Komisijos sprendimo santrauka

2008 m. liepos 2 d.

dėl koncentracijos paskelbimo suderinama su bendrąja rinka ir EEE susitarimo veikimu

(Byla COMP/M.4942 — Nokia/Navteq)

(Tekstas autentiškas tik anglų kalba)

(2009/C 13/06)

2008 m. liepos 2 d. Komisija priėmė sprendimą bendrovių susijungimo byloje pagal 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės ([1]) *ir visų pirma pagal reglamento 8 straipsnio 1 dalį. Nekonfidencialią viso sprendimo versiją galima rasti bylos originalo kalba ir Komisijos darbo kalbomis Konkurencijos generalinio direktorato tinklalapyje adresu:*

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

I. ŠALYS

(1) „Nokia Corporation“ („Nokia“, Suomija) tiekia įrangą, sprendimus ir paslaugas elektroninių ryšių tinklams. Bendrovė yra daugiausia žinoma kaip mobiliosios telefonijos aparatų gamintoja („mobilieji telefonai“). „Nokia“ taip pat ketina per savo „OVI“ portalą plėtoti mobiliojo elektroninio ryšio paslaugas, įskaitant ir vadinamąsias vietos nustatymu grindžiamas paslaugas (toliau – VNGP).

(2) „Navteq Corporation“ („Navteq“, Jungtinės Amerikos Valstijos, „JAV“) yra navigaciniuose prietaisuose naudojamų skaitmeninių žemėlapių duomenų ir įvairių VNGP tiekėja.

II. KONCENTRACIJA

(3) 2007 m. spalio 1 d. „Nokia“ paskelbė, kad buvo pasirašyta sutartis, pagal kurią „Nokia“ įgyja visas Navteq akcijas ir nerealizuotus pasirinkimo sandorius. Pagal reglamento (EB) Nr. 139/2004 („Susijungimų reglamentas“) 3 straipsnio 1 dalies b punktą šis sandoris laikomas koncentracija.

III. BYLOS PERDAVIMAS PAGAL 4 STRAIPSNIO 5 DALĮ

(4) Koncentracijos šalys netenkina nė vieno iš alternatyvių ribinės apyvartos reikalavimų, nustatytų Susijungimų reglamento 1 straipsnio 2 dalyje ir 1 straipsnio 3 dalyje. Sandorį būtų galima peržiūrėti pagal 11 valstybių narių nacionalinius bendrovių susijungimo kontrolės įstatymus (komercinės paslaptys).

(5) 2007 m. lapkričio 22 d. Komisija gavo iš „Nokia“ pagrįstą prašymą perduoti bylą Komisijai pagal Susijungimų reglamento 4 straipsnio 5 dalį. Nė viena valstybė narė nepriešta-ravo dėl sandorio bylos perdavimo Komisijai. Todėl sandoris laikomas Bendrijos svarbos klausimu ir buvo išnagrinėtas Komisijos.

([1]) OL L 24, 2004 1 29, p. 1.

IV. ATITINKAMOS RINKOS

1. Tiekėjų rinkos

(6) „Navteq“ parduoda navigacinių ir nenavigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazes. Abi žemėlapių kategorijos gali būti naudojamos kaip vietos nustatymu grindžiamų paslaugų (VNGP) dalis mobiliuosiuose telefonuose. Navigacinius žemėlapius galima naudoti su navigacinėmis taikomosiomis programomis, kurios realiu laiku teikia „posūkis po posūkio“ instrukcijas. Tačiau nenavigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės sudaro mažiau nei 5 % „Navteq“ apyvartos.

(7) Atlikusi konkurencijos analizę Komisija priėjo prie išvados, kad nenavigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekėjų rinkoje negali kilti jokių konkurencinių klausimų, ypač dėl esamo konkurentų skaičiaus ir nedidelių patekimo į rinką kliūčių. Todėl atlikdama analizę Komisija dėmesį sutelkė į navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekėjų rinką ir atitinkamas vartotojų rinkas.

Navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės

(8) Kaip ir pastarajame sprendime dėl *„TomTom“/„Tele Atlas“* bylos, Komisija apibrėžė, kokia yra atitinkama navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekimo rinka, kai geografinė duomenų bazių apimtis nulemia prekės rinkos apimtį. Tikslus atitinkamų prekės rinkų apibrėžimas, t. y., ar duomenų bazės, apimančios atskiras šalis, regionus ar visą EEE, atitinka atskiras prekės rinkas ar ne, yra nebūtinas, nes įvertinimui jis įtakos neturi. Atitinkama geografinė rinka yra pasaulinė.

(9) Tą patį atskleidžia ir rinkos dalies analizė, nepriklausomai nuo to, kuri alternatyvi prekės rinka yra nagrinėjama. Pasaulinė (-ės) navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių, apimančių EEE, tiekimo rinka (-os) yra dvivaldė – kaip liudija didesnė užimama rinkos dalis visoje visų duomenų bazių, visiškai ar iš dalies apimančių EEE („Navteq“ [40–45] %, „Tele Atlas“ [55–60] %), rinkoje, regionus apimančių duomenų bazių rinkoje ir atskirų šalių didesnėse rinkose, kuriose duomenų bazės apima Ispaniją, Italiją, Jungtinę Karalystę, Prancūziją arba Vokietiją „Tele Atlas“ yra didesnė rinkos dalyvė.

(10) Šioje byloje rinkos tyrimas patvirtino sprendimą pastarojoje *„TomTom“/„Tele Atlas“* byloje tiek dėl numatomų atėjimo į rinką laiko ir lėšų sąnaudų, tiek dėl tokio atėjimo į rinką tikimybės ir poveikio. Komisija neatmeta galimybės, kad į rinką gali ateiti nedidelės įmonės, tačiau navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių, apimančių EEE, tiekėjų atėjimas į rinkas nebūtų nei laiku įvykęs, t. y. pakankamai greitas ir ilgalaikis, nei pakankamos apimties ir svarbos, kad sulaikytų arba pašalintų antikonkurencinius padarinius, kurie galėtų atsirasti „Nokia“ įsigijus „Navteq“.

2. **Tarpinė rinka**

Navigacinė programinė įranga

(11) Navigacinė programinė įranga apima skaitmeninių žemėlapių duomenų bazėje esančius duomenis su geografiniu vietos nustatymu naudojant GPS imtuvą. Maršrutams apskaičiuoti ir „posūkis po posūkio“ instrukcijoms pateikti ekrane ir balsu navigacinėje programinėje įrangoje naudojamas algoritmas. Dauguma mobiliųjų telefonų gamintojų ir dauguma JRTO savo navigacinės programinės įrangos negamina. Šios bendrovės paprastai perka navigacinę programinę įrangą iš trečiųjų šalių – programinės įrangos kūrėjų.

(12) Kaip ir *„TomTom“/„Tele Atlas“* byloje, Komisija nusprendė, kad tikslinga būtų apibrėžti bendros navigacinės programinės įrangos, kurią sudaro visos trys programinės įrangos kategorijos (transporto priemonių sistemos, išorinės sistemos ir mišriosios sistemos), rinkos ribas nepaisant galutinio naudojimo (t. y. programinė įranga, naudojama nešiojamuosiuose navigacijos prietaisuose (toliau – NNP), asmeniniuose skaitmeniniuose pagalbikliuose (toliau – ASP), mobiliuosiuose telefonuose ir kt.). Geografinė rinka yra pasaulinė.

(13) „Nokia“ aktyviai veikia navigacinės programinės įrangos tiekimo rinkoje per savo antrinę bendrovę „gate5 AG“, kurią ji įsigijo 2006 metais. „Nokia“/„gate5“ užimama rinkos dalis yra ribota; 2006 metais ji tesudarė [5–10] % prekybos navigacine programine įranga rinkos (didžiausi tiekėjai – „NAVIGON“ [20–30] %, „Nav N Go“ [15–20] % ir „Destinator“ [15–20] %). Šioje rinkoje veikia daug bendrovių (savo pranešime „Nokia“ nurodo 23 tiekėjus), o atėjimo į rinką kliūtys nedidelės.

3. **Dvi vartotojų rinkos**

(14) Komisija nustatė dvi svarbias vartotojų rinkas: i) mobiliųjų telefonų navigacinių taikomųjų programų; ir ii) mobiliųjų telefonų. Navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės yra visų navigacinių taikomųjų programų ir nuolat didėjančio mobiliųjų telefonų su įdiegta navigacijos funkcija skaičiaus šaltinis.

3.a. *Mobiliųjų telefonų navigacijos taikomosios programos*

(15) Mobiliųjų telefonų navigacinės taikomosios programos gali būti parduodamos kartu su telefonais arba atskirai kaip jų priedas. Jas gali sudaryti skaitmeninių žemėlapių duomenų bazė ir navigacinė programinė įranga, kuri naudojasi duomenų baze ir informacija, gauta iš GPS imtuvo, pateikdama informaciją apie esamą vartotojo buvimo vietą ir, jei naudojamos patobulintos taikomosios programos, grafinius ir garsinius nurodymus, kaip pasiekti pasirinktą paskirties vietą.

(16) Dauguma EEE judriojo ryšių tinklų operatorių (toliau – JRTO) jau pradėjo tiekti arba ketina pasiūlyti tokias paslaugas savo klientams. Mobiliųjų telefonų navigacinėse taikomosiose programose taip pat gali būti navigacinė programinė įranga, kurią galutiniai vartotojai įsigyja parduotuvėse arba programinės įrangos kūrėjų tinklalapiuose (pvz., *TomTom Mobile navigator 6*). Jos taip pat gali būti parduodamos kartu su telefonais, pavyzdžiui, kai JRTO reklamuoja telefoną su nuosava navigacijos paslauga. Mobiliųjų telefonų navigacinių taikomųjų programų taip pat galima rasti interneto naršyklėje.

(17) Galutinio vartotojo atžvilgiu skirtingų kanalų tiekiamos navigacinės taikomosios programos yra labai panašios. Dėl šių priežasčių atskirų rinkų navigacinėms taikomosioms programoms pagal pardavimo kanalą apibrėžimas yra nebūtinas.

(18) Priešingai nei internetinės taikomosios programos, nurodančios pagrindinius maršrutus (*Google Maps*, *Mappy.com*, pan.), pažangiosios navigacinės taikomosios programos realiu laiku pateikia „posūkis po posūkio“ instrukcijas ir duoda garsinius nurodymus. Kad jos veiktų, būtina į prietaisą įdiegti specialią navigacinę programinę įrangą. Tokios navigacinės taikomosios programos gali būti diegiamos mobiliajame telefone arba laikomos centrinėje tarnybinėje stotelėje, prie jų prisijungiant mobiliuoju telefonu bevieliu ryšiu (išorinė sistema). Mišriose sistemose naudojamos išorinės sistemos ir transporto priemonių sistemos taikomosios programos. Galiausiai nelieka būtinybės išskirti išorinių sistemų, mišrių sistemų navigacinių ir transporto priemonių sistemų taikomųjų programų rinkas.

(19) Nors ateityje nederėtų atmesti tolesnio diferencijavimo, šio sprendimo tikslu galima apibrėžti bendrą mobiliųjų telefonų navigacinių taikomųjų programų rinką. Kalbant apie geografinį pobūdį, navigacinės taikomosios programos yra tiekiamos EEE mastu ir gali būti tiekiamos pasaulinėje rinkoje.

Rinkos sąlygos

(20) Kadangi mobiliųjų telefonų navigacijos paslaugos dar tik pradedamos tiekti, nėra patikimų rinkos duomenų, tokių kaip užimama rinkos dalis, nepriklausomai nuo platinimo kanalo. Rinkos tyrimas rodo, kad yra didelis konkurentų skaičius. JRTO privalumas tas, kad jie palaiko tiesioginius komercinius ryšius su klientais ir gali turėti įtakos mobiliųjų telefonų navigacinių taikomųjų programų pardavimui. Navigacinės programinės įrangos tiekėjai turi būtinos techninės patirties, bet neturi nuolatinių ryšių su klientais. Galiausiai internetinių navigacinių taikomųjų programų tiekėjai gali pasinaudoti prieinamumu per mobiliąsias naršykles (*Google Maps*, OVI iš „Nokia“).

(21) Patekimo į mobiliųjų telefonų navigacinių taikomųjų programų rinką kliūtys yra nedidelės. Keletas navigacinės programinės įrangos tiekėjų (veikiančių tarpinėje rinkoje) kuria prekės ženklais nepažymėtus produktus, kuriuos galima lengvai pažymėti JRTO arba kitų rinkos dalyvių ženklais.

3.b. *Mobilieji telefonai*

(22) Mobilieji telefonai su įdiegtomis navigacinėmis taikomosiomis programomis – vienas pagrindinių navigacinių prietaisų tipų. Kiti prietaisai su navigacijos funkcija yra NNP ir ASP. NNP, ASP ir mobilieji telefonai su navigacijos funkcija patenkina skirtingus vartotojo poreikius. Mobiliųjų telefonų ir kitų navigacinių prietaisų tipų pakeičiamumas vartotojų atžvilgiu yra ribotas. Mobilusis telefonas yra daugiafunkcis ryšio prietaisas, pirmiausia naudojamas mobiliajai telefonijai, o navigacijos funkcija tėra viena iš daugelio jo savybių. Dėl įvairių funkcijų skirtingų tipų navigaciniai prietaisai negali būti visiškai pakeičiami vieni kitais. Todėl galima daryti išvadą, kad mobilieji telefonai sudaro atskirą atitinkamą prekės rinką.

(23) Jau tampa įprasta, kad paskutinės technologijų galimybės yra įdiegiamos aukštos klasės mobiliuosiuose telefonuose ir sąlyginai greitai adaptuojamos kituose telefonų modeliuose, jeigu įdiegta funkcija yra patraukli vartotojui. Daugumos vidutinės klasės ir aukštos klasės mobiliųjų telefonų operacinės sistemos yra suderinamos su navigaciniais sprendimais. Komisija apsvarstė, ar tikslinga išskirti mobiliuosius telefonus su GPS ir be jos siekiant apibrėžti rinką, ir priėjo prie išvados, kad tai nėra tikslinga. Pirma, daugumą šiuo metu parduodamų mobiliųjų telefonų galima naudoti navigacijos tikslais dėl sąlyginai nebrangių išorinių GPS daviklių, juos prijungus prie mobiliojo telefono *Bluetooth* jungtimi. Antra, kaip numato analitikai, 2011 metais maždaug [65–75] % mobiliųjų telefonų, parduodamų Vakarų Europoje, turės integruotą GPS daviklį.

(24) Dėl pirmiau išvardintų priežasčių Komisija mano, kad atitinkama prekės rinka apima visus mobiliuosius telefonus. Atitinkama geografinė rinka yra pasaulinė.

Rinkos sąlygos

(25) Mobiliųjų telefonų tiekimo rinkose „Nokia“ neabejotinai yra didžiausia tiekėja. „Nokia“ ir jos pagrindiniai konkurentai 2006 metais užėmė tokią pasaulinės rinkos dalį: „Nokia“ [30–40] %, „Motorola“ [15–25] %, „Samsung“ [10–20] %, „Sony Ericsson“ [0–10] %, „LG“ [0–10] %, „BenQ Mobile“ [0–10] % ([1]). Daugelis mobiliųjų telefonų gali turėti navigacinę funkciją, tad „Nokia“ nėra vienintelė siūlanti telefonus, kurie gali būti naudojami navigacijos tikslais. Šiuo metu navigacijos paslaugos, kaip mobiliųjų telefonų pardavimo variklis, nėra svarbios. Tačiau šalys tikisi, kad navigacijos paslaugos taps populiaresnės ateityje.

(26) Kaip daugumai elektronikos rinkų, mobiliųjų telefonų rinkai būdinga smarki konkurencija ir dažnas naujų konkurentų atsiradimas. Be tradicinių konkurentų, kurie verslą pradėjo nuo mobiliųjų telefonų, konkurentai iš elektronikos ir aukštųjų technologijų rinkų pradeda siūlyti produktus, konkuruojančius su „Nokia“ telefonais. Savo rinkos dalį pamažu užkovoja tokie prietaisai kaip *Blackberry* (RIM), *iPhone* (*Apple*), *Nuviphone* ir *Palm* (*Garmin*).

V. **KONKURENCIJOS VERTINIMAS**

(27) 2008 m. gegužės 14 d. Komisija leido be įsipareigojimų „TomTom“ nupirkti „Tele Atlas“, kuris yra „Navteq“ konkurentas tiekiant navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazes. Nors „Nokia“ ir „Navteq“ susijungimas analizuojamas atskirai ir yra kitokio pobūdžio – ypač kalbant apie vartotojų rinkas – yra šių dviejų bylų panašumų. Abiem atvejais analizė rodo, kad vertikalus rinkos apribojimas yra mažai tikėtinas, nes naujai susijungusioji įmonė neturėtų stimulo riboti rinką.

([1]) Šaltinis: pranešimas.

(28) Komisija atliko rinkos tyrimą dėmesį sutelkdama į neigiamą poveikį konkurencijai dėl i) nekoordinuotų padarinių (galimybės naudotis ištekliais ribojimas vartotojų rinkose; ir susijungusios įmonės galimybė pasinaudoti konkurentų konfidencialia informacija); ir ii) koordinuotų padarinių.

1. **Galimybės naudotis ištekliais ribojimas**

(29) Mobiliųjų telefonų gamintojai, JRTO, elektroninių žemėlapių vartotojai ir navigacinės programinės įrangos tiekėjai išreiškė susirūpinimą tuo, kad „Nokia“ ir „Navteq“ gali apriboti jų galimybes dalyvauti navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių rinkoje. Rinkos apribojimo strategija galėtų būti įgyvendinta pakeliant kainas, teikiant supaprastintus žemėlapių rinkinius, pavėluotai suteikiant galimybę naudotis naujausiais žemėlapiais ir jų priedais arba novatoriškas ypatybes paliekant „Nokia“. Rinkos tyrime dalyvavę respondentai nemanė, kad visiškas galimybių naudotis ištekliais apribojimas yra tikėtinas.

(30) Komisija ištyrė i) ar susijungęs subjektas gebėtų po susijungimo apriboti galimybę naudotis ištekliais, ii) ar turėtų tam akstiną ir iii) ar apribojimo strategija turėtų didelį žalingą poveikį.

Gebėjimas

(31) Navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės yra labai svarbi mobiliųjų telefonų navigacinių taikomųjų programų tiekimo dalis, nes navigacinės taikomosios programos negali būti pateiktos be navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės. Kita vertus, neaišku, ar navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės yra svarbios mobiliųjų telefonų rinkai, nes navigacinės taikomosios programos tėra viena iš daugelio paslaugų. Pirkėjai galėtų rinktis telefono aparatą be įdiegtų navigacinių taikomųjų programų ir pasinaudoti navigaciniu sprendimu, pavyzdžiui, užsisakę savo JRTO teikiamą navigacijos paslaugą. Be to, galima būtų teigti, kad navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazės yra svarbios telefono aparatų gamintojams, nes suinteresuotosios šalys pripažino, kad mobiliuosiuose telefonuose įdiegtos navigacinės taikomosios programos yra pagrindinis veiksnys, nulemsiantis telefono aparatų pardavimą artimiausioje ateityje.

(32) Navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių rinkoje „Navteq“ turi didelės įtakos, nes konkuruoja tik su „Tele Atlas“.

(33) Negalima atmesti galimybės, kad gali egzistuoti laiku taikomos ir efektyvios strategijos, dėl kurių „Nokia“ ir „Navteq“ būtų nepelninga apriboti rinką. Pabrėžtina, kad „Garmin“, NNP gamintoja, pasirašė ilgalaikę sutartį su „Navteq“ dėl navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekimo. Jai suteikti įgaliojimai perparduoti jas kartu su savo programine įranga. „Garmin“ galėtų būti palyginti patikimas navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekėjas mobiliųjų telefonų gamintojams ([1]) arba JRTO, veikdamas rinkoje kaip trečioji šalis. Mobiliųjų telefonų gamintojai ir JRTO todėl būtų netiesiogiai apsaugoti nuo „Nokia“ rinkos apribojimo strategijos. Tačiau navigacinės programinės įrangos tiekėjų ir internetinių navigacinių paslaugų tiekėjų atžvilgiu „Garmin“ būtų netinkamas žemėlapių duomenų bazių tiekėjas, kadangi šie klientai kuria savo navigacinę programinę įrangą, o „Garmin“ turi tik įgaliojimus parduoti žemėlapius, įdiegtus į sukurtą taikomąją programą.

(34) „Motorola“ (yra pasirašiusi sutartį) su „Navteq“. Antra didžiausia telefonų gamintoja (turės galimybę taikyti „Nokia“ konkurencinius apribojimus, susijusius su mobiliuosiuose telefonuose įdiegtomis navigacijos paslaugomis).

(35) Klausimas, ar suinteresuotosios šalys sugebėtų apriboti vartotojų rinkoje veikiančių konkurentų galimybes, lieka atviras, nes, kaip matysime toliau, „Nokia“ ir „Navteq“ neturi tam jokio stimulo.

Paskata

(36) Po susijungimo „Nokia“ ir „Navteq“ atsižvelgs į tai, kaip žemėlapių duomenų bazių pardavimas „Nokia“ konkurentams lems „Nokia“ pajamų dydį ne tik tiekėjų, bet ir vartotojų rinkoje. Todėl, atsižvelgdama į galimybės naudotis ištekliais apribojimų strategijos rentabilumą, susijungusioji įmonė turi rasti kompromisą tarp pelno, sumažėjusio dėl mažesnės išteklių pardavimo apimties tiekėjų rinkoje, ir pelno, gauto vartotojų rinkoje padidinus konkurentų išlaidas.

(37) Komisija atliko išsamią kokybinę ir kiekybinę analizę, siekdama šiuo atžvilgiu apibrėžti, kokią paskatą „Nokia“ ir „Navteq“ turi mobiliųjų telefonų rinkoje. Atlikus analizę, prieita prie išvados, kad susijungusioji įmonė neturėtų akstino apriboti „Nokia“ konkurentų galimybių vartotojų rinkoje, nors pajamos iš mobiliųjų telefonų pardavimo yra didesnės nei pajamos, gautos realizavus žemėlapių duomenų bazę. Nors ši analizė yra susijusi tik su mobiliuosius telefonus gaminančių konkurentų galimybių apribojimu, dar mažiau tikėtina, kad susijungusioji įmonė turėtų stimulą apriboti galimybę naudotis ištekliais įmonėms, tiekiančioms mobiliųjų telefonų navigacines taikomąsias programas, juolab kad šioje rinkoje „Nokia“ užima mažą dalį ir šioje rinkoje jos pajamos būtų mažesnės.

([1]) Naujausias pranešimas apie „Garmin“ ir „Samsung“ partnerystę rodo, kokio pobūdžio partnerystės gali būti sukuriamos.

(38) „Nokia“ ir „Navteq“ paskatas apriboti savo konkurentų galimybes vartotojų rinkoje mažina keletas elementų. Pirma, žemėlapių duomenų bazės vidutiniškai sudaro mažiau nei 5 % didmeninės mobiliųjų telefonų kainos. Tik labai išaugusi žemėlapių kaina galėtų turėti įtakos mobiliųjų telefonų kainoms. Antra, navigacijos paslaugos tėra viena iš daugelio mobiliųjų telefonų naudojimo galimybių. Trečia, „Garmin“ galėtų pardavinėti žemėlapius (įdiegtus jos navigacinėje programinėje įrangoje) konkurentams, kuriems „Nokia“ ir „Navteq“ yra apribojusi galimybes, o „Motorola“, būdama didžiausia „Nokia“ konkurentė, (turėtų galimybę apriboti „Nokia“ konkurencijos galimybes, susijusias su mobiliuosiuose telefonuose įdiegtomis navigacijos paslaugomis).

(39) Be to, Komisijos atlikta ekonominė analizė parodė, kad „Nokia“ ir „Navteq“ būtų nenaudinga taikyti rinkos apribojimo strategiją. Susijungusi įmonė parduotų tik sąlyginai ribotą kiekį produkcijos vartotojų rinkoje, pakeldama žemėlapių duomenų bazių kainas „Nokia“ konkurentams, o didesnis mobiliųjų telefonų pardavimas negalėtų kompensuoti sumažėjusių pajamų dėl mažesnio žemėlapių duomenų bazių pardavimo.

(40) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta pirmiau, susijungusioji įmonė neturėtų stimulo didinti kainas taip, kad sukeltų antikonkurencinį poveikį bet kurioje vartotojų rinkoje.

Poveikis vartotojų rinkai

(41) Dėl pirmiau išvardintų priežasčių rinkos apribojimo strategijos taikymo vartotojų rinkose poveikis būtų labai nedidelis. Žemas mobiliųjų telefonų sąnaudoms priskiriamas žemėlapių duomenų bazių procentas, nedidelės perėjimo sąnaudos ir konkurencija su „Tele Atlas“ riboja kainos kėlimą, kurio „Nokia“ konkurentų atžvilgiu galėtų siekti „Navteq“.

(42) Be to, gali būti, kad, panaikinus dvigubą antkainį, nors ir nesmarkiai, bet sumažės „Nokia“ mobiliųjų telefonų, parduodamų kartu su navigacinėmis taikomosiomis programomis, kainos. Atsižvelgiant į tai, galima teigti, kad sandoris vargu ar padarys antikonkurencinį poveikį vartotojų rinkoms.

(43) Suinteresuotosios šalys taip pat pranešė, kad susijungimas atneštų naudos tiek kainos, tiek kitų veiksnių atžvilgiu. Komisijos atlikta analizė rodo, kad kainos atžvilgiu gaunama nauda, nors ir nedidelė, yra susijusi su susijungimu, kai tuo tarpu nauda kitų veiksnių atžvilgiu (pėsčiųjų takų žemėlapių kūrimas) yra greičiau siejama ne su susijungimu, o su mobiliųjų telefonų navigacinių taikomųjų programų rinkos augimu.

2. **Susijungusios įmonės galimybė naudotis konfidencialia informacija**

(44) Susirūpinimas dėl konfidencialumo, kurį išreiškė kai kurios trečiosios šalys, grindžiamas prielaida, kad „Navteq“ klientai turi pateikti informaciją savo žemėlapių tiekėjui apie savo būsimus su konkurencija susijusius veiksmus. Jie būgštauja, kad susijungusios įmonės antrinė bendrovė, veikianti vartotojų rinkoje, gali pasinaudoti tokia informacija jų nenaudai.

(45) Komisija nustatė, kad konkurencinės reikšmės turinčios informacijos, kuria pasidalino „Navteq“ ir jos klientai, kiekis yra ribotas ir jį galima būtų dar labiau sumažinti. Todėl mažai tikėtina, kad susijungusi įmonė turės galimybę gauti konkurencinės informacijos iš savo klientų, jeigu jie baimintųsi, kad tokia informacija galėtų būti panaudota susijungusios įmonės naudai mobiliųjų telefonų arba navigacinių taikomųjų programų vartotojų rinkose. Be to, susijungusi įmonė būtų suinteresuota sumažinti trečiųjų šalių susirūpinimą dėl konfidencialumo. Atsižvelgiant į tai, kad šalys neturi paskatų imtis galimybių naudotis ištekliais apribojimo, tikėtina, kad šalys įvairiais būdais reaguotų į galimus klausimus dėl konfidencialumo, pirmiausia siūlydamos savo klientams tokias sąlygas, kad perėjimas į „Tele Atlas“ taptų nepatrauklus.

3. **Koordinuoti padariniai**

(46) Komisija taip pat ištyrė, ar vertikali „Nokia“ ir „Navteq“ integracija duotų pagrindo susirūpinimui dėl koordinuotų padarinių, ir nustatė, kad dėl toliau išvardintų priežasčių mažai tikėtina, kad panaudojant koordinavimą sandoris turėtų antikonkurencinių padarinių.

(47) „TomTom“ ir „Nokia“ veikia skirtingose vartotojų rinkose ir orientuojasi į skirtingas pirkėjų kategorijas. „TomTom“ yra didžiausia NNP tiekėja Europoje, tuo tarpu jos dalis mobiliosios navigacijos programinės įrangos rinkoje yra maža. „Nokia“ yra didžiausia mobiliųjų telefonų gamintoja ir ketina plėstis mobiliųjų telefonų navigacinių taikomųjų programų rinkoje plėtodama savo „OVI“ tinklalapį-portalą, kai tuo tarpu jos NNP pardavimo dalis yra maža. Todėl koncentracija nei padidina, nei paskatina „Nokia“ ir „TomTom“ koordinuoti savo veiksmus vartotojų rinkose.

(48) Po sandorio navigacinių skaitmeninių žemėlapių duomenų bazių tiekėjų rinkos struktūra, kurią sudaro du vertikaliai integruoti žemėlapių tiekėjai, tampa simetriškesnė. Tačiau tyrimas parodė, kad ši rinkos struktūra negali būti koordinuojama, nes „TomTom“ ir „Nokia“ veikia skirtingose vartotojų rinkose ir todėl skiriasi jų paskatos.

(49) Galima būtų teigti, kad „TomTom“ ir „Nokia“ galėtų turėti bendrą akstiną pabloginti komercines sąlygas, kuriomis „Tele Atlas“ ir „Navteq“ parduoda savo skaitmeninius žemėlapius, siekiant didesnio „TomTom“ ir „Nokia“ prietaisų ir paslaugų patrauklumo, palyginti su tais, kuriuos siūlo konkurentai. Tačiau menkai tikėtina, kad tokia strategija būtų vykdoma.

(50) Atsižvelgiant į skirtingus augimo lūkesčius, menkai tikėtina, kad rinka pasidalintų tarp NNP ir mobiliųjų telefonų bei navigacinių taikomųjų programų. Pavyzdžiui, „TomTom“/„Tele Atlas“ dalis mobiliųjų telefonų navigacijos sprendimų rinkoje yra labai nedidelė. Nors šiuo metu ši rinka yra ribota, tikimasi, kad ateityje ji iš esmės išaugs. Todėl „TomTom“/„Tele Atlas“ atsirastų stiprus stimulas pardavinėti skaitmeninius žemėlapius mobiliajai navigacijai mažesnėmis nei „Navteq“ kainomis šioje rinkoje, kurioje yra planuojamas didesnis augimas nei „TomTom“ tradicinės veiklos – NNP – rinkoje. Priešingu atveju, „TomTom“/„Tele Atlas“ atsirastų rizika, kad „Navteq“ gali sumažinti kainas, dėl to jai tektų apriboti žemėlapių pardavimą, kurio nekompensuotų net ir sumažėjęs tiesioginių konkurentų, NNP gamintojų, konkurencingumas. Dviejų vertikaliai integruotų įmonių paskatų struktūra dėl susidariusios asimetrijos nėra palanki koordinavimui, ir mažai tikėtina, kad toks koordinavimas būtų įmanomas.

(51) Be to, nepatenkinamos koordinavimo sąlygos. Skaitmeninių navigacinių žemėlapių kainos yra nelabai skaidrios, o didelės apimties sutartys, kurios sudaro didesnę galimybę nukrypti nuo potencialaus slapto susitarimo, yra retai sudaromos. Be to, tikėtina, kad „Garmin“ turėtų galimybę destabilizuoti bet kokias „Navteq“ ir „Tele Atlas“ koordinavimo pastangas, pasinaudodama ilgalaike sutartimi su „Navteq“, kuri garantuoja skaitmeninių žemėlapių tiekimą. Kaip nurodyta pirmiau, „Garmin“ jau paskelbė apie savo ketinimą pradėti mobiliojo telefono su navigacijos funkcija gamybą ir pareiškė, kad jos navigaciniai sprendimai bus diegiami Europos rinkoje parduodamuose „Samsung“ telefonuose. (Komercinės paslaptys).

(52) Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta pirmiau, Komisija priėjo prie išvados, kad mažai tikėtina, jog panaudojant koordinavimą sandoris galėtų turėti antikonkurencinį poveikį.

VI. **IŠVADA**

(53) Komisija padarė išvadą, kad minėta koncentracija nesukels jokių konkurencijos problemų, kurios labai pakenktų veiksmingai konkurencijai bendrojoje rinkoje arba didelėje jos dalyje. Todėl Komisija skelbia, kad koncentracija yra suderinama su bendrąja rinka ir EEE susitarimu pagal Susijungimų reglamento 8 straipsnio 1 dalį ir EEE susitarimo 57 straipsnį.