja Nokia seadmed ja teenused konkurentide omadest atraktiivsemaks. Niisuguse strateegia jätkusuutlikkus on siiski väga ebatõenäoline.

(50) Turu jaotamine ühelt poolt kaasaskantavate navigatsiooniseadmete ning teiselt poolt mobiiltelefonide ja navigatsiooniseadmete vahel näib ebatõenäoline, arvestades väga erinevaid kasvuootusi. Näiteks on TomTomil/Tele Atlasel väga väike osa mobiiltelefonide navigatsioonilahenduste turul. Kuigi kõnealune turg on praegu väikese käibega, eeldatakse selle olulist kasvu tulevikus. Sellepärast oleks TomTomil/Tele Atlasel tugev ajend müüa mobiilseks navigatsiooniks mõeldud digitaalkaarte Navteqi hindadest odavamalt, et osaleda turul, mis eelduste kohaselt kasvab kiiremini kui TomTomi traditsiooniline valdkond — kaasaskantavate navigatsiooniseadmete turg. Vastasel juhul riskiks TomTom/Tele Atlas sellega, et Navteq lööb hinnad alla ja TomTom/Tele Atlas kaotab kaardimüügitulu, mida ei korvaks tema otseste konkurentide, s.t kaasaskantavate navigatsiooniseadmete tootjate vähenenud konkurentsivõime. Kahe vertikaalselt integreerunud ettevõtja ajendite struktuuri asümmeetria ei soosi seega kooskõlastamist, sest see muudaks kooskõlastamise tõenäoliselt jätkusuutmatuks.

(51) Lisaks ei ole täidetud kooskõlastamise tingimused. Digitaalsete navigatsioonikaartide hinnad on üsna läbipaistmatud ning sõlmitud on suuri ja mittesagedasi lepinguid, mis muudavad võimalikust kooskõlastatud kokkuleppest kõrvalekaldumise tõenäolisemaks. Peale selle suudab Garmin Navteqiga sõlmitud pikaajalise digitaalkaartide tarnimise lepingu abil tõenäoliselt destabiliseerida Navteqi ja Tele Atlase vahelist võimalikku kooskõlastamist. Nagu osutatud, on Garmin juba teatanud kavatsusest tuua turule navigatsioonivõimalusega mobiiltelefon, samuti oma navigatsioonilahenduste pakkumisest Euroopas Samsungi mobiiltelefonidel. (Ärisaladused).

(52) Nimetatud kaalutlusi arvesse võttes järeldas komisjon, et koondumine tõenäoliselt ei avalda kooskõlastatusega kaasnevat konkurentsivastast mõju.

VI. **JÄRELDUS**

(53) Komisjon järeldab, et koondumine ei põhjusta selliseid konkurentsiprobleeme, mis märkimisväärselt takistaksid tõhusat konkurentsi ühisturul või selle olulises osas. Sellest tulenevalt tunnistab komisjon koondumise kokkusobivaks ühisturuga ja EMP lepinguga vastavalt ühinemismääruse artikli 8 lõikele 1 ning EMP lepingu artiklile 57.