Rezumat al deciziei Comisiei

din 2 iulie 2008

privind declararea unei concentrări ca fiind compatibilă cu piața comună și cu funcționarea Acordului SEE

(Cazul COMP/M.4942 — Nokia/Navteq)

(Numai textul în limba engleză este autentic)

(2009/C 13/06)

La data de 2 iulie 2008, Comisia a adoptat o decizie într-un caz privind o concentrare, în temeiul Regulamentului (CE) nr. 139/2004 al Consiliului din 20 ianuarie 2004 privind controlul concentrărilor economice între întreprinderi ([1]), în special al articolului 8 alineatul (1) din regulament. O versiune neconfidențială a textului integral al deciziei este disponibilă în versiunea lingvistică autentică a cazului și în limbile de lucru ale Comisiei pe site-ul internet al Direcției Generale Concurență, la următoarea adresă:

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

I. PĂRȚILE

(1) Nokia Corporation („Nokia", Finlanda) furnizează echipamente, soluții și servicii pentru rețelele de comunicații electronice. Compania este cunoscută, în principal, drept producător de receptoare pentru telefonia mobilă (denumite în continuare „telefoane mobile"). De asemenea, Nokia intenționează să dezvolte servicii online pentru telefonie mobilă prin portalul acesteia, OVI, inclusiv așa-numitele LBS (Location-Based Services).

(2) Navteq Corporation (denumită în continuare „Navteq", Statele Unite) este furnizor de date pentru hărți digitale utilizate în navigație și pentru o gamă largă de LBS.

II. CONCENTRARE

(3) La 1 octombrie 2007, Nokia a anunțat semnarea unui acord în temeiul căruia Nokia va achiziționa toate acțiunile Navteq și toate opțiunile existente de participare la capitalul Navteq. Tranzacția constituie o concentrare în sensul articolului 3 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 139/2004 (denumit în continuare „Regulamentul privind concentrările economice").

III. TRIMITERE ÎN TEMEIUL ARTICOLULUI 4 ALINEATUL (5)

(4) Părțile implicate în operațiunea de concentrare nu îndeplinesc niciunul dintre pragurile alternative ale cifrei de afaceri, stabilite la articolul 1 alineatele (2) și (3) din Regulamentul privind concentrările economice. Tranzacția ar fi fost susceptibilă de examinare în temeiul dreptului național în materie de control al concentrărilor în 11 state membre [secret comercial].

(5) La data de 22 noiembrie 2007, Comisia a primit din partea Nokia o cerere motivată, prin care întreprinderea solicita ca tranzacția să fie examinată de Comisie, în temeiul articolului 4 alineatul (5) din Regulamentul privind concentrările economice. Niciun stat membru nu a ridicat obiecții cu privire la trimiterea tranzacției la Comisie, în vederea examinării. În consecință, se consideră că tranzacția propusă are o dimensiune comunitară și a fost examinată de către Comisie.

IV. PIAȚA RELEVANTĂ

1. Piețe din amonte

(6) Navteq comercializează baze de date pentru hărți digitale de navigație și pentru alte utilizări. Ambele categorii de hărți pot fi utilizate pentru integrarea LBS în telefoanele mobile. Hărțile utilizate pentru navigație sunt necesare în sistemele din domeniul navigației cu funcționare în timp real și cu actualizare la fiecare schimbare de direcție. Cu toate acestea, bazele de date pentru hărți digitale utilizate în alte scopuri decât navigația reprezintă mai puțin de 5 % din cifra de afaceri a Navteq.

(7) În urma examinării acestui caz din punct de vedere al concurenței, Comisia a ajuns la concluzia că nu poate să apară o problemă de concurență pe piața din amonte a bazelor de date pentru hărți digitale destinate altor utilizări decât navigația, având în vedere, în special, faptul că există mai mulți concurenți și puține obstacole la intrarea pe această piață. Prin urmare, în analiza privind concurența, Comisia a examinat cu precădere piața din amonte a bazelor de date pentru hărți digitale de navigație, precum și piețele relevante din aval.

Bazele de date pentru hărțile digitale de navigație

(8) Ca și în cazul deciziei recente privind *TomTom/Tele Atlas*, Comisia a definit piața relevantă drept piața care furnizează baze de date pentru hărți digitale de navigație, în care acoperirea geografică a bazelor de date este cea care definește dimensiunea pieței de astfel de produse. Delimitarea precisă a piețelor de astfel de produse — și anume, întrebarea dacă bazele de date privind anumite țări și regiuni sau ansamblul SEE reprezintă sau nu piețe distincte de produse — nu este esențială, întrucât nu afectează evaluarea. Piața geografică relevantă are o dimensiune mondială.

([1]) JO L 24, 29.1.2004, p. 1.

(9) O imagine similară s-a obținut din analiza cotelor de piață, indiferent de piața de produse avută în vedere. Piața mondială care furnizează baze de date pentru hărți digitale de navigație pentru ansamblul SEE este un duopol, în care Tele Atlas este cel mai mare operator, întrucât deține cea mai mare cotă de piață pe întreaga piață a bazelor de date, cu acoperire totală sau parțială a SEE — (Navteq: 40-45 %, Tele Atlas: 55-60 %) pe piața bazelor de date cu acoperire regională și pe marile piețe naționale, cum ar fi piețele bazelor de date care acoperă Franța, Germania, Italia, Spania sau Regatul Unit.

(10) Investigarea de piață întreprinsă în acest caz a confirmat concluziile din decizia privind *TomTom/Tele Atlas*, atât în ceea ce privește timpul estimat și costul intrării pe piață, cât și probabilitatea și incidența acestei intrări. Deși nu exclude posibilitatea unei intrări marginale, Comisia a concluzionat că intrarea pe piețele bazelor de date pentru hărți digitale de navigație cu acoperire SEE nu s-ar produce în timp util, adică suficient de rapid și de susținut, și nici nu ar fi suficientă ca acoperire și amploare pentru a descuraja sau bloca orice eventuale efecte anticoncurențiale ale achiziționării Navteq de către Nokia.

2. **Piața intermediară**

Programe de nagivație

(11) Programele de navigație combină datele din baza de date pentru hărțile digitale cu poziționarea geografică obținută de la un receptor GPS. Programul de navigație utilizează un algoritm pentru calcularea rutelor și petru a oferi instrucțiuni actualizate la fiecare schimbare de direcție, care sunt afișate pe ecran și anunțate printr-un sistem de redare vocală. Majoritatea producătorilor de telefoane mobile și a operatorilor rețelelor de telefonie mobilă nu sunt și producători de programe de navigație. De regulă, aceste întreprinderi achiziționează programe de navigație de la terți, producători de programe.

(12) Ca și în cazul *TomTom/Tele Atlas*, Comisia a considerat că era necesar să se opteze pentru o singură piață de programe de navigație care să includă toate cele trei tipuri de programe (încorporate, externe și hibride), fără să facă deosebirea între utilizarea finală (și anume, programe destinate a fi utilizate pe aparate de navigație portabile, agende electronice — PDA —, telefoane mobile sau alte aplicații). Această piață are o dimensiune geografică mondială.

(13) Nokia este prezentă pe piața comercializării de programe de navigație prin filiala sa, gate5 AG, pe care Nokia a achiziționat-o în 2006. Cota de piață a Nokia/gate5 este restrânsă; [5-10] % din piața de comercializare în 2006 (furnizorii cei mai mari sunt NAVIGON: [20-30] %, Nav N Go [15-20] % și Destinator [15-20] %). Un mare număr de întreprinderi sunt prezente pe această piață (Nokia menționează în notificare 23 de furnizori), iar obstacolele la intrare sunt limitate.

3. **Două piețe în aval**

(14) Comisia a identificat două piețe relevante în aval: (i) piața sistemelor de navigație pentru telefonia mobilă; și (ii) piața telefoanelor mobile. Bazele de date pentru hărți digitale de navigație sunt necesare pentru funcționarea sistemelor de navigație, dar și pentru un număr tot mai mare de telefoane mobile dotate cu funcții de navigație.

3.a. *Sisteme de navigație pentru telefoane mobile*

(15) Sistemele de navigație pentru telefoanele mobile sunt vândute împreună cu telefonul sau separat, ca echipament opțional disponibil pe piața accesoriilor și sunt formate, pe de o parte, dintr-o bază de date pentru hărți digitale de navigație și, pe de altă parte, dintr-un program de navigație care utilizează această bază de date, precum și datele transmise de un receptor GPS pentru funizarea de informații privind poziția reală a utilizatorului și, în cazul unor aplicații mai complexe, oferă instrucțiuni vizuale și sonore care permit să se ajungă la o destinație dată.

(16) Majoritatea operatorilor din rețeaua de telefonie mobilă din SEE, de exemplu, au început să propună aceste servicii propriilor clienți sau intenționează să ofere astfel de servicii. Sistemele de navigație pentru telefoanele mobile pot fi formate, de asemenea, dintr-un program de navigație achiziționat direct de către utilizatorii finali în magazine sau pe site-urile de internet ale producătorilor de programe (de exemplu, TomTom Mobile navigator 6). De asemenea, ele pot fi vândute împreună cu telefoane mobile, de exemplu atunci când un operator al rețelei de telefonie mobilă promovează un telefon mobil și încorporează propriul serviciu de navigație. Sistemele de navigație pentru telefoane mobile sunt accesibile, de asemenea, cu ajutorul unui browser de web (web browser).

(17) Din punct de vedere al utilizatorului final, sistemele de navigație furnizate prin aceste trei canale diferite sunt foarte asemănătoare. Din aceste motive nu este necesar să se definească piețe distincte în domeniul sistemelor de navigație, în funcție de canalele de comercializare.

(18) Spre deosebire de sistemele online care oferă un serviciu de ghidare elementară (Google Maps, Mappy.com etc.), sistemele de navigație avansate oferă o navigație în timp real, actualizată la fiecare schimbare de direcție și însoțită de instrucțiuni vocale. De asemenea, ele necesită instalarea pe aparat a unui program de navigație special. Aceste sisteme de navigație pot fi încorporate telefoanelor mobile sau pot fi stocate pe un server central, astfel încât pot fi accesate de pe telefonul mobil, prin conexiune WI-FI la internet (sisteme de navigație externe). Sistemele hibride combină caracteristicile sistemelor de navigație externe cu cele ale sistemelor încorporate. În fine, nu este necesar să se definească piețe distincte de sisteme de navigație încorporate, hibride sau externe.

(19) Cu toate că, în viitor, nu este exclusă o diferențiere, în sensul prezentei decizii se poate defini o piață relevantă unică de sisteme de navigație pentru telefoane mobile. În ceea ce privește dimensiunea geografică, furnizarea de sisteme de navigație este cel puțin la nivelul SEE, și chiar la nivel mondial.

Condiții de piață

(20) Având în vedere că furnizarea serviciilor de navigație pentru telefoane mobile este o industrie emergentă, nu există date fiabile referitoare la piață, cum ar fi cotele de piață, indiferent de canalul de distribuție. Investigarea de piață arată că există un mare număr de concurenți. Operatorii rețelelor de telefonie mobilă au avantajul de a beneficia de o relație comercială directă și permanentă cu clienții lor și pot profita de poziția în care se află pentru a vinde sisteme de navigație pentru telefoanele mobile. Furnizorii de programe de navigație dispun de experiența tehnică necesară, dar sunt dezavantajați de faptul că nu au un contact permanent cu clienții. În fine, furnizorii de sisteme de navigație online au avantajul că sunt accesibili de pe sistemele de navigație existente pe internet (Google Maps, OVI de la Nokia).

(21) Obstacolele la intrarea pe piața sistemelor de navigație pentru telefoanele mobile sunt reduse. Mai mulți funrizori de programe de navigație (prezenți pe piața intermediară) fabrică produse „cu etichetă albă", care pot fi ușor comercializate sub denumirea comercială a operatorilor rețelelor de telefonie mobilă ori a altor actori de pe această piață.

3.b. *Telefoanele mobile*

(22) Telefoanele mobile prevăzute cu sisteme de navigație reprezintă unul din principalele tipuri de aparate de navigație. Celelalte aparate dotate cu funcția de navigație sunt aparatele de navigație portabile și agendele electronice. Aparatele de navigație portabile (PND), agendele electronice (PDA), precum și telefoanele mobile dotate cu funcția de navigație răspund unor cerințe diferite ale consumatorilor. Din punctul de vedere al consumatorilor, telefoanele mobile și celelalte tipuri de aparate de navigație sunt prea puțin substituibile între ele. Telefonul mobil este un aparat multifuncțional de comunicație utilizat, în principal, pentru telefonie mobilă, navigația fiind doar una din multitudinea de funcții. Ca urmare a faptului că au funcții diferite, diversele tipuri de aparate de navigație nu sunt în întregime interșanjabile. Prin urmare, se poate concluziona că telefoanele mobile constituie o piață relevantă de produse.

(23) În general, noile funcții sunt introduse mai întâi pe telefoanele mobile din gama superioară, apoi sunt introduse destul de repede pe o gamă largă de telefoane mobile atunci când noile funcții sunt atractive pentru consumatori. Majoritatea telefoanelor mobile din gama medie și superioară sunt dotate în prezent cu sisteme de operare capabile să suporte sisteme de navigație. Comisia a analizat dacă ar fi oportun din punct de vedere al definirii pieței să se facă deosebirea între telefoanele mobile cu sau fără GPS încorporat și a ajuns la concluzia că o astfel de diferențiere nu este pertinentă. În primul rând, majoritatea telefoanelor mobile comercializate în mod curent pot fi utilizate pentru navigație datorită senzorilor GPS externi care au un preț relativ scăzut și care pot fi conectați la un telefon mobil prin intermediul conexiunii Bluetooth. În al doilea rând, conform previziunilor analiștilor, în anul 2011, aproximativ [65-75] % din telefoanele mobile vândute în Europa de vest vor fi prevăzute cu un senzor GPS.

(24) Din aceste motive, Comisia consideră că piața relevantă de produse înglobează toate tipurile de telefoane mobile. Piața geografică relevantă are o dimensiune mondială.

Condiții de piață

(25) Pe piața comercializării telefoanelor mobile, Nokia este în mod categoric cel mai mare furnizor. În 2006, Nokia și principalii săi concurenți au atins următoarele cote pe piața mondială: Nokia [30-40] %, Motorola [15-25] %, Samsung [10-20] %, Sony Ericsson [0-10] %, LG [0-10] %, BenQ Mobile [0-10] % ([1]). O gamă largă de telefoane mobile sunt compatibile cu sistemele de navigație, iar Nokia nu este singura întreprindere care oferă telefoane mobile ce pot fi utilizate pentru navigație. În prezent, serviciile de navigație nu au un rol important în vânzările de telefoane mobile. Cu toate acestea, părțile estimează că, în viitor, serviciile de navigație vor dobândi o utilizare mai extinsă.

(26) Piața telefoanelor mobile se caracterizează, la fel ca majoritatea pieților de produse electronice, printr-o concurență puternică și pătrunderea frecventă pe piață a noilor concurenți. Pe lângă concurenții tradiționali care au pornit cu sectorul telefoniei mobile, produsele care concurează cu telefoanele mobile de la Nokia sunt introduse de concurenți care provin de pe alte piețe electronice și de înaltă tehnologie. Printre aparatele care câștigă o cotă tot mai mare de piață se numără Blackberry de la RIM, iPhone de la Apple, Nuviphone și Palm de la Garmin.

V. **EVALUAREA CONCURENȚEI**

(27) La 14 mai 2008, Comisia a autorizat achiziționarea fără angajamente de către TomTom a Tele Atlas, întreprinderea care concurează cu Navteq în furnizarea bazelor de date pentru hărți digitale de navigație. Cu toate că operațiunea de concentrare dintre Nokia și Navteq este analizată separat și prezintă caracteristici diferite, în special pe piețele din aval, între cele două cazuri există o serie de similitudini. În ambele cazuri, din analiză rezultă că blocarea verticală a pieței este puțin probabilă, întrucât noua entitate rezultată din fuziune nu ar avea nici un motiv să blocheze piața.

([1]) Sursă: notificare.

(28) Comisia și-a concentrat investigarea pieței pe evaluarea probabilității ca în urma concentrării să fie afectată concurența, din cauza (i) efectelor necoordonate (blocarea aprovizionării pe piețele din aval de către entitatea rezultată din concentrare; accesului entității rezultate din concentrare la informațiile confidențiale ale întreprinderilor concurente); și (ii) efectelor coordonate.

1. **Blocarea aprovizionării**

(29) Producătorii de telefoane mobile, operatorii rețelelor de telefonie mobilă, utilizatorii hărților online de navigație și furnizorii de programe de navigație și-au exprimat teama că Nokia și Navteq ar putea să le blocheze accesul la piața bazelor de date pentru hărți digitale de navigație. Strategia de blocare ar putea consta fie în creșterea prețurilor, furnizarea de hărți de proastă calitate, întârzierea accesului la cele mai recente hărți sau caracteristici, fie prin păstrarea pentru Nokia a caracteristicilor inovatoare. Respondenții investigării pieței nu au considerat că blocarea totală a aprovizionării poate fi un scenariu probabil.

(30) Comisia a examinat (i) dacă entitatea rezultată în urma concentrării ar avea capacitatea de a bloca accesul la aprovizionare; (ii) dacă ar fi motivată să procedeze astfel; (iii) dacă o strategie de blocare ar avea efecte negative majore.

Capacitate

(31) Bazele de date pentru hărți digitale de navigație sunt un element esențial pentru furnizarea de sisteme de navigație pentru telefoanele mobile, întrucât sistemele de navigație nu pot fi comercializate fără o bază de date pentru hărți digitale de navigație. Pe de altă parte, nu este cert dacă bazele de date pentru hărți digitale de navigație reprezintă un element primar esențial pentru piața telefoanelor mobile, întrucât sistemele de navigație reprezintă un serviciu printre multe altele. Clienții ar putea decide să achiziționeze un telefon mobil fără sisteme preinstalate de navigație și să recurgă la o soluție de navigație prin abonarea la serviciul de navigație oferit, de exemplu, de operatorul rețelei de telefonie mobilă de care aparțin. Și totuși, s-ar putea argumenta că bazele de date pentru hărți digitale de navigație sunt o componentă importantă pentru producătorii de telefoane mobile, întrucât părțile notificatoare au recunoscut că sistemele de navigație încorporate în telefoanele mobile vor fi un factor-cheie care va influența vânzările de telefoane mobile, în viitor.

(32) Navteq dispune de o putere de piață considerabilă pe piața bazelor de date pentru hărți digitale de navigație, singurul concurent fiind Tele Atlas.

(33) Nu se poate exclude posibilitatea de a fi dezvoltate, la timp, strategii eficiente care să contracareze blocarea de către Nokia și Navteq, astfel încât tentativa acestora să nu fie rentabilă. Garmin, producător de aparate de navigație portabile, a semnat un contract important pe termen lung cu Navteq pentru furnizarea de baze de date pentru hărți digitale de navigație. Garmin este autorizată să revândă bazele de date împreună cu programul de navigație. Garmin ar putea fi, într-o oarecare măsură, un furnizor credibil de baze de date pentru hărți digitale de navigație destinate fabricanților de telefoane mobile ([1]) sau operatorilor rețelelor de telefonie mobilă, acționând astfel ca un al treilea furnizor de hărți pe piață. Prin urmare, producătorii de telefoane mobile și operatorii rețelelor de telefonie mobilă ar fi în acest fel protejați în mod indirect împotriva strategiei de blocare din partea Nokia. Cu toate acestea, Garmin nu ar fi un furnizor adecvat de baze de date pentru hărți digitale destinate furnizorilor de programe de navigație și furnizorilor online de servicii de navigație, întrucât acești clienți își dezvoltă propriul program de navigație, în timp ce Garmin este autorizat numai pentru vânzarea de hărți integrate în sistemul pe care l-a creat.

(34) Motorola [a încheiat un contract] cu Navteq. Cel de al doilea producător important de telefoane mobile [va fi capabil să exercite o presiune concurențială asupra Nokia în ceea ce privește serviciile de navigație instalate pe telefoanele mobile].

(35) În ultimă instanță, poate fi lăsată deschisă întrebarea dacă părțile notificatoare ar avea capacitatea de a bloca acei concurenți care sunt plasați pe piața din aval, întrucât Nokia și Navteq nu au un motiv să procedeze astfel, așa cum se va arăta în continuare.

Motive

(36) Ulterior concentrării, Nokia și Navteq vor lua în considerare modul în care vânzările bazelor de date pentru hărți către concurenții Nokia îi vor afecta profiturile nu numai pe piața din amonte, ci și pe piața din aval. Prin urmare, atunci când analizează profitabilitatea unei strategii de blocare a aprovizionării, entitatea rezultată dintr-o operațiune de concentrare ține seama, pe de o parte, de pierderea beneficiului pe piața din amonte din cauza scăderii vânzărilor la nivelul aprovizionării și, pe de altă parte, de profitul obținut pe piața din aval, prin creșterea costurilor suportate de concurenți.

(37) Comisia a întreprins o analiză calitativă și cantitativă aprofundată pentru a determina motivele pe care le-ar avea Nokia și Navteq în această privință pe piața telefoanelor mobile. Analiza noastră a dus la concluzia că, deși profiturile obținute prin vânzarea de telefoane mobile sunt mult mai mari decât profiturile realizate prin vânzarea unei baze de date pentru hărți digitale, entitatea rezultată din concentrare nu ar avea motive să blocheze concurenții de pe piețele din aval ale întreprinderii Nokia. Cu toate că analiza se referă numai la blocarea concurenților care produc telefoane mobile, orice motiv pe care l-ar avea entitatea rezultată din concentrare de a se angaja în blocarea firmelor care oferă sisteme de navigație pentru telefoanele mobile prin alte mijloace pare și mai puțin probabil, în special din perspectiva prezenței mai restrânse a întreprinderii Nokia pe această piață și a profiturilor mai reduse pe care le-ar putea obține.

([1]) Anunțul recent privind parteneriatul dintre Garmin și Samsung ilustrează tipurile de parteneriate care pot fi încheiate.

(38) Există o serie de elemente de natură să reducă motivele pentru care Nokia și Navteq ar bloca accesul concurenților pe piața din aval. În primul rând, bazele de date pentru hărți digitale reprezintă mai puțin de 5 % din prețul cu ridicata al telefoanelor mobile. Ca atare, numai o creștere majoră a prețului la hărți ar putea avea un impact asupra prețului telefoanelor mobile. În al doilea rând, serviciile de navigație sunt doar o aplicație, printre multe alte aplicații încorporate telefoanelor mobile. În al treilea rând, Garmin ar putea vinde hărți (încorporate programului său de navigație) concurenților blocați de Nokia și Navteq, iar Motorola, cel mai mare concurent pentru Nokia, [va fi capabilă să exercite o constrângere concurențială asupra Nokia în ceea ce privește serviciile de navigație instalate pe telefoanele mobile].

(39) În plus, analiza economică întreprinsă de Comisie a arătat că pentru Nokia și Navteq nu ar fi profitabil să dezvolte o strategie de blocare. Entitatea rezultată din concentrare ar beneficia doar de un segment relativ redus de vânzări pe piața din aval dacă ar crește prețurile la baza de date pentru hărți digitale destinate concurenților întreprinderii Nokia, iar pierderea profiturilor cauzată de scăderea vânzărilor de baze de date pentru hărți digitale nu ar fi compensată de creșterea vânzărilor la telefoanele mobile.

(40) Prin urmare, entitatea rezultată din concentrare nu ar avea niciun motiv să crească prețurile de o manieră care ar putea genera efecte anticoncurențiale pe oricare din piețele situate în aval.

Efectele pe piața din aval

(41) Pentru toate aceste motive, oricare strategie de blocare a pieței din aval ar avea efecte foarte limitate. Procentajul scăzut pe care îl reprezintă baza de date pentru hărți digitale în costul telefoanelor mobile, costul redus al oricărei schimbări de furnizor, precum și concurența cu Tele Atlas au tendința de a limita creșterea prețului pe care Navteq l-ar putea impune concurenților întreprinderii Nokia.

(42) În plus, eliminarea marjelor duble ar putea reduce, în proporții restrânse, prețul telefoanelor Nokia comercializate cu sisteme de navigație încorporate. Din perspectiva celor de mai sus, operațiunea de concentrare nu este de natură să aibă efecte anticoncurențiale pe piețele din aval.

(43) De asemenea, părțile notificatoare au arătat că în urma concentrării s-ar produce o eficiență a prețului, dar și o eficiență pe alte planuri. În analiza efectuată de Comisie se constată că eficiența prețului, chiar dacă este limitată, ar putea fi asociată operațiunii de concentrare. În schimb, eficiența obținută pe alte planuri (dezvoltarea hărților pentru pietoni) nu sunt specifice concentrării, ci se explică mai degrabă prin expansiunea pieței de sisteme de navigație pentru telefoane mobile.

2. **Accesul entității rezultate din concentrare la informații confidențiale**

(44) Problema confidențialității, astfel cum a fost exprimată de unele părți terțe, pleacă de la premisa conform căreia clienții Navteq trebuie să permită furnizorului de hărți accesul la informațiile referitoare la acțiunile concurențiale pe care le au în vedere. Aceștia se tem că informațiile ar putea fi utilizate în dezavantajul lor de către partea entității rezultate din concentrare situată pe piața din aval.

(45) Comisia a stabilit că volumul informațiilor de natură concurențială schimbate între Navteq și clienții acesteia este limitat și poate fi redus în continuare. Prin urmare, este puțin probabil ca entitatea rezultată din concentrare să poată obține informații concurențiale de la clienții săi, dacă aceștia se tem că astfel de informații ar putea fi utilizate în avantajul entității rezultate din concentrare pe piața din aval a telefoanelor mobile sau a sistemelor de navigație. În plus, entitatea rezultată din concentrare ar avea motive să aplaneze preocuparea părții terțe referitoare la confidențialitate. Întrucât niciuna dintre părțile terțe nu are un motiv să se angajeze în blocarea accesului pe piață, este probabil ca părțile să reacționeze diferit cu privire la eventuala preocupare privind confidențialitatea, în principal oferindu-le clienților condiții de natură să facă neatractivă migrarea clienților către Tele Atlas.

3. **Efecte coordonate**

(46) Comis a examinat, de asemenea, dacă integrarea verticală propusă de Nokia și de Navteq ar pune probleme privind efectele coordonate și a ajuns la concluzia că este puțin probabil ca tranzacția să producă efecte anticoncurențiale cauzate de coordonare, din motivele explicate în continuare.

(47) TomTom și Nokia nu sunt active pe aceleași piețe din aval și se adresează unor categorii diferite de clienți. TomTom este cel mai mare furnizor de aparate de navigație portabile din Europa și are o prezență minoră pe piața programelor de navigație pentru telefoane mobile. Nokia este cel mai mare producător de telefoane mobile și intenționează să-și sporească prezența pe piața sistemelor de navigație pentru telefoanele mobile prin crearea portalului de internet OVI, însă ocupă un loc minor în ceea ce privește vânzarea de aparate de navigație portabile. Prin urmare, concentrarea nici nu sporește motivele, nici nu reprezintă un motiv pentru Nokia și TomTom de a-și coordona comportamentul pe piețele din aval.

(48) În urma tranzacției, structura pieței din amonte pentru baze de date pentru hărți digitale de navigație devine mai simetrică, întrucât există doi furnizori de hărți, integrați vertical. Cu toate acestea, investigația a arătat că această structură a pieței nu poate avea drept rezultat coordonarea, întrucât TomTom și Nokia sunt active pe piețe diferite din aval și, prin urmare, au o structură motivațională diferită.

(49) Se poate argumenta că TomTom și Nokia ar putea avea un motiv comun de a prejudicia condițiile comerciale în care Tele Atlas și Navteq își comercializează hărțile digitale, obiectivul fiind ca aparatele și serviciile oferite de TomTom și Nokia să fie mai atractive prin comparație cu ale concurenților lor. Și totuși, este foarte puțin probabil ca o astfel de strategie să poată fi sustenabilă.

(50) Segmentarea pieței între, pe de o parte, aparatele de navigație portabile și, pe de altă parte, telefoanele mobile și sistemele de navigație, pare improbabilă din perspectiva previziunilor diferite referitoare la creștere. De exemplu, prezența TomTom/Tele Atlas pe piața soluțiilor în materie de navigație pentru telefoane mobile este foarte redusă. Cu toate că piața respectivă este la un nivel scăzut ca valoare, se estimează că, în viitor, aceasta va crește considerabil. Prin urmare, TomTom/Tele Atlas ar avea un motiv puternic să vândă hărți digitale de navigație pentru telefoane mobile la prețuri inferioare celor practicate de Navteq pentru a pătrunde pe această piață care, conform previziunilor, se va dezvolta mai repede decât piața aparatelor de navigație portabile — activitatea tradițională desfășurată de TomTom. În caz contrar, TomTom/Tele Atlas s-ar confrunta cu riscul ca Navteq să practice prețuri mai scăzute și, prin urmare, TomTom/TeleAtlas ar înregistra pierderi la vânzările de hărți, pierdere care nu ar fi compensată prin diminuarea presiunii concurențiale a concurenților direcți, și anume a producătorilor de aparate de navigație portabile. Prin urmare, asimetria la nivelul structurii motivaționale a celor două întreprinderi integrate vertical nu favorizează coordonarea, întrucât este puțin probabil să fie sustenabilă.

(51) În plus, nu sunt întrunite condițiile coordonării. Prețurile hărților digitale de navigație sunt foarte puțin transparente, contractele sunt de durată și rare, ceea ce sporește probabilitatea să se ajungă la o eventuală înțelegere secretă. În plus, este probabil ca Garmin să fie în situația de a destabiliza orice coordonare între Navteq și Tele Atlas prin intermediul unui contract pe termen lung cu Navteq, de natură să-i garanteze aprovizionarea cu hărți digitale. După cum s-a menționat deja, Garmin și-a anunțat intenția de a lansa un telefon mobil prevăzut cu funcția de navigație și a comunicat că soluțiile de navigație vor fi introduse pe telefoanele mobile produse de Samsung în Europa [secrete de afaceri].

(52) În temeiul celor menționate anterior, Comisia a concluzionat că este puțin probabil ca operațiunea să dea naștere unor efecte anticoncurențiale rezultate din coordonare.

VI. **CONCLUZIE**

(53) Comisia a ajuns la concluzia că operațiunea de concentrare economică nu va genera niciun fel de probleme în materie de concurență, de natură să împiedice în mod semnificativ concurența reală pe piața comună sau pe un segment major al acesteia. În consecință, Comisia declară că operațiunea de concentrare economică este compatibilă cu piața comună și cu Acordul SEE, în conformitate cu articolul 8 alineatul (1) din Regulamentul privind concentrările economice și cu articolul 57 din Acordul SEE.