A Bizottság határozatának összefoglalója

(2008. július 2.)

egy vállalati összefonódásnak a közös piaccal és az EGT-megállapodás működésével összeegyeztethetőnek nyilvánításáról

(Ügyszám COMP/M.4942 – Nokia/Navteq)

(Csak az angol nyelvű változat hiteles)

(2009/C 13/06)

A Bizottság 2008. július 2-án a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló, 2004. január 20-i 139/2004/EK tanácsi rendelet ([1]) – és különösen annak 8. cikke (1) bekezdése – értelmében összefonódási ügyben határozatot fogadott el. A határozat teljes szövegének bizalmas adatokat nem tartalmazó változata az ügy hiteles nyelvén és a Bizottság munkanyelvein megtalálható a Versenypolitikai Főigazgatóság honlapján, az alábbi címen:

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

I. A FELEK

(1) A Nokia Corporation (a továbbiakban: Nokia, Finnország) berendezéseket, megoldásokat és szolgáltatásokat nyújt elektronikus kommunikációs hálózatokhoz. A vállalkozás elsősorban mint mobiltelefon-gyártó ismert. A Nokia továbbá mobil online szolgáltatásokat is szándékozik nyújtani az „OVI" elnevezésű portálján keresztül, ideértve az ún. helyfüggő szolgáltatásokat is (a továbbiakban: LBS).

(2) A Navteq Corporation (a továbbiakban: Navteq, Amerikai Egyesült Államok, „Egyesült Államok") digitálistérkép-adatokat szolgáltat navigációs eszközökhöz és helyfüggő szolgáltatások széles köréhez.

II. AZ ÖSSZEFONÓDÁS

(3) 2007. október 1-jén a Nokia megállapodás aláírását jelentette be, mely szerint a Nokia megszerzi a Navteq összes részvényét és függő opcióit. Az ügylet a 139/2004/EK rendelet (összefonódás-ellenőrzési rendelet) 3. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében összefonódásnak minősül.

III. ÁTTÉTEL A 4. CIKK (5) BEKEZDÉSE ALAPJÁN

(4) Az összefonódásban érintett felek az összefonódás-ellenőrzési rendelet 1. cikkének (2) és (3) bekezdésében a forgalomra megállapított alternatív küszöbértékek egyikét sem érik el. Az ügylet 11 tagállam nemzeti összefonódás-ellenőrzési joga alapján felülvizsgálható lett volna (üzleti titkok).

(5) A Bizottság 2007. november 22-én indokolással ellátott beadványt kapott a Nokiától, amelyben a vállalkozás kérte az ügy Bizottsághoz utalását az összefonódás-ellenőrzési rendelet 4. cikkének (5) bekezdése szerint. Az ügylet Bizottsághoz történő áttételét egyetlen tagállam sem ellenezte. Az ügylet így közösségi léptékűnek minősül, és a Bizottság megvizsgálta azt.

IV. AZ ÉRINTETT PIACOK

1. Upstream piacok

(6) A Navteq navigációs célú és nem navigációs célú digitálistérkép-adatbázisokat forgalmaz. A térképek mindkét kategóriája felhasználható helyfüggő szolgáltatásokhoz mobiltelefonokban. A navigációs célú térképek valós időben, lépésről lépésre nyújtanak útbaigazítást. A nem navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok ugyanakkor a Navteq forgalmának kevesebb mint 5 %-át teszik ki.

(7) A verseny Bizottság által elvégzett elemzése alapján a nem navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok upstream piacán nem merülnek fel versennyel kapcsolatos aggályok, mivel a piacon több versenytárs is jelen van és a piacra való belépés korlátai alacsonyak. A Bizottság versenyelemzése ezért a navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok upstream piacára és az érintett downstream piacokra összpontosított.

Navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok

(8) A legutóbbi *TomTom/Tele Atlas* határozathoz hasonlóan a Bizottság a navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok szolgáltatására határozott meg érintett piacot, melyen az adatbázisok lefedettsége határozza meg a termékpiac méretét. Az érintett termékpiacok pontos elhatárolásának kérdése – vagyis, hogy az egyes országokat, régiókat vagy az EGT egészét lefedő adatbázisok külön termékpiacokat képeznek-e – nyitva hagyható, mivel ez nem befolyásolja az értékelést. Az érintett földrajzi piac világméretű.

([1]) HL L 24., 2004.1.29., 1. o.

(9) Ugyanez az eredmény vezethető le a piaci részesedés elemzéséből, függetlenül attól, hogy melyik alternatív termékpiacra irányulóan végezték el. A navigációs célú, az EGT-t lefedő digitálistérkép-adatbázisok szolgáltatásának világpiaca(i) duopóliumot alkot(nak), melyen a Tele Atlas a nagyobbik szereplő, amit a teljes vagy részleges EGT-lefedettségű összes adatbázis teljes piacából (Navteq: 40–45 %, Tele Atlas: 55–60 %), a regionális lefedettségű adatbázisok piacából és az egyes országok – pl. Franciaországot, Németországot, Olaszországot, Spanyolországot vagy az Egyesült Királyságot lefedő adatbázisok – nagyobb piacából való nagyobb piaci részesedése bizonyít.

(10) A jelen esetben elvégzett piaci vizsgálat megerősítette a legutóbbi *TomTom/Tele Atlas* határozatnak a piacra való belépés becsült idejére és költségére, valamint a belépés valószínűségére és annak hatásaira vonatkozó megállapításait. Noha a Bizottság nem zárja ki a marginális belépés lehetőségét, az EGT-szintű lefedettséget biztosító navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok szolgáltatásának piacaira való belépés nem lenne sem megfelelően időzített (vagyis eléggé gyors és tartós), sem pedig elég jelentős (kiterjedését és méretét tekintve) ahhoz, hogy megakadályozza vagy ellensúlyozza a Navteq Nokia általi felvásárlásának bármilyen lehetséges versenyellenes hatását.

2. **A közvetítő piac**

Navigációs szoftver

(11) A navigációs szoftver összekapcsolja a digitálistérkép-adatbázisban található adatokat és a GPS-vevő által meghatározott földrajzi helyzetet. A navigációs szoftver egy algoritmus segítségével számítja ki az útvonalakat és lépésről lépésre útbaigazítást nyújt képernyőn és hangon keresztül. A legtöbb mobiltelefon-gyártó és a legtöbb mobilhálózat-üzemeltető nem gyárt saját navigációs szoftvert. Ezek a vállalkozások jellemzően harmadik szoftverfejlesztőktől szerzik be a navigációs szoftvert.

(12) A *TomTom/Tele Atlas* határozathoz hasonlóan a Bizottság célravezetőnek találta, hogy a navigációs szoftverre egyetlen termékpiacot határozott meg, mely magába foglalja mindhárom szoftvertípust (telepített, letölthető és hibrid) és független a végső felhasználástól (vagyis PND, PDA, mobiltelefonok és más alkalmazások esetében felhasznált szoftver). Ez a piac földrajzi kiterjedtségét tekintve világméretű.

(13) A Nokia a navigációs szoftverek szolgáltatásának piacán a gate5 AG elnevezésű leányvállalatán keresztül tevékenykedik, melyet a Nokia 2006-ban vásárolt meg. A Nokia/gate5 piaci részesedése korlátozott; a kereskedelmi piacból való részesedés (5–10) %-os volt 2006-ban (a legnagyobb szállítók a NAVIGON: (20–30) %, a Nav N Go (15–20) % és a Destinator: (15–20) %). Ezen a piacon nagy számban vannak jelen más vállalkozások (a Nokia a bejelentésben 23 szolgáltatót sorol fel) és úgy tűnik, hogy a piacra való belépés korlátai alacsonyak.

3. **Két downstream piac**

(14) A Bizottság két érintett downstream piacot határozott meg: i. navigációs célú alkalmazások mobiltelefonokra és ii. mobiltelefonok. A navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok inputot jelentenek valamennyi navigációs alkalmazás, illetve egyre több, előre beépített navigációs funkcióval rendelkező mobiltelefon esetében.

3.a. *Navigációs alkalmazások mobiltelefonokra*

(15) A mobiltelefonokra kifejlesztett navigációs célú alkalmazások értékesíthetők a mobiltelefonokkal együtt, vagy azoktól függetlenül, kiegészítőként. Az alkalmazások digitálistérkép-adatbázisból és navigációs szoftverből állnak, mely utóbbi az adatbázist és a GPS-vevő információit használja fel a felhasználó lokalizálásához, fejlettebb alkalmazások grafikusan és hangnavigációval jelzik a kiválasztott célhoz vezető utat.

(16) Az EGT-ben működő legtöbb mobilhálózat-üzemeltető például már kínál, vagy szándékozik ilyen szolgáltatásokat kínálni ügyfelei részére. A mobiltelefonokra kifejlesztett navigációs alkalmazások állhatnak a végső fogyasztók által közvetlenül üzletekben, vagy a szoftverfejlesztők weboldaláról (pl. TomTom Mobile navigator 6) vásárolt navigációs szoftverből is. Az alkalmazások mobiltelefonokkal együtt is kínálhatók, például olyan esetekben, amikor a mobilhálózat-üzemeltető által reklámozott mobiltelefonhoz a saját navigációs szolgáltatását kínálja. A mobiltelefonok navigációs alkalmazásai internet böngésző segítségével is hozzáférhetők.

(17) A végső felhasználó szempontjából a különböző csatornákon hozzáférhető navigációs alkalmazások nagyon hasonlítanak egymáshoz. Ezekből az okokból nem szükséges a navigációs alkalmazásokra az értékesítési csatornák szerint külön piacokat meghatározni.

(18) Az alapszintű útbaigazítást nyújtó on-line alkalmazásokkal szemben (Google Maps, Mappy.com, stb.) a fejlett navigációs alkalmazások valós időben, lépésről lépésre nyújtanak hangnavigációs útbaigazítást. Ezekhez az alkalmazásokhoz speciális navigációs szoftvert kell telepíteni. Az ilyen navigációs alkalmazások letölthetők a mobiltelefonra, vagy központi szerveren tárolhatók és a mobiltelefonról vezeték nélkül elérhetők (off-board). A hibrid rendszerek letölthető (off-board) és telepített (on-board) alkalmazások funkcióit kombinálják. Végső soron nem szükséges külön piacokat meghatározni a letölthető (off-board), hibrid és telepített (on-board) navigációs alkalmazásokra.

(19) Noha nem zárható ki a jövőben a további differenciálás, e határozat alkalmazásában a mobiltelefonok navigációs alkalmazásaira egyetlen érintett termékpiac határozható meg. A földrajzi kiterjedés tekintetében a navigációs alkalmazások kínálata legalább EGT-szintű és a piac világméretű.

Piaci feltételek

(20) Mivel a mobiltelefonokon nyújtott navigációs szolgáltatások fejlődő iparágat jelentenek, egyetlen elosztási csatornára sem állnak rendelkezésre megbízható piaci adatok, pl. a piaci részesedésről. A piaci vizsgálat szerint a piacon nagy számban vannak jelen versenytársak. A mobilhálózat-üzemeltetőknek előny, hogy ügyfeleikkel folyamatosan közvetlen üzleti kapcsolatban állnak, így a mobiltelefonokra kifejlesztett navigációs alkalmazásokat értékesítésekor építhetnek ezekre a kapcsolatokra.A navigációs szoftvereket szolgáltatók rendelkeznek ugyan a szükséges műszaki szakértelemmel, azonban nem állnak rendszeres kapcsolatban az ügyfelekkel. Végezetül, az on-line navigációs alkalmazások szolgáltatói számára előny, hogy mobil böngészőkkel elérhetők (Google Maps, a Nokia OVI portálja).

(21) A belépési korlátok alacsonyak a mobiltelefonokra kifejlesztett navigációs alkalmazások piacán. Számos (a közvetítői piacon aktív) navigációsszoftver-szolgáltató márka nélküli „fehér" termékeket fejleszt, melyeket a mobilhálózat-üzemeltetők vagy más piaci szereplők saját márkanevükkel látnak el.

3.b. *Mobiltelefonok*

(22) A navigációs alkalmazásokkal felszerelt mobiltelefonok a navigációs eszközök fő típusainak egyikét alkotják. A navigációs funkciókkal rendelkező más eszközök a PND-k és a PDA-k. A PND-k, a PDA-k és a navigációs funkcióval rendelkező mobiltelefonok különböző fogyasztói igényeket elégítenek ki. A fogyasztók szempontjából a mobiltelefonok és a navigációs eszközök más típusai közötti helyettesíthetőség korlátozott. A mobiltelefon egy többfunkciós kommunikációs eszköz, melyet elsősorban mobiltelefonálásra használnak, és a navigációs funkció csak egyik a sok funkció közül. A különböző funkciók miatt a navigációs eszközök különböző típusai nem cserélhetők fel egymással teljes mértékben. Ezért levonható az a következtetés, hogy a mobiltelefonok külön érintett termékpiacot képeznek.

(23) A legújabb funkciók esetében gyakori, hogy azokat először magasabb piaci szegmensben vezetik be, majd – amennyiben a funkció elnyerte a fogyasztók tetszését – viszonylag gyorsan kiterjesztik a mobiltelefonok szélesebb körére. A közepes és a magas kategóriájú mobiltelefonok többsége jelenleg olyan operációs rendszerekkel rendelkezik, melyek támogatják a navigációs megoldásokat. A Bizottság megvizsgálta, hogy a piac meghatározása céljából szükséges-e különbséget tenni a beépített GPS-szel rendelkező és az azzal nem rendelkező mobiltelefonok között és arra a következtetésre jutott, hogy a különbségtétel nem célravezető. Először is, a jelenleg értékesített mobiltelefonok többsége használható navigációs célokra, köszönhetően a viszonylag olcsón beszerezhető külső GPS-érzékelőknek, melyek bluetooth-kapcsolattal összeköthetők a mobiltelefonnal. Másodszor, az elemzők előrejelzései szerint 2011-ben a Nyugat-Európában értékesített mobiltelefonok kb. (65–75) %-a rendelkezni fog beépített GPS-érzékelővel.

(24) A fent említett okokból a Bizottság úgy véli, hogy az érintett termékpiac kiterjed az összes mobiltelefonra. Az érintett földrajzi piac világméretű.

Piaci feltételek

(25) A mobiltelefonok piacán vitathatatlanul a Nokia a legnagyobb szolgáltató. A Nokia és fő versenytársai 2006-ban a világméretű piacból a következőképpen részesedtek: Nokia (30–40) %, Motorola (15–25) %, Samsung (10–20) %, Sony Ericsson (0–10) %, LG (0–10) %, BenQ Mobile (0–10) % ([1]). A mobiltelefonok széles köre alkalmas navigációs célokra, emellett a Nokia nem az egyetlen vállalkozás, amely navigációs célokra alkalmas mobiltelefonokat kínál. A navigációs szolgáltatások jelenleg nincsenek jelentős hatással a mobiltelefon-értékesítésekre. A felek ugyanakkor arra számítanak, hogy a navigációs szolgáltatások a jövőben egyre népszerűbbé válnak.

(26) A legtöbb elektronikustermék-piachoz hasonlóan a mobiltelefonok piacát is a fokozott verseny és az új versenytársak gyakori belépése jellemzi. A mobiltelefon szegmensben tevékenykedő hagyományos versenytársak mellett megjelentek a más elektronikai és hi-tech piacokon tevékeny versenytársak, akik a Nokia mobiltelefonokkal versenyben álló termékeket kínálnak. A piaci részesedést nyerő eszközökre példa a RIM Blackberry, az Apple iPhone, a Garmin Nuviphone és Palm termékei.

V. **A VERSENY ÉRTÉKELÉSE**

(27) A Bizottság 2008. május 14-én anélkül engedélyezte a Tele Atlas TomTom általi felvásárlását, hogy azok vállalásokat tettek volna. A Tele Atlas a Navteq versenytársa a navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok szolgáltatása terén. Bár a Nokia és a Navteq közötti összefonódást külön elemezték és az eset eltérő jellemzőket mutat – különösen a downstream piacokon – a két eset között több hasonlóság is van. A két esetben elvégzett elemzés azt mutatta, hogy nem valószínű a vertikális kizárás, mivel az összefonódással létrejött vállalkozást nem ösztönzi semmi kizárásra.

([1]) Forrás: bejelentés.

(28) A Bizottság piaci vizsgálata arra összpontosított, hogy értékelje annak valószínűségét, hogy a verseny sérülhet-e az ügylet következményeként a következő okokból: i. nem egyeztetett hatások (az összefonódással létrejött vállalkozás általi inputkizárás a downstream piacokon; az összefonódással létrejött vállalkozás hozzáférése a versenytársai birtokában levő bizalmas információkhoz); és ii. egyeztetett hatások.

1. **Kizárás az inputhoz való hozzáférés terén**

(29) A mobiltelefon-gyártók, a mobilhálózat-üzemeltetők, az online térképek felhasználói és a navigációs szoftvereket szolgáltatók hangot adtak azon aggályuknak, hogy a Nokia és a Navteq kizárhatja őket a navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok piacáról. A kizárási stratégia elérhető az árak növelésével, elavult térképek nyújtásával, a legfrissebb térképekhez vagy tulajdonságokhoz való hozzáférés késleltetésével, vagy azáltal, hogy az innovatív funkciókat a Nokiának tartják fenn. A piaci vizsgálatra válaszolók szerint nem valószínű a teljes kizárás az inputhoz való hozzáférés terén.

(30) A Bizottság a következőket vizsgálta: i. az összefonódással létrejött vállalkozás képes-e az összefonódást követően kizárásra az inputokhoz való hozzáférés terén; ii. vannak-e ösztönzők erre a magatartásra és iii. a kizárási stratégia gyakorol-e jelentős káros hatást.

Képesség

(31) A navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok döntő fontosságúak a mobiltelefonokra kifejlesztett navigációs alkalmazások tekintetében, mivel a navigációs célú alkalmazások nem nyújthatók navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok nélkül. Ellenben nem egyértelmű, hogy a navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok kritikus inputot jelentenek-e a mobiltelefonok piacán, mivel a navigációs célú alkalmazások csak egy szolgáltatást jelentenek a sok közül. Az ügyfelek választhatják például azt a megoldást is, hogy beépített navigációs alkalmazás nélküli mobiltelefont vásárolnak és a navigációs alkalmazáshoz a mobilhálózat-üzemeltető navigációs szolgáltatásának megrendelésével férnek hozzá. Azzal is lehet ugyanakkor érvelni, hogy a navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok fontosak a mobiltelefon-gyártók számára, mivel a bejelentő felek felismerték, hogy a mobiltelefonokba beépített navigációs célú alkalmazások a közeljövőben a mobiltelefonok értékesítésének kulcsfontosságú befolyásoló tényezői lesznek.

(32) A Navteq jelentős piaci erővel rendelkezik a navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok piacán, amelyen a Tele Atlas az egyetlen versenytársa.

(33) Nem zárható ki, hogy létezhetnek olyan ellenstratégiák, melyek megfelelő időzítésével és hatékony alkalmazásával elérhető, hogy a Nokia és a Navteq általi kizárás ne legyen nyereséges. A PND-ket gyártó Garmin hosszú távra szóló megállapodást írt alá a Navteq-kel navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok szolgáltatásáról. Ez alapján jogosult az adatbázisok szoftverrel együtt történő viszonteladására. A Garmin bizonyos mértékben a mobiltelefon-gyártók és mobilhálózat-üzemeltetők ([1]) számára a navigációs célú digitálistérkép-adatbázisok megbízható szállítója lehet, ezért ő a piacon a harmadik térképszolgáltató. A mobiltelefon-gyártók és mobilhálózat-üzemeltetők emiatt közvetett módon védve lennének a Nokia kizárási stratégiájával szemben. A Garmin ugyanakkor nem lenne megfelelő térképadatbázis szolgáltató a navigációs célú szoftvergyártók és az online navigációs szolgáltatók számára, mivel ezek az ügyfelek saját navigációs célú szoftvereket fejlesztenek ki és a Garmin csak arra jogosult, hogy a saját fejlesztésű alkalmazásába integrált térképeket értékesítsen.

(34) A Motorola a Navteq-kel (szerződött). A második legnagyobb mobiltelefon-gyártó (abban a helyzetben lesz, hogy a Nokiára versenynyomást gyakoroljon a mobiltelefonokra telepített navigációs szolgáltatások tekintetében).

(35) Végezetül nyitva hagyható az a kérdés, hogy a bejelentő felek képesek-e kizárni versenytársaikat a downstream piacról, az alábbiakban ismertetettek alapján a Nokiát és a Navteq-et nem ösztönzi semmi ilyen magatartásra.

Ösztönző

(36) Az összefonódás után a Nokia és a Navteq nemcsak az upstream piacon, hanem a downstream piacon is figyelembe veszi majd, hogyan befolyásolja nyereségét a térképadatbázisok a Nokia-versenytársak számára történő értékesítése. Ezért annak a kérdésnek a vizsgálatakor, hogy mennyire lehet nyereséges az inputhoz való hozzáférés terén alkalmazott kizárási stratégia, az összefonódással létrejött vállalkozásnak össze kell vetnie, hogy milyen arányban áll egymással az upstream piacon az inputértékesítésre visszavezethető elvesztett nyereség és a downstream versenytársak költségeinek megnövelése miatti nyereség.

(37) E tekintetben a Bizottság részletes minőségi és mennyiségi vizsgálat alapján jellemezte a Nokia és a Navteq ösztönzőit a mobiltelefon-piacon. Az elemzés alapján a Bizottság azt a következtetést vonta le, hogy bár a mobiltelefonok eladásából származó nyereségek jóval magasabbak az adatbázisok értékesítéséből realizált nyereségekhez képest, az összefonódással létrejött vállalkozást nem ösztönzi semmi a Nokia downstream versenytársainak kizárására. Miközben ez az elemzés a mobiltelefonokat gyártó versenytársak kizárásához kapcsolódik, kevésbé valószínű, hogy az összefonódással létrejött vállalkozás egyéb eszközökkel inputhoz való hozzáférés terén kizárást alkalmazna a mobiltelefonok számára navigációs célú alkalmazásokat nyújtó cégekkel szemben, különös tekintettel arra, hogy a Nokia jelenléte ezen a piacon inkább korlátozott, és az itt elérhető nyereségek alacsonyabbak.

([1]) A Garmin és a Samsung közötti, nemrég bejelentett partnerség jól jellemzi a megvalósítható partnerségeket.

(38) Több tényező is korlátozza a Nokia és a Navteq arra irányuló ösztönzőit, hogy kizárják downstream versenytársaikat. Először is, a térképadatbázisok átlagosan kevesebb mint 5 %-át teszik ki a mobiltelefonok nagykereskedelmi árának. A mobiltelefonok árára ezért csak a térképek jelentős áremelkedése gyakorolna hatást. Másodszor, a navigációs célú szolgáltatások csak egyikét jelentik a mobiltelefonon elérhető alkalmazásoknak. Harmadszor, a Garmin eladhat (a saját navigációs célú szoftverébe beépített) térképeket a Nokia és a Navteq által kizárt versenytársaknak, valamint a Nokia legnagyobb versenytársa, a Motorola (olyan helyzetben lesz, hogy versenynyomást gyakoroljon a Nokiára a mobiltelefonokba telepített navigációs célú szolgáltatások tekintetében).

(39) Továbbá, a Bizottság által elvégzett gazdasági elemzés alapján a Nokia és a Navteq számára nem lenne nyereséges bármilyen kizárási stratégia kidolgozása. Az összefonódással létrejött vállalkozás által a downstream piacon a Nokia versenytársaival szemben megemelt térképadatbázisárakkal elérhető nyereség viszonylag korlátozott, a térképadatbázisok csökkenő eladásaiból származó bevételkiesést pedig nem egyenlítenék ki a pótlólagos mobiltelefon-értékesítések.

(40) A fentiek fényében az összefonódással létrejött vállalkozást semmi nem ösztönözné olyan áremelésre, amely a downstream piacon versenyellenes hatásokhoz vezetne.

A downstream piacon érvényesülő hatások

(41) A fent ismertetett okokból a downstream piacokon alkalmazott bármilyen kizárási stratégia hatásai korlátozottak lennének. A térképadatbázisok alacsony százalékos részesedése a mobiltelefonok költségeiből, az átállás korlátozott költségei és a Tele Atlas-szal folytatott verseny mind olyan tényezők, amelyek korlátozhatják a Navteq által a Nokia versenytársaival szemben esetlegesen alkalmazott áremelést.

(42) Továbbá, a kettős árrés kiüszöbölése valószínűleg csökkenti a navigációs célú alkalmazásokkal együtt értékesített Nokia mobiltelefonok árát, bár csak nagyon korlátozott mértékben. A fentiek fényében az ügylet valószínűleg nem vezet versenyellenes hatásokhoz a downstream piacokon.

(43) A bejelentő felek arról is nyújtottak be információt, hogy az összefonódás ár- és nem ár alapú hatékonyságot eredményez. A Bizottság által elvégzett elemzés megállapította, hogy az árhatékonyságok, bár azok csak nagyon korlátozottak, az összefonódáshoz kapcsolhatók. Ezzel ellentétben a nem ár alapú hatékonyságok (gyalogostérképek fejlesztése) valószínűleg nem összefonódás-specifikusak, hanem inkább a mobiltelefonokra kifejlesztett navigációs célú alkalmazások piacának növekedéséhez köthetők.

2. **Az összefonódással létrejött vállalkozás bizalmas információkhoz való hozzáférése**

(44) A néhány harmadik fél által megfogalmazott, üzleti titkok bizalmas kezelésére vonatkozó aggály azon a feltevésen alapul, hogy a Navteq ügyfeleinek meg kell osztaniuk térképszolgáltatóikkal a jövőbeli versenypiaci magatartásukkal kapcsolatos információkat. Attól tartanak, hogy ezt az információt esetleg hátrányukra használhatja fel az összefonódással létrejött vállalkozás downstream leányvállalata.

(45) A Bizottság megállapította, hogy a Navteq és az ügyfelei között kicserélt, versennyel kapcsolatos információ korlátozott, és a későbbiekben tovább csökkenthető. Emiatt nem valószínű, hogy az összefonódással létrejött vállalkozás olyan helyzetben lesz, hogy versennyel kapcsolatos információkhoz jusson ügyfeleitől, amennyiben attól félnek, hogy az ilyen információt az összefonódással létrejött vállalkozás előnyére használhatják fel a mobiltelefonok vagy a navigációs célú alkalmazások downstream piacán. Továbbá, az összefonódással létrejött vállalkozás ösztönözve lenne arra, hogy enyhítse a harmadik felek bizalmas kezeléssel kapcsolatos aggályait. Tekintettel arra, hogy feleket nem ösztönzi semmi arra, hogy inputkizárással éljenek, valószínű, hogy a felek több módon is reagálnának a bizalmassággal kapcsolatos lehetséges aggályokra, elsősorban úgy, hogy olyan feltételeket nyújtanának az ügyfeleknek, amelyek a Tele Atlashoz való áttérést nem tennék vonzóvá.

3. **Egyeztetett hatások**

(46) A Bizottság azt is megvizsgálta, vajon a Nokia és a Navteq vertikális integrációja kelt-e aggályokat az egyeztetett hatások tekintetében és arra a megállapításra jutott, hogy az ügylet valószínűleg nem vezet versenyellenes egyeztetett hatásokhoz, az alábbiakban ismertetett okokból.

(47) A TomTom és a Nokia nem ugyanazokon a downstream piacokon működnek és különböző ügyfélcsoportokat céloznak meg. A TomTom Európában a legnagyobb PND-szállító, a mobil navigációs célú szoftverek piacán marginális a jelenléte. A Nokia a legnagyobb mobiltelefongyártó és az OVI elnevezésű internetes portáljának fejlesztésén keresztül tervezi növelni a mobiltelefonokra kidolgozott navigációs célú alkalmazások piacán való jelenlétét, a PND-értékesítés terén marginális a jelenléte. Az összefonódás emiatt nem növeli, de nem is hoz létre ösztönzőket a Nokia és a TomTom számára arra, hogy a downstream piacokon egyeztessék magatartásukat.

(48) A navigációs célú digitális térkép adatbázisok upstream piacának szerkezete az ügylet eredményeként a két vertikálisan integrált térképszolgáltató jelenlétével szimmetrikusabbá válik. A vizsgálat ugyanakkor rámutatott arra, hogy ez a piaci szerkezet nem segíti elő az egyeztetést, mivel a TomTom és a Nokia egymástól különböző downstream piacokon tevékenykednek, és emiatt az ösztönzők eltérő struktúrájával rendelkeznek.

(49) Azzal is lehetne érvelni, hogy a TomTom és a Nokia egyaránt ösztönözve lehet arra, hogy rontsa azokat az üzleti feltételeket, amelyek mellett a Tele Atlas és a Navteq a digitális térképeit forgalmazza, azzal a céllal, hogy a TomTom és a Nokia eszközeit és szolgáltatásait a versenytársakéhoz képest vonzóbbá tegye. Ugyanakkor nem valószínű, hogy az ilyen stratégia fenntartható.

(50) Tekintettel a jelentősen eltérő növekedési várakozásokra, nem tűnik valószínűnek a piacok egyrészt PND-kre, másrészt mobiltelefonokra és navigációs alkalmazásokra történő felosztása. A TomTom/Tele Atlas jelenléte például nagyon korlátozott a mobiltelefonokra kidolgozott navigációs célú alkalmazások piacán. Bár ez a piac az értéket tekintve jelenleg korlátozott, várható, hogy a jövőben jelentős növekedésnek indul. Emiatt a TomTom/Tele Atlas erősen ösztönözve lenne arra, hogy a navigációs célú digitális térképeit a Navteq áraihoz képest alacsonyabb áron értékesítse, hogy biztosíthassa jelenlétét ezen a piacon, mely várhatóan gyorsabban nő a TomTom hagyományos üzletágát jelentő PND-piacnál. Másfelől a TomTom/Tele Atlas kockáztatná, hogy a Navteq olcsóbban kínálná termékeit, ami miatt veszteséget szenvedne a térkép-értékesítés terén, melyet nem kompenzálna a közvetlen versenytársai, vagyis a PND gyártók csökkent versenyképessége. A két vertikálisan integrálódott cég ösztönzőinek aszimmetrikus szerkezete emiatt nem segíti elő az egyeztetést, mivel az ilyen egyeztetést nem tenné fenntarthatóvá.

(51) Továbbá, nem teljesülnek az egyeztetés feltételei. A digitális navigációs célú térképek árainak átláthatósága erősen korlátozott, nagy és ritka szerződéseket kötnek, melyek valószínűbbé teszik az esetleges titkos megállapodásoktól való eltérést. Továbbá, a Garmin valószínűleg olyan helyzetbe kerülne, mellyel aláásná a Navteq és a Tele Atlas közötti bárminemű együttműködést a Navteq-kel hosszútávra kötött szerződésével, mely garantálja a digitális térképek szállítását. Mint arra már történt utalás, a Garmin már bejelentette, hogy navigációs funkcióval ellátott mobiltelefon piaci bevezetését tervezi, és azt is bejelentette, hogy a navigációs megoldások Európában Samsung mobiltelefonokon lesznek hozzáférhetőek. (Üzleti titkok).

(52) A fenti megfontolások fényében a Bizottság ezért arra a következtetésre jutott, hogy a tervezett művelet valószínűleg nem vezet egyeztetett versenyellenes hatásokhoz.

VI. **KÖVETKEZTETÉS**

(53) A Bizottság arra a következtetésre jut, hogy a tervezett összefonódás nem támaszt versennyel kapcsolatos aggályokat, amelyek következményeként a közös piacon vagy annak egy jelentős részén a hatékony verseny jelentősen korlátozódna. Következésképpen a Bizottság az összefonódás-ellenőrzési rendelet 8. cikkének (1) bekezdésével, valamint az EGT-megállapodás 57. cikkével összhangban az összefonódást a közös piaccal és az EGT-megállapodással összeegyeztethetőnek nyilvánítja.