Tiivistelmä komission päätöksestä, tehty 2 päivänä heinäkuuta 2008, yrityskeskittymän julistamisesta yhteismarkkinoille ja ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltuvaksi (Asia COMP/M.4942 — Nokia/Navteq)

(Ainoastaan englanninkielinen teksti on todistusvoimainen)

(2009/C 13/06)

Komissio teki 2 päivänä heinäkuuta 2008 päätöksen sulautuma-asiassa yrityskeskittymien valvonnasta 20 päivänä tammikuuta 2004 annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 139/2004 ([1]) ja erityisesti sen 8 artiklan 1 kohdan nojalla. Päätöksen koko teksti, josta on poistettu luottamukselliset tiedot, on saatavilla todistusvoimaisella kielellä ja komission työkielillä kilpailun pääosaston verkkosivuilla osoitteessa:

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

I OSAPUOLET

(1) Suomalainen Nokia Corporation, jäljempänä 'Nokia', toimittaa laitteita, ratkaisuja ja palveluja sähköisiä viestintäverkkoja varten. Yritys tunnetaan erityisesti matkapuhelinten valmistajana. Se aikoo myös kehittää Ovi-portaalinsa kautta mobiiliverkkopalveluja, esimerkiksi paikkasidonnaisia palveluja.

(2) Yhdysvaltainen Navteq Corporation, jäljempänä 'Navteq', toimittaa navigointilaitteissa käytettävää digitaalista karttaaineistoa sekä monenlaisia paikkasidonnaisia palveluja.

II KESKITTYMÄ

(3) Nokia ilmoitti 1 päivänä lokakuuta 2007 allekirjoittaneensa sopimuksen, jonka mukaan se hankkii kaikki Navteqin osakkeet ja käyttämättä jääneet optiot. Liiketoimi on asetuksen (EY) N:o 139/2004, jäljempänä 'sulautuma-asetus', 3 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettu keskittymä.

III SIIRTÄMINEN 4 ARTIKLAN 5 KOHDAN NOJALLA

(4) Keskittymän osapuolet eivät saavuta sulautuma-asetuksen 1 artiklan 2 ja 3 kohdassa tarkoitettuja kokonaisliikevaihdon vaihtoehtoisia raja-arvoja. Liiketoimi olisi voitu tutkia 11 jäsenvaltiossa yrityskeskittymien valvontaa koskevan kansallisen lainsäädännön nojalla, (liikesalaisuus).

(5) Komissio vastaanotti 22 päivänä marraskuuta 2007 Nokian perustellun lausunnon, jossa yhtiö pyysi käsittelyn siirtämistä komissiolle sulautuma-asetuksen 4 artiklan 5 kohdan perusteella. Yksikään jäsenvaltio ei vastustanut liiketoimen arvioinnin siirtämistä komissiolle. Liiketoimella katsotaan siis olevan yhteisön laajuinen ulottuvuus, minkä vuoksi komissio on arvioinut sen.

([1]) EUVL L 24, 29.1.2004, s. 1.

IV MERKITYKSELLISET MARKKINAT

1. Tuotantoketjun alkupään markkinat

(6) Navteq markkinoi navigointiin tarkoitettuja ja muita kuin navigointiin tarkoitettuja digitaalisia karttatietokantoja. Molempia voidaan käyttää matkapuhelimiin sisältyvissä paikkasidonnaisissa palveluissa. Navigointikarttojen avulla voidaan käyttää reaaliaikaisia ja risteyskohtaisia navigointisovelluksia. Muiden kuin navigointiin tarkoitettujen digitaalisten karttatietokantojen osuus Navteqin liikevaihdosta on alle 5 prosenttia.

(7) Komission laatiman kilpailuanalyysin mukaan muiden kuin navigointiin tarkoitettujen digitaalisten karttatietokantojen tuotantoketjun alkupään markkinoilla ei todennäköisesti esiinny kilpailuongelmia; niillä toimii useita kilpailijoita ja markkinoille pääsyn esteitä on vähän. Tämän vuoksi komissio on keskittynyt kilpailuanalyysissään navigointiin tarkoitettujen digitaalisten karttatietokantojen tuotantoketjun alkupään markkinoihin ja merkityksellisiin loppupään markkinoihin.

Navigointiin tarkoitetut karttatietokannat

(8) Komissio määritteli hiljattain annetun *TomTom/Tele Atlas* -päätöksen tapaan merkitykselliset markkinat navigointiin tarkoitetuille digitaalisille karttatietokannoille, joiden tuotemarkkinat määräytyvät tietokannan maantieteellisen kattavuuden mukaan. Merkityksellisten tuotemarkkinoiden tarkka rajaus — eli muodostavatko yksittäisen maan, alueen tai koko ETA:n kattavat tietokannat erilliset tuotemarkkinat — voidaan jättää tässä tapauksessa tekemättä, sillä se ei vaikuta arvioon. Merkitykselliset maantieteelliset markkinat ovat maailmanlaajuiset.

(9) Myös markkinaosuuden analyysistä saa edellä esitetyn kuvan riippumatta siitä, mitä tuotemarkkinavaihtoehtoa käytetään. Navigointiin tarkoitettujen, ETA-alueen kattavien digitaalisten karttatietokantojen maailmanlaajuiset markkinat ovat duopoli, jonka suurin toimija on Tele Atlas. Tästä on todisteena Tele Atlaksen suuremmat markkinaosuudet kaikkien ETA:n maantieteellisen alueen kokonaan tai osittain kattavien tietokantojen yhteenlasketuilla markkinoilla (Navteq 40–45 prosenttia, Tele Atlas 55–60 prosenttia), tietyn alueen kattavien tietokantojen markkinoilla ja yksittäisen maan, esimerkiksi Ranskan, Saksan, Italian, Espanjan tai Yhdistyneen kuningaskunnan, kattavien tietokantojen markkinoilla.

(10) Tähän asiaan liittyvä markkinatutkimus on vahvistanut hiljattain tehdyn *TomTom/Tele Atlas* -päätöksen päätelmät sekä markkinoille tulon arvioidun ajan ja kustannusten että markkinoille tulon todennäköisyyden ja vaikutusten osalta. Vaikka komissio ei sulje pois marginaalisten markkinoille tulojen mahdollisuutta, ETA-alueen kattavia navigointiin tarkoitettuja digitaalisia karttatietokantoja valmistavien uusien yritysten markkinoille tulo ei tapahtuisi riittävän nopeasti eikä yritysten läsnäolo markkinoilla olisi riittävän pysyvää tai määrällisesti riittävän merkittävää estääkseen tai poistaakseen mahdolliset kilpailunvastaiset vaikutukset, joita Nokian Navteq-kaupasta on aiheutunut.

2. **Välimarkkinat**

Navigointiohjelmat

(11) Navigointiohjelmissa yhdistetään digitaaliseen karttatietokantaan sisältyvät tiedot GPS-vastaanottimen avulla tapahtuvaan maantieteelliseen paikannukseen. Navigointiohjelmissa käytetään algoritmia reittien laskemiseen tarkkojen ajo-ohjeiden antamiseksi näytöllä ja puheohjauksella. Useimmat matkapuhelinten valmistajat ja mobiiliverkko-operaattorit eivät valmista navigointiohjelmia itse, vaan hankkivat ne kolmansilta ohjelmistojen kehittäjiltä.

(12) Komissio katsoi samoin kuin *TomTom/Tele Atlas* -päätöksessäkin, että navigointiohjelmille on määriteltävä yhdet tuotemarkkinat, joille kuuluivat kaikki kolme ohjelmatyyppiä (*on-board*- ja *off-board*-järjestelmät ja hybridit) riippumatta loppukäytöstä (PND- ja PDA-laitteet, matkapuhelimet tai muut sovellukset). Maantieteelliset markkinat ovat maailmanlaajuiset.

(13) Nokia toimii navigointiohjelmien markkinoilla vuonna 2006 hankkimansa gate5 AG -tytäryrityksen kautta. Nokia/gate5:n markkinaosuus on vähäinen eli (5–10) prosenttia myyntimarkkinoista vuonna 2006 (suurimmat toimittajat ovat Navigon (20–30) prosenttia, Nav N Go (15–20) prosenttia ja Destinator (15–20) prosenttia). Markkinoilla toimii paljon yrityksiä (Nokia on luetellut ilmoituksessaan 23 toimittajaa) ja markkinoille tulon esteet vaikuttavat olevan vähäisiä.

3. **Kahdet markkinat tuotantoketjun loppupäässä**

(14) Komissio on yksilöinyt tuotantoketjun loppupäässä kahdet merkitykselliset markkinat: i) matkapuhelimiin tarkoitetut navigointisovellukset; ja ii) matkapuhelimet. Navigointiin tarkoitetut digitaaliset karttatietokannat ovat tuotantohyödyke kaikkiin navigointisovelluksiin sekä yhä useampiin matkapuhelimiin, joissa on esiasennettu navigointitoiminto.

3.a *Matkapuhelinten navigointisovellukset*

(15) Matkapuhelinten navigointisovelluksia voidaan myydä yhdessä puhelimen kanssa tai erikseen lisälaitteena jälkimarkkinoilla. Sovelluksiin kuuluu digitaalinen karttatietokanta ja navigointiohjelma, joka käyttää tietokantaa sekä GPS-vastaanottimesta saatavaa tietoa. Sovellus toimittaa tietoa käyttäjän senhetkisestä sijainnista ja pidemmälle kehitetyissä versioissa myös grafiikka- ja puheohjeita haluttuun kohteeseen pääsemiseksi.

(16) Useimmat ETA-alueella toimivat mobiiliverkko-operaattorit ovat aloittaneet tai aikovat aloittaa tällaisten palvelujen tarjoamisen asiakkailleen. Matkapuhelinten navigointisovellus voi olla myös navigaatio-ohjelma, jonka loppukäyttäjä on ostanut liikkeestä tai ohjelmistonkehittäjän verkkosivuilta (esim. TomTomin Navigator 6). Palvelut voidaan kytkeä matkapuhelimen ostoon esimerkiksi jos mobiiliverkko-operaattori edistää matkapuhelimen myyntiä sisällyttämällä siihen oman tuotemerkkinsä navigointipalvelun. Matkapuhelimen navigointisovellukseen voi päästä myös verkkoselaimen kautta.

(17) Loppukäyttäjän kannalta näiden eri kanavien kautta toimitetut navigointisovellukset ovat hyvin samankaltaisia. Tästä syystä navigointisovelluksille eri ole tarpeen määritellä eri markkinoita myyntikanavan mukaan.

(18) Toisin kuin verkon perusreittipalvelut (Google Maps, Mappy.com ym.), pidemmälle kehitetyt navigointisovellukset tarjoavat reaaliaikaista ja risteyskohtaista reitinopastusta puheohjein. Laitteeseen on myös asennettava erityinen navigointiohjelma. Sovellukset voivat olla valmiiksi asennettuina matkapuhelimeen (*on-board*) tai tallennettuina keskuspalvelimelle, josta niitä voidaan hakea langattomasti matkapuhelimelle (*off-board*). Hybridisovelluksiin on yhdistetty näiden sovellusten piirteet. *Off-board*-, hybridi- ja *on-board* -sovelluksille ei ole tarpeen määritellä erillisiä markkinoita.

(19) Vaikkei voida sulkea pois mahdollisuutta, että tulevaisuudessa navigointisovellusten markkinat eriytetään, tätä päätöstä varten voidaan määritellä yhdet merkitykselliset markkinat. Navigointisovellusten toimittamisella on maantieteellisesti vähintään ETA-alueen kattavat ja mahdollisesti maailmanlaajuiset markkinat.

Markkinaedellytykset

(20) Navigointipalvelujen tarjoaminen matkapuhelimiin on toimialana vasta muotoutumassa, joten siitä ei ole saatavilla esimerkiksi markkinaosuuksia koskevia luotettavia markkinatietoja riippumatta siitä, mikä jakelukanava on kyseessä. Markkinatutkimus osoittaa, että alalla on runsaasti kilpailua. Mobiiliverkko-operaattoreilla on se etu, että niillä on asiakkaisiinsa jatkuva suora liikesuhde, jota ne voivat käyttää hyväkseen myydessään navigointisovelluksia matkapuhelimiin. Navigointiohjelmien tarjoajilla on tarpeellinen tekninen asiantuntemus, mutta ei säännöllistä kontaktia asiakkaisiin. Verkossa oleviin navigointiohjelmiin taas voidaan päästä mobiiliselaimista (Google Maps, Nokian Ovi).

(21) Matkapuhelinten navigointisovellusten markkinoille tulon esteet ovat vähäiset. Useat (välimarkkinoilla toimivat) navigointiohjelmien tarjoajat kehittävät omia tuotemerkittömiä (*white label*) tuotteitaan, jotka mobiiliverkko-operattorit tai muut toimijat voivat varustaa omalla tuotemerkillään.

3.b *Matkapuhelimet*

(22) Matkapuhelin, joissa on navigointisovellus, on yksi tärkeimmistä navigointilaitetyypeistä. Myös PND- ja PDA-laitteissa on navigointitoiminto. PND, PDA ja matkapuhelin täyttävät kuluttajan kannalta eri tarpeet eivätkä ne korvaa toisiaan. Matkapuhelin on monikäyttöinen viestintäväline, jota käytetään pääasiassa matkaviestintään, ja navigointitoiminto on vain yksi sen monista ominaisuuksista. Erilaisten toimintojen vuoksi eri navigointilaitteet eivät ole keskenään vaihtokelpoisia. Matkapuhelimet on näin ollen katsottava erillisiksi merkityksellisiksi tuotemarkkinoiksi.

(23) Tavallisesti uusimmat ominaisuudet otetaan ensin käyttöön kalliin hintaluokan puhelimissa ja sen jälkeen varsin nopeasti laajemmassa valikoimassa, mikäli ominaisuudet houkuttavat kuluttajia. Valtaosassa keskihintaisia ja kalliin hintaluokan puhelimia on nykyään käyttöjärjestelmät, joilla voi tukea navigointiohjelmia. Komissio tarkasteli, onko markkinoiden määrittelyn kannalta tarpeen erottaa GPS:llä valmiiksi varustetut matkapuhelimet niistä, joissa GPS:ää ei ole, ja päätti, ettei tämä ole tarpeen. Ensinnäkin valtaosaa nykyään myytävistä matkapuhelimista voidaan käyttää navigointiin, sillä niissä on suhteellisen edulliset ulkoiset GPS-tunnistimet, jotka voidaan yhdistää matkapuhelimiin bluetooth-yhteydellä. Toiseksi ennusteiden mukaan vuonna 2011 noin (65–75) prosenttia läntisessä Euroopassa myytävistä matkapuhelimista sisältää valmiiksi asennetun GPS-tunnistimen.

(24) Näistä syistä komissio katsoo, että merkityksellisiin tuotemarkkinoihin kuuluvat kaikki matkapuhelimet. Merkitykselliset maantieteelliset markkinat ovat maailmanlaajuiset.

Markkinaedellytykset

(25) Nokia on ylivoimaisesti suurin matkapuhelinmarkkinoiden toimittaja. Nokian ja sen pääasiallisten kilpailijoiden markkinaosuudet olivat vuonna 2006 seuraavat: Nokia (30–40) prosenttia, Motorola (15–25) prosenttia, Samsung (10–20) prosenttia, Sony Ericsson (0–10) prosenttia, LG (0–10) prosenttia ja BenQ Mobile (0–10) prosenttia ([1]). Monenlaisissa matkapuhelimissa on navigointivalmius, eikä Nokia ole ainoa, joka tarjoaa navigointiin sopivia matkapuhelimia. Navigointipalvelut eivät tällä hetkellä ole matkapuhelinten myynnissä merkittävä tekijä. Osapuolet kuitenkin odottavat, että niistä tulee tulevaisuudessa suositumpia.

(26) Kuten muillakin elektroniikkamarkkinoilla, matkapuhelinmarkkinoiden kilpailu on voimakasta ja uusia kilpailijoita tulee markkinoille jatkuvasti. Nokian matkapuhelinten kanssa kilpailevia tuotteita tuovat markkinoille perinteisten matkapuhelinvalmistajien lisäksi kilpailijat, jotka ovat aiemmin toimineet muun elektroniikan ja huipputeknologian markkinoilla. Markkinaosuuksiaan kasvattavat esimerkiksi RIM:n Blackberry, Applen iPhone, Garminin Nuviphone ja Palm.

V **KILPAILUVAIKUTUSTEN ARVIOINTI**

(27) Komissio hyväksyi 14 päivänä toukokuuta 2008 ilman sitoumuksia tehdyn yrityskaupan, jossa TomTom osti Tele Atlaksen eli Navteqin kilpailijan navigointiin tarkoitettujen digitaalisten karttatietokantojen toimitusten alalla. Vaikka Nokian ja Navteqin sulautuma analysoidaan erikseen ja sen piirteet ovat erilaiset erityisesti tuotantoketjun loppupään markkinoilla, näiden kahden asian välillä on myös yhtenevyyksiä. Molempien analyysi osoittaa, että markkinoiden vertikaalinen sulkeminen ei ole todennäköistä, sillä sulautuman tuloksena syntyneellä yrityksellä ei ole siihen kannustinta.

([1]) Lähde: ilmoitus.

(28) Komissio on keskittynyt markkinatutkimuksessaan arvioimaan, miten todennäköistä on, että yrityskaupasta syntyy kilpailuongelmia sen i) koordinoimattomien vaikutusten (sulautuman tuloksena syntynyt yritys sulkee tuotantoketjun loppupään tuotantohyödykemarkkinat ja saa käyttöönsä kilpailijoitaan koskevia luottamuksellisia tietoja); ja ii) koordinoitujen vaikutusten vuoksi.

1. **Tuotantohyödykemarkkinoiden sulkeminen**

(29) Matkapuhelinten valmistajat, mobiiliverkko-operattorit, verkkokarttojen käyttäjät ja navigointiohjelmien tarjoajat ovat esittäneet huolensa siitä, että Nokia ja Navteq saattavat sulkea ne navigointiin tarkoitettujen digitaalisten karttatietokantojen markkinoilta. Sulkemisstrategia saataisiin aikaan korottamalla hintoja, tarjoamalla heikkotasoisia kartastoja, viivyttämällä uusimpien karttojen tai attribuuttien käyttömahdollisuuksia tai varaamalla innovatiiviset ominaisuudet vain Nokian käyttöön. Markkinatutkimukseen osallistuneet vastaajat eivät pitänet tuotantohyödykemarkkinoiden täydellistä sulkemista todennäköisenä.

(30) Komissio tutki i) olisiko sulautuman tuloksena syntyneellä yrityksellä mahdollisuus sulkea tuotantohyödykemarkkinat sulautuman jälkeen; ii) olisiko sulautuman tuloksena syntyneellä yrityksellä kannustin tehdä niin; ja iii) olisiko sulkemisstrategilla merkittävä haitallinen vaikutus.

Mahdollisuus

(31) Navigointiin tarkoitetut digitaaliset karttatietokannat ovat olennaisen tärkeitä matkapuhelinten navigointisovelluksissa, joita ei voi toimittaa ilman niitä. Sen sijaan ei ole selvää, ovatko navigointiin tarkoitetut digitaaliset karttatietokannat olennaisen tärkeitä itse matkapuhelimille, joissa navigointisovellus on vain yksi palvelu monien joukossa. Asiakas voi ostaa matkapuhelimen, joissa navigointisovellusta ei ole, ja hankkia navigointipalvelun esimerkiksi mobiiliverkko-operaattoriltaan. Navigointiin tarkoitetut digitaaliset karttatietokannat ovat kuitenkin matkapuhelinvalmistajille tärkeitä, sillä ilmoituksen tehneet osapuolet ovat todenneet, että matkapuhelimiin valmiiksi asennettujen navigointisovellusten vaikutus matkapuhelimen myyntiin on jo lähitulevaisuudessa keskeinen.

(32) Navteqilla on merkittävä markkinavoima navigointiin tarkoitettujen digitaalisten karttatietokantojen markkinoilla, joilla niiden ainoa kilpailija on Tele Atlas.

(33) On täysin mahdollista, että markkinoilla on nopeita ja tehokkaita vastastrategioita, joilla Nokian ja Navteqin aikaansaama sulkeminen tehtäisiin kannattamattomaksi. PND-laitteiden valmistaja Garmin on allekirjoittanut Navteqin kanssa navigointiin tarkoitettujen digitaalisten karttatietokantojen pitkäaikaisen toimitussopimuksen. Garminille on annettu lupa myydä ne eteenpäin yhdessä ohjelmiensa kanssa. Se voisi olla tietyssä määrin vakavasti otettava toimija, joka toimittaa navigointiin tarkoitettuja digitaalisia karttatietokantoja matkapuhelinvalmistajille ([1]) tai mobiiliverkko-operaattoreille, ja olisi näin markkinoilla kolmas karttojen toimittaja. Matkapuhelinvalmistajat ja mobiiliverkko-operaattorit olisivat siis välillisesti suojattuja Nokian sulkemisstrategialta. Garmin ei kuitenkaan voisi toimittaa karttatietokantoja navigointiohjelmien tarjoajille tai verkossa olevien navigointipalvelujen tarjoajille, sillä ne kehittävät omat navigointiohjelmansa, ja Garminilla on lupa myydä ainoastaan sen itse kehittämiin sovelluksiin integroitavia karttoja.

(34) Motorola (on tehnyt sopimuksen) Navteqin kanssa. Toiseksi suurin matkapuhelinvalmistaja (pystyy kohdistamaan Nokiaan kilpailupainetta matkapuhelimiin asennettavien navigointipalvelujen suhteen).

(35) Kysymys siitä, voisivatko ilmoituksen tehneet osapuolet sulkea tuotantoketjun loppupään kilpailijansa markkinoilta, voidaan lopulta jättää avoimeksi, sillä kuten jäljempänä osoitetaan, Nokialla tai Navteqilla ei ole kannustinta tähän.

Kannustin

(36) Sulautuman jälkeen Nokian ja Navteqin on otettava huomioon, kuinka karttatietokantojen myynti Nokian kilpailijoille vaikuttaa sen voittoihin tuotantoketjun alkupään lisäksi loppupään markkinoilla. Harkitessaan tuotantohyödykkeiden sulkemisstrategian kannattavuutta sulautuman tuloksena syntyneen yrityksen on tehtävä valinta tuotantoketjun alkupäässä tuotantohyödykkeiden myynnin vähentymisen vuoksi menetetyn voiton ja tuotantoketjun loppupäässä kilpailijoiden kustannuksia lisäämällä saadun voiton välillä.

(37) Komissio teki perusteellisen laadullisen ja määrällisen analyysin tarkastellessaan Nokian ja Navteqin kannustinta tähän matkapuhelinmarkkinoilla. Analyysin perusteella todettiin, että vaikka matkapuhelimen myynnistä saatu voitto on selvästi karttatietokannan myynnistä saatua voittoa suurempi, sulautuman tuloksena syntyneellä yrityksellä ei olisi kannustinta sulkea Nokian tuotantoketjun loppupään kilpailijoita markkinoilta. Vaikka analyysi koskee ainoastaan matkapuhelinvalmistajia, sulautuman tuloksena syntyneen yrityksen kannustimet sulkea navigointisovelluksia matkapuhelimiin tarjoavat yritykset tuotantohyödykemarkkinoilta muilla keinoin vaikuttavat vielä epätodennäköisemmiltä erityisesti, koska Nokia toimii kyseisillä markkinoilla rajoitetummin ja niiltä saatava voitto olisi pienempi.

([1]) Hiljattain ilmoitettiin Garminin ja Samsungin kumppanuudesta, joka on esimerkki siitä, millaisia alan kumppanuudet voivat olla.

(38) Useat tekijät rajoittavat Nokian ja Navteqin kannustinta sulkea tuotantoketjun loppupään kilpailijoita markkinoilta. Ensinnäkin karttatietokantojen osuus matkapuhelinten tukkuhinnoista on keskimäärin alle 5 prosenttia. Ainoastaan erittäin huomattava karttojen hintojen nousu vaikuttaisi niihin. Toiseksi navigointipalvelut ovat matkapuhelimissa vain yksi sovellus monien joukossa. Kolmanneksi Garmin voisi myydä (sen navigointiohjelmiin valmiiksi asennettuja) karttoja Nokian ja Navteqin markkinoilta sulkemille kilpailijoille ja Nokian suurin kilpailija Motorola (pystyy kohdistamaan Nokiaan kilpailupainetta matkapuhelimiin asennettavien navigointipalvelujen suhteen).

(39) Komission tekemästä talousanalyysistä kävi lisäksi ilmi, ettei Nokian ja Navteqin olisi kannattavaa laatia minkäänlaista sulkemisstrategiaa. Sulautuman tuloksena syntynyt yritys lisäisi myyntiä suhteellisen rajoitetusti tuotantoketjun loppupäässä korottamalla karttatietokantojen hintoja Nokian kilpailijoille, eikä matkapuhelinten lisämyynti korvaisi karttatietokantojen myynnin vähenemisestä aiheutuvaa tulonmenetystä.

(40) Edellä esitetyn perusteella sulautuman tuloksena syntyneellä yrityksellä ei olisi kannustinta korottaa hintoja niin paljon, että tällä olisi kilpailunvastaisia vaikutuksia millään tuotantoketjun loppupään markkinoilla.

Vaikutukset tuotantoketjun loppupään markkinoilla

(41) Edellä esitetyistä syistä sulkemisstrategian vaikutukset tuotantoketjun loppupään markkinoilla olisivat hyvin rajoitetut. Karttatietokannan vähäinen osuus matkapuhelimen kustannuksista, rajalliset vaihtokustannukset sekä kilpailu Tele Atlaksen kanssa rajoittavat Navteqin Nokian kilpailijoihin mahdollisesti kohdistamaa hinnankorotusta.

(42) Lisäksi kaksinkertaisen katteen mahdollisuuden poistaminen saattaa yhdessä navigointisovelluksen kanssa laskea myytävien Nokian matkapuhelinten hintaa, vaikkakin vain vähän. Liiketoimi ei siis todennäköisesti johda kilpailuongelmiin tuotantoketjun loppupään markkinoilla.

(43) Ilmoituksen tehneet osapuolet ilmoittivat, että sulautuma johtaisi hintaan ja muihin tekijöihin liittyviin tehokkuusetuihin. Komission analyysissä todettiin, että hintaan liittyvien — varsin vähäisten — tehokkuusetujen voitiin katsoa johtuvan sulautumasta. Sen sijaan muihin tekijöihin kuin hintaan liittyvät tehokkuusedut (jalankulkukarttojen kehittäminen) eivät todennäköisesti johdu sulautumasta, vaan matkapuhelinten navigointisovellusten markkinoiden kasvusta.

2. **Sulautuman tuloksena syntyneen yrityksen mahdollisuus tutustua luottamuksellisiin tietoihin**

(44) Eräiden kolmansien osapuolten ilmaisema huoli tietojen luottamuksellisuudesta perustuu siihen, että Navteqin asiakkaiden on kerrottava tulevasta kilpailukäyttäytymisestään karttatoimittajalleen. Ne pelkäävät, että tuotantoketjun loppupäässä toimivat sulautuman tuloksena syntyneen yrityksen sidosyritykset käyttävät tietoja niitä vastaan.

(45) Komissio on todennut, että Navteqin ja sen asiakkaiden välinen kilpailun kannalta arvokas tiedonvaihto on vähäistä ja sitä voidaan vähentää edelleen. Tämän vuoksi on epätodennäköistä, että sulautuman tuloksena syntynyt yritys pystyy hankkimaan asiakkailtaan tietoja, josta se saa kilpailuetua, mikäli ne pelkäävät tällaista tietoa käytettävän sulautuman tuloksena syntyneen yrityksen eduksi matkapuhelinten tai navigointisovellusten markkinoilla tuotantoketjun loppupäässä. Sulautuman tuloksena syntyneellä yrityksellä on lisäksi kannustimia lieventää luottamuksellisuuteen liittyviä kolmansien osapuolten huolia. Koska osapuolilla ei ole kannustinta sulkea kilpailijoitaan markkinoilta, on todennäköistä, että osapuolet reagoisivat mahdollisiin luottamuksellisuusongelmiin eri tavoin, eritoten tarjoamalla asiakkaille ehtoja, jotka tekevät Tele Atlakselle siirtymisen epäkiinnostavaksi.

3. **Koordinoidut vaikutukset**

(46) Komissio tarkasteli myös, aiheuttaako Nokian ja Navteqin vertikaalinen integraatio koordinoituihin vaikutuksiin liittyviä ongelmia. Se totesi, että jäljempänä esitetyistä syistä ehdotetulla liiketoimella ei todennäköisesti ole koordinointiin liittyviä kilpailunvastaisia vaikutuksia.

(47) TomTom ja Nokia eivät toimi samoilla tuotantoketjun loppupään markkinoilla ja ne kiinnostavat eri asiakasryhmiä. TomTom on Euroopan suurin PND-laitteiden toimittaja ja toimii marginaalisesti myös mobiilinavigointiohjelmien markkinoilla. Nokia on suurin matkapuhelinten valmistaja, joka aikoo jatkaa toimintaansa matkapuhelinten navigointisovellusten markkinoilla kehittämällä Ovi-portaaliaan. Nokia toimii marginaalisesti PND-laitteiden myynnin markkinoilla. Yrityskeskittymä ei siis lisää Nokian ja TomTomin kannustinta eikä luo niille kannustinta koordinoida toimintaansa tuotantoketjun loppupään markkinoilla.

(48) Navigointiin tarkoitettujen digitaalisten karttatietokantojen tuotantoketjun alkupään markkinoiden rakenne on yrityskaupan ansiosta symmetrisempi, kun mukana on kaksi vertikaalisesti integroitunutta karttojen tarjoajaa. Tutkimus kuitenkin osoitti, että markkinoiden rakenne ei luo olosuhteita koordinointiin, sillä TomTom ja Nokia toimivat eri markkinoilla tuotantoketjun loppupäässä, joten niiden kannustinrakenne on erilainen.

(49) Voitaisiin ajatella, että TomTomilla ja Nokialla olisi yhteinen kannustin heikentää niitä kaupan olosuhteita, joissa Tele Atlas ja Navteq markkinoivat digitaalisia karttojaan, tavoitteena saada TomTomin ja Nokian laitteista ja palveluista kilpailijoiden tuotteita houkuttavampia. On kuitenkin hyvin epätodennäköistä, että tällainen strategia toimisi.

(50) Hyvin vaihtelevien kasvuodotusten perusteella vaikuttaa epätodennäköiseltä, että markkinat jaetaan toisaalta PND-laitteisiin ja toisaalta matkapuhelimiin ja navigointisovelluksiin. Esimerkiksi TomTom/Tele Atlaksen toiminta matkapuhelinten navigointipalvelujen markkinoilla on hyvin vähäistä. Vaikka markkinat ovat tällä hetkellä arvoltaan rajalliset, niiden odotetaan kasvavan merkittävästi tulevaisuudessa. Tämän vuoksi TomTom/Tele Atlaksella olisi vahva kannustin myydä mobiilinavigointiin tarkoitettuja digitaalisia karttoja Navteqia edullisemmilla hinnoilla päästäkseen näille markkinoille, joiden odotetaan kasvavan TomTomin perinteisiä PND-markkinoita nopeammin. Muutoin TomTom/Tele Atlas saattaa jäädä Navteqin jalkoihin ja joutua luopumaan karttamyynnistä ilman, että vastapainoksi kilpailu sen suorien kilpailijoiden eli PND-laitteiden valmistajien taholta vähenisi. Vertikaalisesti integroitujen yritysten kannustinrakenteen epätasapaino ei luo olosuhteita koordinaatioon, sillä sen vuoksi koordinaatio ei todennäköisesti toimi.

(51) Myöskään koordinoinnin edellytykset eivät täyty. Navigointiin tarkoitettujen digitaalisten karttojen hinnat eivät ole läpinäkyviä ja alan sopimukset ovat laajoja ja harvinaisia, jolloin salaisesta yhteisjärjestelystä poikkeaminen olisi todennäköisempää. Lisäksi Garminin saattaisi olla mahdollista horjuttaa Navteqin ja Tele Atlaksen välistä koordinointia, sillä sillä on Navteqin kanssa pitkäaikainen sopimus, jossa taataan digitaalisten karttojen toimitus. Kuten jo mainittiin, Garmin on ilmoittanut aikeistaan tuoda markkinoille navigointitoiminnolla varustettu matkapuhelin. Se on myös ilmoittanut, että sen navigointiohjelmia käytetään Samsungin matkapuhelimissa Euroopassa. (Liikesalaisuus).

(52) Komissio totesi edellä esitetyn perusteella, ettei liiketoimella todennäköisesti ole kilpailunvastaisia vaikutuksia.

VI **PÄÄTELMÄT**

(53) Komissio toteaa, ettei keskittymä aiheuta kilpailuongelmia, jotka olennaisesti estäisivät tehokasta kilpailua yhteismarkkinoilla tai niiden merkittävällä osalla. Tämän vuoksi komissio katsoo, että ilmoitettu keskittymä soveltuu sulautuma-asetuksen 8 artiklan 1 kohdan ja ETA-sopimuksen 57 artiklan nojalla yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan.