Zhrnutie rozhodnutia Komisie

z 2. júla 2008,

ktorým sa koncentrácia vyhlasuje za zlučiteľnú so spoločným trhom a s vykonávaním Dohody o EHP

(Vec COMP/M.4942 – Nokia/Navteq)

(Len anglické znenie je autentické)

(2009/C 13/06)

Komisia prijala 2. júla 2008 rozhodnutie vo veci fúzie podľa nariadenia Rady (ES) č. 139/2004 z 20. januára 2004 o kontrole koncentrácií medzi podnikmi ([1]), a najmä podľa článku 8 ods. 1 uvedeného nariadenia. Úplné znenie tohto rozhodnutia, ktoré neobsahuje dôverné informácie, je dostupné v autentickom jazyku veci a v pracovných jazykoch Komisie na internetovej stránke generálneho riaditeľstva pre hospodársku súťaž na tejto adrese:

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

I. **STRANY**

(1) Spoločnosť Nokia Corporation (ďalej len „Nokia“, Fínsko) poskytuje zariadenie, riešenia a služby pre elektronické komunikačné siete. Táto spoločnosť je známa najmä ako výrobca telefónov pre mobilné telefónne služby (ďalej len „mobilné telefóny“). Nokia má v úmysle rozvíjať aj mobilné online služby prostredníctvom svojho portálu „OVI“, vrátane tzv. služieb založených na lokalizácii (ďalej len „LBS“).

(2) Spoločnosť Navteq Corporation (ďalej len „Navteq“, Spojené štáty americké, ďalej len „USA“) je dodávateľom údajov pre digitálne mapy používané v navigačných prístrojoch a pri zabezpečovaní poskytovania širokého sortimentu LBS.

II. **KONCENTRÁCIA**

(3) Dňa 1. októbra 2007 Nokia oznámila podpísanie dohody, na základe ktorej Nokia získa všetky akcie a nesplatené opcie Navteq. Táto transakcia predstavuje koncentráciu v zmysle článku 3 ods. 1 písm. b) nariadenia (ES) č. 139/2004 (ďalej len „nariadenie o fúziách“).

III. **POSTÚPENIE PODĽA ČLÁNKU 4 ODS. 5**

(4) Strany koncentrácie nespĺňajú ani jednu z alternatívnych prahových hodnôt obratu stanovených v článku 1 ods. 2 a ods. 3 nariadenia o fúziách. Transakcia by podliehala preskúmaniu na základe vnútroštátnych právnych predpisov o kontrole fúzií v 11 členských štátoch [obchodné tajomstvo].

(5) Komisii bol 22. novembra 2007 doručený odôvodnený návrh Nokie, v ktorom táto spoločnosť požiadala o postúpenie transakcie Komisii podľa článku 4 ods. 5 nariadenia o fúziách. Žiadny členský štát nenamietal proti postúpeniu transakcie Komisii. Transakcia sa preto považuje za transakciu, ktorá má význam pre Spoločenstvo, a Komisia ju preskúmala.

IV. **RELEVANTNÉ TRHY**

1. **Nadväzujúce trhy vyššej úrovne**

(6) Navteq obchoduje s navigačnými a nenavigačnými databázami digitálnych máp. Obidve kategórie máp sa môžu použiť v rámci služieb založených na lokalizácii (LBS) v mobilných telefónoch. Navigačné mapy umožňujú využívanie navigačných aplikácií založených na vydávaní postupných pokynov v reálnom čase. Nenavigačné databázy digitálnych máp však predstavujú menej ako 5 % obratu spoločnosti Navteq.

(7) Komisia uskutočnila analýzu hospodárskej súťaže, v ktorej dospela k záveru, že na nadväzujúcom trhu vyššej úrovne s nenavigačnými databázami digitálnych máp nemôžu vzniknúť žiadne obavy z narušenia hospodárskej súťaže, najmä preto, lebo je na ňom prítomných niekoľko konkurentov a prekážky vstupu na trh sú obmedzené. Komisia sa preto v analýze hospodárskej súťaže zamerala na nadväzujúci trh vyššej úrovne s navigačnými databázami digitálnych máp a na relevantné trhy nižšej úrovne.

Navigačné databázy digitálnych máp

(8) Podobne ako v nedávnom rozhodnutí vo veci *TomTom/Tele Atlas* Komisia vymedzila relevantný trh pre poskytovanie navigačných databáz digitálnych máp tam, kde zemepisné pokrytie databáz určuje rozsah trhu s výrobkami. Presné vymedzenie relevantných trhov s výrobkami – t. j. či databázy pokrývajúce jednotlivé krajiny, regióny alebo celý EHP predstavujú alebo nepredstavujú samostatné trhy s výrobkami – môže zostať otvorené, keďže nemá vplyv na hodnotenie. Relevantný zemepisný trh je vo svojom rozsahu celosvetový.

([1]) Ú. v. EÚ L 24, 29.1.2004, s. 1.

(9) Rovnaký výsledok prináša analýza podielu na trhu nezávisle od toho, ktorý alternatívny trh s výrobkami sa použije. Celosvetový(-é) trh(-y) pre poskytovanie navigačných databáz digitálnych máp s pokrytím celého EHP predstavuje(-ú) monopol dvoch subjektov, kde spoločnosť Tele Atlas je väčším aktérom, čo dokazujú jej väčšie podiely na celom trhu pre všetky databázy s celkovým alebo čiastočným pokrytím EHP (Navteq: 40 – 45 %, Tele Atlas: 55 – 60 %), na trhu pre databázy s regionálnym pokrytím a na väčších trhoch pre jednotlivé krajiny, ako sú databázy pokrývajúce Francúzsko, Nemecko, Taliansko, Španielsko alebo Spojené kráľovstvo.

(10) Prieskumom trhu sa v tomto prípade potvrdili zistenia nedávneho rozhodnutia vo veci *TomTom/Tele Atlas* tak vzhľadom na odhadovaný čas vstupu a náklady na vstup, ako aj vzhľadom na pravdepodobnosť a vplyv vstupu. Hoci Komisia nevylúčila možnosť vzniku okrajového vstupu, vstup na trhy s poskytovaním navigačných databáz digitálnych máp s pokrytím pre EHP by nebol včasný, t. j. dostatočne rýchly a trvalý, ani dostatočný, pokiaľ ide o rozsah a význam, aby zabránil akýmkoľvek potenciálnym účinkom nadobudnutia spoločnosti Navteq Nokiou, ktoré sú v rozpore s pravidlami hospodárskej súťaže, alebo ich zmaril.

2. **Sprostredkovateľský trh**

Navigačný softvér

(11) V navigačnom softvéri sa spájajú údaje obsiahnuté v navigačnej databáze digitálnych máp s určovaním zemepisnej polohy z prijímača GPS. Navigačný softvér používa algoritmy na výpočet trás a znázorňuje postupné pokyny na obrazovke alebo ich vydáva prostredníctvom hlasového navádzania. Väčšina výrobcov mobilných telefónov a väčšina MSO nevyrába navigačný softvér sama. Tieto spoločnosti bežne získavajú navigačný softvér od tretích strán zaoberajúcich sa vývojom softvéru.

(12) Podobne ako vo veci *TomTom/Tele Atlas* Komisia považovala za vhodné vymedziť samostatný trh s výrobkami pre navigačný softvér pokrývajúci všetky tri typy softvéru (palubné, mimopalubné a hybridné) a nezávisle od koncového užívateľa (t. j. softvér určený na používanie v PNZ, ODP, v mobilných telefónoch alebo v iných aplikáciách). Zemepisný rozsah tohto trhu je celosvetový.

(13) Nokia je aktívna na trhu pre poskytovanie navigačného softvéru prostredníctvom svojej dcérskej spoločnosti gate5 AG, ktorú nadobudla v roku 2006. Podiel spoločnosti Nokia/gate5 na trhu je obmedzený: [5 – 10] % na obchodnom trhu v roku 2006 (najväčšími dodávateľmi sú NAVIGON: [20 – 30] %, Nav N Go [15 – 20] % a Destinator: [15 – 20] %). Na tomto trhu je aktívny veľký počet spoločností (Nokia uvádza vo svojom oznámení 23 poskytovateľov) a prekážky vstupu sa javia ako obmedzené.

3. **Dva nadväzujúce trhy nižšej úrovne**

(14) Komisia identifikovala dva relevantné nadväzujúce trhy nižšej úrovne: i) navigačné aplikácie pre mobilné telefóny; a ii) mobilné telefóny. Navigačné databázy digitálnych máp sú vstupom pre všetky navigačné aplikácie a tiež pre rastúci počet mobilných telefónov s predinštalovanou funkciou navigácie.

3.a. *Navigačné aplikácie pre mobilné telefóny*

(15) Navigačné aplikácie pre mobilné telefónne zariadenia sa môžu predávať spolu s telefónom alebo samostatne ako dodatok na popredajnom trhu a pozostávajú z databázy digitálnych máp a navigačného softvéru, ktorý využíva databázu a informácie z prijímača GPS na poskytovanie informácií o momentálnej pozícii užívateľa a v prípade pokročilejších aplikácií poskytuje grafické a hlasové pokyny o tom, ako sa dostať na zvolené miesto určenia.

(16) Väčšina mobilných sieťových operátorov (ďalej len „MSO“) v EHP už začala poskytovať takéto služby svojim zákazníkom alebo tak zamýšľa urobiť. Navigačné aplikácie pre mobilné telefóny môžu obsahovať aj navigačný softvér, ktorý si koncový zákazník kúpi priamo v obchode alebo na internetových stránkach subjektov vyvíjajúcich softvér (napr. mobilný navigátor TomTom 6). Môžu byť tiež zabudované do mobilných telefónov, napríklad keď MSO propaguje telefón a zabuduje doň navigačnú službu vlastnej značky. Navigačné aplikácie pre mobilné telefóny sú dostupné aj prostredníctvom internetového vyhľadávača.

(17) Z pohľadu koncového užívateľa sú navigačné aplikácie dodávané týmito rozličnými kanálmi veľmi podobné. Z týchto dôvodov nie je nevyhnutne potrebné vymedziť samostatné trhy pre navigačné aplikácie v závislosti od odbytových kanálov.

(18) Na rozdiel od on-line aplikácií poskytujúcich základný návrh trás (mapy Google, Mappy.com atď.) pokročilé aplikácie poskytujú postupnú navigáciu v reálnom čase doplnené o hlasové pokyny. Potrebujú, aby bol v zariadení inštalovaný špeciálny navigačný softvér. Takéto navigačné aplikácie môžu byť zabudované v mobilnom telefóne (palubné), alebo môžu byť uložené na centrálnom serveri, do ktorého sa vstupuje bezdrôtovo z telefónu (mimopalubné). V hybridných systémoch sa kombinujú vlastnosti palubných a mimopalubných aplikácií. Skutočne nie je potrebné vymedziť samostatné trhy pre mimopalubné, hybridné a palubné navigačné aplikácie.

(19) Hoci v budúcnosti nie je možné vylúčiť ďalšiu diferenciáciu, na účely tohto rozhodnutia môže byť vymedzený jednotný relevantný trh s navigačnými aplikáciami pre mobilné telefóny. Vzhľadom na zemepisný rozsah pokrývajú dodávky navigačných aplikácií minimálne trh EHP a pravdepodobne aj celosvetový trh.

Podmienky na trhu

(20) Keďže poskytovanie navigačných služieb pre mobilné telefóny predstavuje nové odvetvie, nie sú k dispozícii žiadne spoľahlivé údaje o trhu, napríklad podiely na trhu, a to nezávisle od distribučného kanálu. Prieskum trhu naznačuje, že existuje veľký počet konkurentov. MSO majú výhodu v už nadviazaných priamych obchodných vzťahoch so zákazníkmi a môžu využiť toto svoje postavenie pri predaji navigačných aplikácií pre mobilné telefóny. Poskytovatelia navigačného softvéru majú potrebné technické skúsenosti a poznatky, ale nemajú správne kontakty so zákazníkmi. A napokon poskytovatelia on-line navigačných aplikácií majú výhodu dostupnosti cez mobilné vyhľadávače (mapy Google, OVI od Nokie).

(21) Prekážky vstupu na trh s navigačnými aplikáciami pre mobilné telefóny sú slabé. Mnohí poskytovatelia navigačného softvéru (aktívni na sprostredkovateľskom trhu) vyvíjajú výrobky bez označenia, ktoré môžu MSO alebo iní aktéri ľahko označiť svojou značkou.

3.b. *Mobilné telefóny*

(22) Mobilné telefóny vybavené navigačnými aplikáciami sú jedným z hlavných typov navigačných zariadení. Inými zariadeniami s funkciou navigácie sú PNZ (prenosné navigačné zariadenia) a ODP (osobné digitálne pomôcky). PNZ, ODP a mobilné telefóny s funkciou navigácie vyhovujú rozličným potrebám zákazníkov. Z pohľadu zákazníka je medzi mobilnými telefónmi a ostatnými typmi navigačných zariadení len obmedzená vzájomná nahraditeľnosť. Mobilný telefón je multifunkčné komunikačné zariadenie používané v prvom rade na mobilné telefónne služby, pričom funkcia navigácie je len jednou z mnohých vlastností. Rozličné typy navigačných zariadení nie sú plne vzájomne nahraditeľné z dôvodu rozličných funkcií. Preto možno dospieť k záveru, že mobilné telefóny predstavujú samostatný relevantný trh s výrobkami.

(23) Je bežné, že najnovšie vlastnosti sa najprv zavedú do telefónov najvyššej triedy a relatívne rýchlo sa začnú používať aj v telefónoch nižšej triedy, ak je vlastnosť pre zákazníkov atraktívna. Väčšina telefónov strednej až najvyššej triedy má v súčasnosti operačné systémy, ktoré sú schopné podporovať navigačné riešenia. Komisia posúdila, či je na účely vymedzenia trhu vhodné rozlišovať medzi mobilnými telefónmi so zabudovaným GPS a bez neho, a dospela k záveru, že to nie je vhodné. Po prvé, väčšina v súčasnosti predávaných mobilných telefónov sa môže používať na účely navigácie vďaka relatívne lacným externým snímačom GPS, ktoré je možné pripojiť k mobilným telefónom prostredníctvom pripojenia Bluetooth. Po druhé, podľa prognóz analytikov bude mať v roku 2011 približne [65 – 75] % mobilných telefónov predávaných v západnej Európe zabudovaný snímač GPS.

(24) Na základe uvedených dôvodov sa Komisia domnieva, že relevantný trh s výrobkami pokrýva všetky mobilné telefóny. Relevantný zemepisný trh je vo svojom rozsahu globálny.

Podmienky na trhu

(25) Nokia je na trhoch s mobilnými telefónmi bezkonkurenčne najväčším dodávateľom. Nokia a jej najväčší konkurenti dosiahli v roku 2006 tieto podiely na celosvetovom trhu: Nokia [30 – 40] %, Motorola [15 – 25] %, Samsung [10 – 20] %, Sony Ericsson [0 – 10] %, LG [0 – 10] %, BenQ Mobile [0 – 10] % [1]. Mnohé telefóny sú zlučiteľné s navigáciou a Nokia nie je jediným subjektom ponúkajúcim telefóny, ktoré sa môžu použiť na účely navigácie. Navigačné služby nie sú v súčasnosti významným hnacím mechanizmom predaja telefónov. Strany však očakávajú, že navigačné služby sa stanú v budúcnosti obľúbenejšími.

(26) Podobne ako pre väčšinu trhov s elektronikou aj pre trh s mobilnými telefónmi je charakteristická intenzívna hospodárska súťaž a častý vstup nových konkurentov. Okrem tradičných konkurentov pochádzajúcich z trhov s mobilnými telefónmi sa objavujú výrobky konkurujúce telefónom Nokie, ktoré zavádzajú konkurenti z trhov s inou elektronikou a hi-tech. Medzi príklady zariadení zvyšujúcich svoj podiel na trhu patria Blackberry spoločnosti RIM, iPhone spoločnosti Apple, Nuviphone a Palm spoločnosti Garmin.

V. **POSÚDENIE HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE**

(27) Dňa 14. mája 2008 Komisia schválila nadobudnutie spoločnosti Tele Atlas, ktorá je konkurentom spoločnosti Navteq v oblasti dodávok navigačných databáz digitálnych máp, spoločnosťou TomTom bez záväzkov. Hoci sa fúzia medzi spoločnosťami Nokia a Navteq analyzovala samostatne a nezávisle a má rozdielne charakteristiky – predovšetkým na nadväzujúcich trhoch nižšej úrovne – v týchto dvoch prípadoch existuje niekoľko podobných čŕt. Analýza v obidvoch prípadoch preukázala, že vertikálne vylúčenie je nepravdepodobné, pretože nový subjekt na trhu by nemal dostatočnú motiváciu na vylúčenie.

[1] Zdroj: oznámenie.

(28) Komisia sústredila svoj prieskum trhu na posúdenie pravdepodobnosti narušenia hospodárskej súťaže v dôsledku transakcie i) nekoordinovanými účinkami (vylúčenie vstupu novým subjektom na nadväzujúcich trhoch nižšej úrovne a prístupom nového subjektu k dôverným informáciám jeho konkurentov); a ii) koordinovanými účinkami.

1. **Vylúčenie vstupu**

(29) Výrobcovia mobilných telefónov, MSO, používatelia internetových online máp a poskytovatelia navigačného softvéru vyjadrili obavy, že by ich Nokia a Navteq mohli vylúčiť z trhu s navigačnými databázami digitálnych máp. Stratégia vylúčenia by sa mohla dosiahnuť buď zvýšením cien, poskytovaním menej kvalitných máp, oneskoreným prístupom k najnovším mapám alebo atribútom, alebo vyhradením inovačných vlastností pre Nokiu. Respondenti prieskumu trhu nepovažovali úplné vylúčenie vstupu za pravdepodobný scenár.

(30) Komisia preskúmala, i) či by bol zlúčený subjekt schopný po fúzii vylúčiť prístup k vstupom; ii) či by mal motiváciu na takéto konanie; a iii) či by mala stratégia vylúčenia významný nepriaznivý účinok.

Schopnosť

(31) Navigačné databázy digitálnych máp sú kritickým komponentom pri poskytovaní navigačných aplikácií pre mobilné telefóny, keďže navigačné aplikácie nie je možné dodávať bez navigačnej databázy digitálnych máp. Na druhej strane nie je jasné, či navigačné databázy digitálnych máp predstavujú kritický vstup pre trh s mobilnými telefónmi, keďže navigačné aplikácie sú len jednou službou spomedzi mnohých služieb. Zákazník by sa mal rozhodnúť o kúpe telefónu bez predinštalovaných navigačných aplikácií a pristúpiť k navigačnému riešeniu napríklad prostredníctvom objednania navigačnej služby u svojho MSO. Možno však tvrdiť, že navigačné databázy digitálnych máp sú významným komponentom pre výrobcov telefónov, keďže oznamujúce strany uznali, že navigačné aplikácie zabudované do mobilných telefónov sa v blízkej budúcnosti stanú kľúčovým faktorom ovplyvňujúcim predaj telefónov.

(32) Navteq má na trhu s navigačnými databázami digitálnych máp významné postavenie, pričom mu konkuruje len Tele Atlas.

(33) Nie je možné vylúčiť, že by mohli existovať včasné a účinné protistratégie, ktoré by spôsobili neziskovosť vylúčenia zo strany spoločností Nokia a Navteq. Spoločnosť Garmin, výrobca PNZ, podpísal dlhodobú dohodu so spoločnosťou Navteq o dodávkach navigačných databáz digitálnych máp. Je oprávnený predávať ich spolu so svojím softvérom. Garmin by do určitej miery mohol byť spoľahlivým dodávateľom navigačných databáz digitálnych máp pre výrobcov telefónov ([1]) alebo MSO, keďže vystupuje v úlohe tretieho dodávateľa máp na trhu. Výrobcovia telefónov a MSO by teda boli nepriamo chránení pred stratégiou vylúčenia zo strany Nokie. Garmin by však bol nevhodný ako dodávateľ databáz máp pre poskytovateľov navigačného softvéru a poskytovateľov internetových on-line navigačných služieb, keďže títo klienti vyvíjajú vlastný navigačný softvér a Garmin je oprávnený predávať len mapy integrované do aplikácie, ktorú sám vyvinul.

(34) Motorola [má zmluvu] so spoločnosťou Navteq. Druhý najväčší výrobca telefónov [bude môcť vyvíjať konkurenčný tlak na Nokiu vzhľadom na navigačné služby inštalované do mobilných telefónov].

(35) V konečnom dôsledku môže zostať otvorenou otázka, či by oznamujúce strany boli schopné vylúčiť svojich konkurentov na trhoch nižšej úrovne, pretože, ako sa preukáže ďalej, Nokia a Navteq nemajú motiváciu na takéto konanie.

Motivácia

(36) Nokia a Navteq budú po fúzii venovať pozornosť tomu, ako predaj databáz máp konkurentom Nokie vplýva na jej zisky nielen na nadväzujúcom trhu vyššej úrovne, ale aj na nadväzujúcom trhu nižšej úrovne. Preto, posudzujúc ziskovosť stratégie vylúčenia vstupu, sa zlúčený subjekt vyrovnáva s otázkou rovnováhy medzi stratou zisku na nadväzujúcom trhu vyššej úrovne a ziskom nadobudnutým na nadväzujúcom trhu nižšej úrovne zvýšením nákladov svojim konkurentom.

(37) Komisia uskutočnila hĺbkovú kvalitatívnu a kvantitatívnu analýzu s cieľom charakterizovať motiváciu spoločností Nokia a Navteq v tejto súvislosti na trhu s mobilnými telefónmi. Naša analýza viedla k záveru, že hoci zisky nadobudnuté predajom mobilných telefónov sú omnoho vyššie ako zisky nadobudnuté predajom databáz máp, zlúčený subjekt by nemal dostatočnú motiváciu na vylúčenie konkurentov Nokie na trhoch nižšej úrovne. Hoci sa táto analýza zaoberá len vylúčením konkurentov vyrábajúcich mobilné telefóny, akákoľvek motivácia zlúčeného subjektu vykonať vylúčenie vstupu vzhľadom na firmy poskytujúce navigačné aplikácie pre mobilné telefóny pomocou iných prostriedkov sa zdá byť ešte menej pravdepodobnou, predovšetkým pre obmedzenejšiu prítomnosť Nokie na trhu a menšie zisky, ktoré by tam bolo možné dosiahnuť.

([1]) Nedávne oznámenie partnerstva medzi spoločnosťami Garmin a Samsung naznačuje charakter partnerských vzťahov, ktoré by sa mohli vyvíjať.

(38) Motiváciu spoločností Nokia a Navteq vylúčiť svojich konkurentov na trhoch nižšej úrovne obmedzuje niekoľko prvkov. Po prvé, databázy máp predstavujú v priemere menej ako 5 % veľkoobchodnej ceny mobilných telefónov. Preto by na cenu mobilných telefónov mohol mať vplyv iba veľmi výrazný nárast cien máp. Po druhé, navigačné služby sú len jednou z mnohých aplikácií pre mobilné telefóny. Po tretie, Garmin by mohol predávať mapy (zabudované do jeho navigačného softvéru) konkurentom vylúčeným spoločnosťami Nokia a Navteq a Motorola, ktorá je najväčším konkurentom Nokie, [bude môcť vyvíjať konkurenčný tlak na Nokiu vzhľadom na navigačné služby inštalované do mobilných telefónov].

(39) Okrem toho výsledkom ekonomickej analýzy Komisie je skutočnosť, že pre Nokiu a Navteq by nebolo ziskové vyvíjať akúkoľvek stratégiu vylúčenia. Zlúčený subjekt by zvýšením cien databáz máp pre konkurentov Nokie získal len relatívne obmedzenú časť predaja na trhoch nižšej úrovne a dodatočný predaj mobilných telefónov by nepokryl stratu príjmov spôsobenú poklesom predaja databáz máp.

(40) Z uvedených skutočností vyplýva, že zlúčený subjekt by nemal žiadnu motiváciu na zvýšenie cien takým spôsobom, ktorý by viedol k negatívnym účinkom na hospodársku súťaž na ktoromkoľvek z nadväzujúcich trhov nižšej úrovne.

Vplyv na nadväzujúci trh nižšej úrovne

(41) Z uvedených dôvodov by bol vplyv stratégie vylúčenia na nadväzujúcich trhoch nižšej úrovne veľmi obmedzený. Nízky percentuálny podiel ceny databázy máp na cene mobilného telefónu, náklady súvisiace so zmenou dodávateľa a konkurencia so spoločnosťou Tele Atlas, to všetko bráni nárastu cien, ktorým by mohol Navteq zaťažiť konkurentov Nokie.

(42) Okrem toho vylúčenie dvojitého zvýšenia cien pravdepodobne zníži ceny mobilných telefónov Nokie predávaných spolu s navigačnými aplikáciami, hoci len vo veľmi obmedzenej miere. Vzhľadom na uvedené skutočnosti táto transakcia pravdepodobne nepovedie k žiadnemu narušeniu hospodárskej súťaže na nadväzujúcich trhoch nižšej úrovne.

(43) Oznamujúce strany ďalej tvrdili, že výsledkom fúzie by mohli byť cenové a necenové výhody. Komisia na základe analýzy dospela efektívne k záveru, že cenové výhody, hoci veľmi obmedzené, by sa mohli považovať za súvisiace s fúziou. Na druhej strane nie je pravdepodobné, že by necenové výhody (vývoj máp pre chodcov) boli špecifické pre fúziu, ale skôr súvisia s rastom trhu s navigačnými aplikáciami pre mobilné telefóny.

2. **Prístup zlúčeného subjektu k dôverným informáciám**

(44) Obavy týkajúce sa utajenia údajov, ktoré vyjadrili tretie strany, sú založené na predpoklade, že zákazníci spoločnosti Navteq musia zdieľať informácie o svojich budúcich opatreniach súvisiacich s hospodárskou súťažou so svojím dodávateľom máp. Obávajú sa, že by tieto informácie mohla využiť v ich neprospech pobočka zlúčenej spoločnosti na nadväzujúcom trhu nižšej úrovne.

(45) Komisia uviedla, že objem informácií konkurenčnej hodnoty, ktoré sa poskytujú medzi spoločnosťou Navteq a jej zákazníkmi, je obmedzený a mohol by sa ešte ďalej zredukovať. Preto nie je pravdepodobné, že by zlúčený subjekt bol schopný získavať konkurenčné informácie od svojich zákazníkov, takže sa nemusia obávať, že by sa takéto informácie mohli využiť v prospech zlúčeného subjektu na nadväzujúcich trhoch nižšej úrovne s mobilnými telefónmi alebo navigačnými aplikáciami. Okrem toho by mal zlúčený subjekt motiváciu odstrániť obavy tretích strán súvisiace s utajením údajov. Vzhľadom na neexistenciu motivácie strán vykonať vylúčenie vstupu je pravdepodobné, že strany by na možné obavy týkajúce sa utajenia údajov reagovali rozličnými spôsobmi, predovšetkým tak, že by svojim zákazníkom poskytli podmienky, za ktorých by bol prechod k spoločnosti Tele Atlas neatraktívny.

3. **Koordinované účinky**

(46) Komisia ďalej preskúmala, či by vertikálne spojenie spoločností Nokia a Navteq nevyvolalo obavy súvisiace s koordinovanými účinkami, a zistila, že transakcia pravdepodobne nepovedie k negatívnym účinkom na hospodársku súťaž prostredníctvom koordinácie, a to z dôvodov uvedených ďalej v texte.

(47) Spoločnosti TomTom a Nokia nie sú aktívne na rovnakých nadväzujúcich trhoch nižšej úrovne a oslovujú rozličné kategórie zákazníkov. TomTom je najväčším dodávateľom PNZ v Európe a vyznačuje sa len okrajovou prítomnosťou na trhu s mobilným navigačným softvérom. Nokia je najväčším výrobcom mobilných telefónov, mieni rozvíjať svoju prítomnosť na trhu s navigačnými aplikáciami pre mobilné telefóny prostredníctvom vývoja svojho internetového portálu OVI a vyznačuje sa len okrajovou prítomnosťou v oblasti predaja PNZ. Koncentrácia teda nezvýši ani nevytvorí pre spoločnosti Nokia a TomTom motiváciu koordinovať svoje správanie na nadväzujúcich trhoch nižšej úrovne.

(48) Štruktúra nadväzujúceho trhu na vyššej úrovni s navigačnými databázami digitálnych máp sa stane v dôsledku transakcie symetrickejšou s dvomi vertikálne integrovanými poskytovateľmi máp. Prieskum však preukázal, že táto štruktúra trhu nie je prospešná pre koordináciu, pretože spoločnosti TomTom a Nokia sú aktívne na rozličných nadväzujúcich trhoch nižšej úrovne, a preto majú rozličnú motivačnú štruktúru.

(49) Dalo by sa tvrdiť, že spoločnosti TomTom a Nokia by mali mať spoločnú motiváciu pre zhoršenie obchodných podmienok, za ktorých spoločnosti Tele Atlas a Navteq obchodujú so svojimi digitálnymi mapami, s cieľom zvýšiť atraktivitu zariadení a služieb poskytovaných spoločnosťami TomTom a Nokia v porovnaní so zariadeniami a službami ich konkurentov. Je však veľmi nepravdepodobné, že by takáto stratégia bola trvalo udržateľná.

(50) Zdá sa, že rozdelenie trhu medzi PNZ na jednej strane a mobilné telefóny a navigačné aplikácie na strane druhej je nepravdepodobné vzhľadom na veľmi rozdielne očakávania rastu. Napríklad TomTom/Tele Atlas sa vyznačuje veľmi obmedzenou prítomnosťou na trhu s navigačnými riešeniami pre mobilné telefóny. Hoci tento trh je v súčasnosti vo svojej hodnote obmedzený, v budúcnosti sa očakáva jeho výrazný rast. Preto by mal TomTom/Tele Atlas silnú motiváciu predávať digitálne mapy pre mobilnú navigáciu za nižšie ceny než sú ceny spoločnosti Navteq, aby bol prítomný na tomto trhu, kde sa očakáva rýchlejší rast ako na trhu s PNZ, ktorý je tradičným trhom spoločnosti TomTom. V opačnom prípade by TomTom/Tele Atlas riskoval, že ho Navteq predbehne a že by potom jeho predaj máp nebol kompenzovaný zníženou konkurencieschopnosťou jeho priamych konkurentov, t. j. výrobcov PNZ. Asymetria motivačnej štruktúry dvoch vertikálne spojených firiem preto neprospieva koordinácii vzhľadom na nepravdepodobnú trvalú udržateľnosť takejto koordinácie.

(51) Okrem toho, nie sú splnené podmienky koordinácie. Transparentnosť cien digitálnych navigačných máp je veľmi obmedzená a uzatvárané zmluvy majú veľký objem a nízku periodicitu, čo zvyšuje pravdepodobnosť odchýlky od potenciálne dohodnutej dohody. Okrem toho Garmin by pravdepodobne bol schopný destabilizovať akúkoľvek koordináciu medzi spoločnosťami Navteq a Tele Atlas prostredníctvom svojej dlhodobej zmluvy so spoločnosťou Navteq, ktorá zaručuje jeho dodávky digitálnych máp. Ako už bolo uvedené, Garmin oznámil svoj úmysel vyrábať mobilné telefóny s funkciou navigácie a oznámil, že jeho navigačné riešenia budú dostupné v Európe prostredníctvom telefónov spoločnosti Samsung [obchodné tajomstvo].

(52) So zreteľom na tieto skutočnosti Komisia dospela k záveru, že operácia pravdepodobne nepovedie k negatívnym vplyvom na hospodársku súťaž prostredníctvom koordinácie.

VI. **ZÁVER**

(53) Komisia dospela k záveru, že koncentrácia by nevyvolala žiadne obavy súvisiace s hospodárskou súťažou, v dôsledku ktorých by bola značne obmedzená hospodárska súťaž na spoločnom trhu alebo na jeho značnej časti. V dôsledku toho Komisia vyhlásila koncentráciu za zlučiteľnú so spoločným trhom a Dohodou o EHP v súlade s článkom 8 ods. 1 nariadenia o fúziách a článkom 57 Dohody o EHP.