Резюме на решение на Комисията

от 8 януари 2016 година

за обявяване на концентрация за съвместима с вътрешния пазар и с функционирането на Споразумението за ЕИП

(Дело M.7630 — FedEx/TNT Express)

(нотифицирано под номер C(2015) 9826)

(само текстът на английски език е автентичен)

(текст от значение за ЕИП)

(2016/C 450/09)

На 8 януари 2016 г. Комисията прие решение по дело за сливане съгласно Регламент (ЕО) № 139/2004 на Съвета от 20 януари 2004 г. относно контрола върху концентрациите между предприятия [1], *и по-специално член 8, параграф 1 от него. Неповерителен вариант на пълния текст на решението на автентичния език на делото може да бъде намерен на уебсайта на Генерална дирекция „Конкуренция“ на следния адрес: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html.*

I. СТРАНИТЕ

(1) FedEx Corporation („FedEx“, САЩ) предоставя на физически лица и предприятия по цял свят широка гама транспортни услуги, бизнес услуги и услуги за електронната търговия. Въздушният център на мрежата на FedEx в ЕИП се намира в Париж. TNT Express NV („TNT“, Нидерландия) извършва дейност в секторите за доставка на малки пакети и превоз на товари. Въздушният център на европейската мрежа на TNT се намира в Лиеж, Белгия.

II. ОПЕРАЦИЯТА И НЕЙНОТО СЪЮЗНО ИЗМЕРЕНИЕ

(2) На 7 април 2015 г. FedEx и TNT (наричани по-нататък „страните“ или „слятото дружество“) обявиха постигнатото от тях условно споразумение за публично предлагане от FedEx за всички емитирани акции в обращение в капитала на TNT с цел FedEx да придобие контрол над TNT („сделката“).

(3) Сделката включва придобиването от FedEx на самостоятелен контрол над TNT и представлява концентрация по смисъла на член 3, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕО) № 139/2004 („Регламентът за сливанията“). Тя има съюзно измерение съгласно член 1, параграф 2 от Регламента за сливанията.

III. ПРОЦЕДУРА

(4) На 26 юни 2015 г. Комисията получи официално уведомление за сделката в съответствие с член 4 от Регламента за сливанията.

(5) На 31 юли 2015 г. Комисията заключи, че сделката поражда сериозни съмнения по отношение на нейната съвместимост с вътрешния пазар, и прие решение да започне производство в съответствие с член 6, параграф 1, буква в) от Регламента за сливанията („решението за започване на производство“).

(6) Страните представиха своите писмени мнения относно решението за започване на производство на 12 август 2015 г. и в същия ден по искане на страните срокът за приемане на окончателно решение по настоящото дело бе удължен с двадесет работни дни в съответствие с член 10, параграф 3, втора алинея от Регламента за сливанията.

(7) UPS беше признато като заинтересовано трето лице съгласно член 18, параграф 4 от Регламента за сливанията с решение на служителя по изслушването от 21 октомври 2015 г.

(8) Задълбоченото разследване позволи да бъдат преодолени установените по-рано опасения по отношение на конкуренцията в решението за започване на производство. Не беше прието изложение на възраженията.

(9) Проекторешението беше обсъдено с държавите членки на заседанието на Консултативния комитет по концентрациите на 11 декември 2015 г., който даде положително становище. В своя доклад от 18 декември 2015 г. служителят по изслушването даде положително становище относно производството.

(10) На 8 януари 2016 г. по силата на член 8, параграф 1 от Регламента за сливанията Комисията прие решение за обявяване на сливането за съвместимо с вътрешния пазар и със Споразумението за ЕИП („Решението“).

[1] ОВ L 24, 29.1.2004 г., стр. 1.

IV. **ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

А. **Въведение**

(11) Решението засяга пазара на услуги за доставка на малки пакети. Всяко евентуално припокриване между дейностите на страните в областта на товарния транспорт и спедиторските услуги не поражда засегнати пазари.

(12) Както FedEx, така и TNT са доставчици на услуги за доставка на малки пакети в рамките на ЕИП и от ЕИП за дестинации извън ЕИП. И двете предприятия са така наречени дружества „интегратори“, което означава, че те разполагат с пълен оперативен контрол върху всички транспортни средства, достатъчно географско покритие в световен мащаб, звездообразен модел на работа (hub and spoke), собствена информационна мрежа и репутацията на надежден доставчик на малки пакети навреме (т. нар. доверие „от край до край“). Другите две предприятия интегратори са DHL и UPS.

Б. **Съответни пазари**

Съответни продуктови пазари

(13) В съответствие с предходната практика за вземане на решения на Комисията [1] съответният пазар на услуги за доставка на малки пакети включва пратки с тегло под 31,5 kg. Комисията прави разлика дали пратките, приети от държава от ЕИП, се доставят в рамките на същата тази държава (национални пазари), в друга държава от ЕИП (международни пазари в рамките на ЕИП) или в държава извън ЕИП (пазари на услуги извън ЕИП).

(14) По предходни дела, и по-специално при оценката на международните пазари в рамките на ЕИП, Комисията откри също така и пазар на експресни услуги за доставка (с ангажимент за доставка на следващия ден) като отделен от пазара на отложени/стандартни услуги за доставка (с по-дълъг период на доставка) [2]. Тези констатации бяха базирани наред с другото на факта, че при предоставянето на двата вида услуги се ползват различни инфраструктури, значителен брой потребители разчитат на експресни услуги за доставка, както и че експресните услуги за доставка са значително по-скъпи.

(15) В разглеждания случай, като се има предвид значителното припокриване между страните при предоставянето на услуги извън ЕИП, Комисията предприе задълбочено разследване на тези пазари, които в миналото не са били предмет на подробна оценка.

(16) За дружествата интегратори, както експресните доставки (възможно най-бързата гарантирана куриерска услуга) на малки пакети извън ЕИП, така и отложените доставки (по-бавни, но все пак много надеждни доставки с доставка на определен ден) на малки колетни пратки извън ЕИП използват главно същата мрежа и верига на доставки (включително сортиране във въздушни центрове, полети на дълги разстояния и митническо освобождаване) при превоза до различните междуконтинентални дестинации. Освен това всички дружества интегратори са преки конкуренти и за двата вида услуги и имаше индикации, че цените на експресните и отложените услуги извън ЕИП се изменят паралелно, което не позволява да се оспори твърдението, че експресните и отложените услуги принадлежат към един и същ пазар. Въз основа на това Комисията счита, че експресните и отложените услуги са сегменти на един и същ пазар на доставка извън ЕИП.

(17) От гледна точка на местоназначението, макар да остави открито определението на продуктовия пазар, Комисията оцени въздействието на сделката, както на световно равнище, така и за големите търговски коридори (Северна Америка, Централна и Южна Америка, Африка, Азия, Азия/Тихоокеански регион, Близкия изток и останалата част на Европа).

Съответни географски пазари

(18) По отношение на определението на географския пазар, т.е. за произхода на доставките, в съответствие с решението по дело UPS/TNT Комисията заключи, че международният пазар на експресни услуги в рамките на ЕИП има национален обхват. Оценката на въздействието на сделката беше извършена на национално равнище за услугите за доставка на малки пакети извън ЕИП. Въпреки това, с оглед на мрежовите характеристики на сектора и ключовата роля на въздушните мрежи за междуконтиненталните доставки, оценката на конкуренцията за услугите за доставка на малки пакети извън ЕИП включваше и равнището на ЕИП.

1. *Услуги за доставка на малки пакети в рамките на ЕИП*

(19) Международните експресни доставки на малки пакети в рамките на ЕИП са мрежова индустрия, която изисква присъствие във всички държави от ЕИП. Изискваното присъствие от своя страна налага инвестиции в инфраструктура по цялата верига на стойността (приемане, сортиране, транспорт между две точки, центрове, въздушна мрежа, самолети и доставка). Дружествата интегратори имат най-силен контрол върху своята мрежа и са единствените с непрекъсната експресна мрежа, обхващаща всички държави от ЕИП. При оценяването на конкурентните предимства на различните категории конкуренти на страните на международните пазари за експресни услуги в рамките на ЕИП Комисията заключи, в съответствие с резултатите от пазарното проучване, че неинтегрираните доставчици на услуги за доставка

[1] Вж. например Решение на Комисията от 30 януари 2013 г. по дело M.6570 – UPS/TNT Express (наричано по-нататък „делото UPS/TNT“), съображение 164.

[2] Вж., *inter alia*, делото UPS/TNT, съображение 219.

на малки пакети като цяло оказват слаб конкурентен натиск върху страните. Поради това Комисията възприе консервативен подход и ограничи своята оценка на конкуренцията на ефекта от сделката за международните услуги за експресна доставка в рамките на ЕИП в различните държави от ЕИП до конкурентния натиск, който четирите дружества интегратори упражняват едно върху друго.

а) Пазарната позиция на слятото дружество на международния пазар на услуги за експресна доставка в рамките на ЕИП ще бъде умерена

(20) Предвид присъщите ограничения на данните за пазарния дял, предоставени от FedEx за целите на оценката на конкуренцията по настоящото дело и в съответствие с подхода на Комисията по делото UPS/TNT, Комисията изготви реконструктивен пазарен модел. На равнище ЕИП слятото дружество ще има пазарен дял под 30 %. То все още ще бъде най-слабото измежду трите останали дружества интегратори и ще се нареди на трето място след DHL и UPS. На национално равнище слятото дружество ще има пазарен дял от над 40 % съгласно данни за приходите от 2014 г. и няма да се превърне във водещ участник на нито един от 30-те национални пазара в ЕИП, които са предмет на разследването ([1]).

б) FedEx и TNT не са особено близки конкуренти по отношение на услугите за международна експресна доставка в рамките на ЕИП

(21) Въпреки че FedEx и TNT са дружества интегратори и следователно се конкурират помежду си в сегмента за услуги за международна експресна доставка в рамките на ЕИП на 30-те национални пазара в ЕИП, Комисията стигна до заключението, че страните не са особено близки конкуренти.

(22) От една страна, дейността на FedEx е насочена към потребители със значителни нужди от доставка извън ЕИП. Поголямата част от приходите на FedEx от международни експресни доставки в рамките на ЕИП са реализирани от клиенти, които са закупили и услуги за доставка извън ЕИП. Съсредоточаването на FedEx върху клиенти на услуги за международна експресна доставка в рамките на ЕИП със съществени нужди от услуги за доставка извън ЕИП е продиктувано от неговата ограничена способност да се конкурира успешно за клиенти, които ползват само експресни услуги в рамките на Европа, или клиенти, които желаят да ползват както услуги за международна експресна доставка в рамките на ЕИП, така и национални/международни услуги за отложена доставка от един и същ доставчик. Тези ограничения се дължат на по-слабата мрежа на FedEx в ЕИП. Тя се изразява в по-слабото географско покритие на FedEx за различните експресни услуги, относителна слабост по отношение на предоставянето на отложени и национални услуги в по-голям мащаб, както и по-висока разходна основа в резултат на по-ниски икономии от мащаба и гъстота, които правят FedEx значително по-малко конкурентоспособно по отношение на международните експресни доставки в рамките на ЕИП. Това на свой ред води до слаба пазарна позиция по отношение на TNT и другите две дружества интегратори и е в съответствие с фокуса на FedEx върху доставки извън ЕИП.

(23) От друга страна, дейността на TNT е съсредоточена върху клиенти, които ползват само услуги за международна доставка в рамките на ЕИП и от национални/отложени услуги за доставка. Противно на FedEx, TNT има значително европейско присъствие по отношение на шосейния транспорт и по-ефективно присъствие в ЕИП по отношение на въздушната мрежа, както и по-висок дял на продажбите в националния сегмент и в сегмента за отложени доставки. Само малък дял от неговите приходи се реализират от клиенти на услуги за доставка извън ЕИП. Данните за продажбите на TNT показват, че голяма част от приходите на TNT от експресни услуги в рамките на ЕИП в Европа се реализират от клиенти, които ползват също така и националните и/или международните услуги за отложена доставка в ЕИП на TNT. За разлика от това, TNT не е било толкова успешно в привличането на клиенти, ползващи международни експресни услуги в рамките на ЕИП, които закупуват и услуги за международна доставка извън ЕИП.

(24) Вътрешните документи на страните също потвърждават, че те не се възприемат взаимно като особено близки конкуренти. Нещо повече, преобладаващата част от клиентите на страните също не считат страните за особено близки конкуренти (например по отношение на цените, разнообразието и качеството на услугите, надеждността, географското разположение, проследяването и др.). Освен това клиентите разглеждат FedEx като по-слабо дружество в сравнение с останалите три дружества интегратори на пазарите на услуги за международна експресна доставка в рамките н ЕИП.

(25) На последно място, независимо от броя на констатираните ограничения, тръжните анализи, представени от страните, допълнително потвърдиха, че FedEx е по-слаб конкурент за TNT отколкото DHL и UPS.

в) Сливането няма да премахне значителна конкурентна сила от пазара

(26) Комисията счете, че TNT не притежава определени качества, които да му позволяват да упражни значителен конкурентен натиск върху останалите дружества интегратори, който би довел до отслабване на конкуренцията след сделката. Първо, разходната позиция на TNT по отношение на международните експресни доставки в рамките на ЕИП не е по-благоприятна от тази на DHL и UPS. Второ, през последните години TNT не е успяло да разшири своята позиция на пазара в ущърб на другите дружества интегратори. Трето, Комисията успя да потвърди емпирично, че TNT не може да се счита за агресивен определящ фактор за цените на международния пазар на експресни услуги в ЕИП. Четвърто, през последните години TNT не е предприело значителни по големина инвестиции в своята мрежа, а по-скоро се е стремяло да консолидира своите услуги. Следователно не може да се твърди, че през последните години то е било новатор по отношение на разширяването на своята мрежа.

([1]) Държавите от ЕИП са 31 на брой. Страните обаче не предоставиха данни за Лихтенщайн.

г) UPS и DHL ще бъдат в състояние да упражняват конкурентен натиск върху слятото дружество след сделката

(27) Въпреки че дружествата, които не са интегратори, по-специални операторите с голяма мрежа, използващи шосеен транспорт, като DPD и GLS, ще упражняват известен конкурентен натиск върху слятото дружество в зависимост от националния пазар, Комисията възприе консервативен подход и ограничи своя анализ до това дали конкурентите на слятото дружество ще имат ограничаващ ефект върху цените на UPS и DHL.

(28) Първо, слятото дружество ще има два силни и способни конкурента. Въз основа на изготвения от Комисията реконструктивен пазарен модел DHL ще продължи да бъде пазарен лидер, следван от UPS. Запитани дали след сделката ще има достатъчно надеждни алтернативи за техните нужди от международна експресна доставка в рамките на ЕИП, по-голямата част от клиентите са отговорили положително. UPS и DHL бяха посочени като надеждна алтернатива на слятото дружество след сделката.

(29) Второ, клиентите могат да се защитят срещу хипотетично увеличение на цените от страна на слятото дружество, като преминат към друг доставчик. Мнозинството от клиентите на услуги за международна експресна доставка в рамките на ЕИП ползват различни доставчици и смяната на доставчици е лесна.

(30) Трето, DHL и UPS биха могли лесно да увеличат предлагането на своите услуги в случай на хипотетично увеличаване на цените след сключването на сделката от страна на слятото дружество и по този начин да отговорят на допълнителното търсене, без това да доведе до съществени допълнителни разходи.

д) По-голямата част от клиентите не са изразили опасения по отношение на сделката

(31) По-голямата част от клиентите, които отговориха на първата и втората фаза на пазарното ПРОУЧВАНЕ на Комисията, изразиха неутрално или дори положително мнение относно цялостния ефект от сделката върху пазара на международни експресни услуги за доставка на малки пакети в рамките на ЕИП.

е) Анализът на концентрацията на цените не доведе до убедителни заключения.

(32) С цел да се осигури пълна съгласуваност с количествения анализ, извършен по делото UPS/TNT, Комисията приложи анализ на концентрацията на цените, за да оцени възможния ценови ефект на планираната сделка върху цените на FedEx, а оттам и върху цените на TNT. Комисията констатира, че увеличенията на цените, изчислени чрез модела, не са статистически значими. Следователно не беше възможно резултатите от анализа на концентрацията на цените да бъдат използвани по надежден начин като доказателство за наличието или отсъствието на значително възпрепятстване на ефективната конкуренция.

ж) Сливането ще доведе до постигане на ефективност.

(33) FedEx твърди, че сделката ще доведе до съществено увеличаване на ефективността, по-специално вследствие на интегрирането на относително неефективните европейски дейности на FedEx в мрежата на TNT. Основните категории ефективност, които имат въздействие върху експресните услуги в рамките на ЕИП, са икономиите на разходи, свързани с приема и доставката, и икономиите на разходи, свързани с въздушната мрежа. Въз основа на предоставената ѝ информация Комисията стигна до заключението, че част от предполагаемите икономии на разходи, свързани с приема и доставката, и част от предполагаемите икономии на разходи, свързани с въздушната мрежа (след прехвърляне на потребителите), представляват свързана със сливането ефективност, която не може да бъде постигната в подобна степен чрез алтернативи, които нарушават конкуренцията в по-малка степен. Очаква се така установеното увеличение на ефективността да се реализира в рамките на 3 години. Дори резултатите от анализа на Комисията на концентрацията на цените да бяха статистически значими, увеличението на ефективността вследствие на сделката, свързано с разходите за прием и доставка, щеше не просто да компенсира за прогнозираните увеличения на цените за клиентите на FedEx на всеки от националните пазари на услуги за международна експресна доставка в рамките на ЕИП, но и да ги надвишава.

з) Заключение

(34) Поради това Комисията заключи, че сделката няма да възпрепятства съществено ефективната конкуренция на нито един от 30-те национални пазара на услуги за международна експресна доставка в рамките на ЕИП.

2. *Услуги за доставка на малки пакети извън ЕИП: обща оценка*

(35) Редица оператори предоставят услуги извън ЕИП, сред които четирите дружества интегратори, националните пощенски оператори, спедиторите и други куриерски дружества. Подобно на експресните услуги в рамките на ЕИП, експресните услуги извън ЕИП също са мрежова индустрия, която включва инвестиции в инфраструктура по цялата верига за създаване на стойност и която изисква операторите да осигурят присъствие във всички държави от ЕИП и всички основни световни търговски коридори, а именно Северна Америка, Централна и Южна Америка, Африка, Азия, Азия/Тихоокеански регион, Близкия изток и останалата част от Европа. Тъй като дружествата интегратори имат най-силен контрол върху своята мрежа и само те разполагат с непрекъсната експресна мрежа, обхващаща всички държави от ЕИП, неинтегрираните участници оказват само малък конкурентен натиск върху дружествата

интегратори. Затова, подобно на експресните услуги в рамките на ЕИП, Комисията оцени въздействието на сделката на най-консервативна основа, като взе предвид само конкурентния натиск, упражняван върху слятото дружество от другите дружества интегратори на различните пазари за доставка извън ЕИП. В светлината на съображенията, изложени по-долу, Комисията стигна до заключението, че сделката няма да доведе до значително възпрепятстване на ефективната конкуренция на нито един от 30-те национални пазара на услуги за доставка на малки пакети извън ЕИП в цял свят, нито на някой от националните пазари за доставка извън ЕИП за шестте основни световни търговски коридора.

а) Пазарната позиция на слятото дружество ще бъде умерена на пазарите на услуги за доставка извън ЕИП.

(36) Комисията изготви реконструктивен пазарен модел, основан върху данните за приходите, предоставени от четирите дружества интегратори, за да оцени тяхната относителна пазарна мощ i) на 30-те национални пазара за международни доставки извън ЕИП от държава от ЕИП в цял свят; и ii) на националните пазари за международни доставки извън ЕИП от всяка от 30-те държави от ЕИП за всеки от шестте основни световни търговски коридори. Комисията анализира също така и въздействието на сделката върху всички национални пазари в ЕИП в консолидиран вид, тоест за доставки извън ЕИП в цял свят и от ЕИП за шестте главни коридора.

(37) Ако се разгледат всички 30 национални пазара за доставки извън ЕИП в цял свят и за шестте главни коридора, общият пазарен дял на страните е по-скоро умерен на повечето вероятни пазари на услуги за доставка извън ЕИП. Що се отнася до националните пазари за доставка извън ЕИП в цял свят, Комисията установи, че след сделката относителната позиция на слятото дружество на повечето от 30-те национални пазара за доставка извън ЕИП по цял свят ще бъде по-скоро умерена. Общият пазарен дял на страните ще надвишава 40 %, а увеличението в резултат на сделката ще бъде над 5 % само на 3 национални пазара — Унгария, Естония и Латвия. На последно място, на националните пазари за доставка извън ЕИП за основните световни търговски коридори страните ще имат комбиниран пазарен дял от повече от 40 %, а увеличението ще е с над 5 % на десет национални пазара.

б) Страните не са особено близки конкуренти на пазарите за услуги за доставка извън ЕИП

(38) поради няколко причини. Първо, относителната позиция на TNT е по-слаба сред дружествата интегратори на общия пазар за доставка извън ЕИП и на повечето възможни подсегменти от него. Това се дължи на факта, че фокусът на TNT е главно в Европа, за разлика от останалите три дружества интегратори, които са глобални участници. Голяма част от приходите на TNT се генерират чрез предоставянето на услуги за доставка в Европа и от/към Европа, докато за останалите три дружества интегратори частта от дейността им, свързана с Европа, представлява много по-малка част от цялата им дейност. Това важи в особено голяма степен за FedEx. Много по-малък процент от общите приходи на дружеството се генерират не от услуги от/към Европа, докато този процент е по-висок за другите дружества интегратори. Също така, в рамките на приходите на TNT, генерирани в Европа, само една малка част е свързана с услуги извън ЕИП.

(39) Второ, TNT притежава много ограничена въздушна мрежа в сравнение с другите дружества интегратори. За разлика от останалите три дружества интегратори, които използват широкообхватна собствена въздушна мрежа за своите доставки извън ЕИП, TNT използва само четири самолета и закупува капацитет от търговски или товарни авиокомпании за всичките си други пратки. FedEx, от друга страна, използва мрежа от 17 собствени самолета за своите доставки извън ЕИП. Използването на собствена въздушна мрежа предлага значителни предимства за дружествата интегратори, като например по-голяма сигурност по отношение на наличния капацитет и структурата на разходите, както и по-добро качество на услугите, тъй като то позволява непрекъсната свързаност, по-малко движения на малки пакети и по-малко пунктове за обработка. Ограниченият обхват на въздушната мрежа на TNT извън ЕИП отразява неговата относителна слабост на пазарите за доставка извън ЕИП в сравнение с останалите три дружества интегратори, и е ограничение за способността му да се конкурира при равни условия с тях.

(40) Трето, като анализира данните от офертите на страните, и по-специално тези на FedEx за доставка извън ЕИП, Комисията установи, че TNT е по-слаб конкурент на FedEx по отношение на доставките извън ЕИП отколкото DHL и UPS. DHL е основният конкурент на FedEx, UPS и TNT са на втора и съответно на трета позиция. По-конкретно, DHL се е конкурирало с FedEx повече от три пъти по-често, отколкото TNT.

(41) На четвърто място, пазарното проучване на Комисията потвърди, че страните не са най-близките конкуренти един за друг.

(42) Поради това на пазарите за услуги за доставка извън ЕИП Комисията заключи, че TNT не може да се разглежда като особено сериозен конкурент на FedEx.

в) Сделката няма да отстрани от пазара значителна конкурентна сила

(43) Ясно се вижда, че TNT е най-слабото дружество измежду четирите дружества интегратори по отношение на доставките извън ЕИП и че то не може да се счита за значителна конкурентна сила, която ще бъде отстранена от пазара в резултат на сделката. Освен това пазарният дял на TNT не се е увеличил значително през последните години в резултат на агресивна стратегия. В допълнение, TNT следва бизнес модел, който е много сходен с модела на другите дружества интегратори по отношение на предоставянето на услуги извън ЕИП, следователно неговите услуги и цени са сравними с тези на неговите конкуренти. Освен това, TNT не изисква значително по-ниски цени в сравнение с другите дружества интегратори и в своя бизнес план и маркетинг не се съсредоточава върху това да играе ролята на евтин доставчик, а поставя като свой приоритет надеждността, качеството на обслужване на клиентите и гъвкавостта.

г) И след сделката конкурентите на слетия обект ще му оказват конкурентен натиск

(44) Първо, четирите дружества интегратори вече имат отпечатък в световен мащаб, предлагайки услуги за доставка на малки пакети в повече от 220 страни по света. Следователно всички те вече имат клиентска основа, която желае да ползва услуги за доставка извън ЕИП. Освен това всички дружества интегратори имат възможност да организират, пряко или чрез възлагане на трети страни, приема на малки пакети за всички държави от ЕИП, да организират въздушния трансфер на малки пакети към съответната дестинация, и от там — доставката до местоназначението.

(45) Второ, с оглед на гореизложеното, дори ако дружество интегратор има малко по-малък дял на конкретен пазар за доставка извън ЕИП, това не е признак за слабост, присъща за предлагането на услугата от този пазар. Напротив, във всички случаи, в които дадено дружество интегратор има малък дял на конкретен продуктов пазар/местоназначение, но много по-висок дял на други продуктови пазари/местоназначения от същата държава от ЕИП на произход, това дружество интегратор е в състояние на предоставя услуги извън ЕИП от тази държава на произход. Аналогично, във всички случаи, в които дружество интегратор има само малък дял на определен пазар извън ЕИП, но много по-висок дял за доставки до това местоназначение от други държави от ЕИП по произход, същото това дружество интегратор е в състояние да предоставя услуги за доставка извън ЕИП до това местоназначение.

(46) Трето, няма ограничение за капацитета по отношение на услугите извън ЕИП. Всички дружества интегратори имат опит с колебания в търсенето и са склонни да работят с марж, който им позволява да поемат допълнителни обеми. Освен това при нужда те могат лесно да увеличат своя капацитет за въздушен транспорт или своята шосейна мрежа и в миналото са правили това с цел да поемат нови големи клиенти.

(47) На четвърто място, клиентите могат лесно да сменят доставчика на услуги за доставка на малки пакети извън ЕИП. Повечето от тях вече използват услугите на повече от едно дружество интегратор или други доставчици и техните договори не съдържат клаузи за изключителност. Следователно способността на потребителите да увеличат обема на доставките с UPS и DHL ще упражнява конкурентен натиск върху слятото дружество и след сделката.

(48) На последно място, неинтегрираните дружества също ще упражняват известен конкурентен натиск, по-специално по отношение на отложените услуги извън ЕИП.

д) По-голямата част от клиентите и конкурентите не изразиха опасения

(49) По-голямата част от респондентите в пазарното проучване на Комисията считат, че сделката ще обедини допълващите се силни страни на FedEx на пазарите на услуги за доставка извън ЕИП и на TNT на пазарите на услуги за доставка в рамките на ЕИП. По-специално за пазарите извън ЕИП относително мнозинство от респондентите счита, че ефектът на сделката ще бъде положителен, следвани от онези, които считат, че тя ще има неутрален ефект.

е) Сделката ще доведе до повишаване на ефективността

(50) Сделката ще доведе също и до значителна ефективност на пазарите на услуги за доставка извън ЕИП. Тя ще бъде предимно вследствие на икономиите на разходи на слятото дружество, произтичащи от включването на всички негови обеми в мрежата с по-ниски разходи на FedEx или TNT. В резултат на това всички обеми ще бъдат превозвани чрез по-евтината мрежа на TNT в рамките на ЕИП по произход и доставяни чрез мрежата с по-ниски разходи на FedEx или TNT по местоназначение. Очаква се, че с постепенното прехвърляне на междуконтиненталните полети към FedEx ще бъдат реализирани допълнителни полезни взаимодействия. Подобно на подхода си при доставки в рамките на ЕИП, Комисията направи оценка на възможността за доказуемост на тази ефективност, връзката ѝ със сливането и възможността тя да бъде използвана в полза за потребителите и стигна до заключението, че съгласно тристепенния тест, определен в Насоките за хоризонталните сливания, сделката ще доведе до съществена ефективност.

3. *Услуги за доставка на малки пакети извън ЕИП: анализ по държави*

(51) Съгласно резултатите от изготвения от Комисията реконструктивен пазарен модел слятото дружество ще има комбиниран пазарен дял от повече от 40 % и сделката ще доведе до увеличение от повече от 5 % в 13 възможни коридора за доставка извън ЕИП. Тези пазари съответстват на доставка извън ЕИП от седем различни държави от ЕИП, а именно Белгия, България, Естония, Латвия, Литва, Малта и Словакия. За Белгия, България, Естония и Малта тези пазари ще бъдат за доставка извън ЕИП за Северна Америка. За Латвия тези пазари ще бъдат за доставка за Северна Америка, Централна и Южна Америка, Близкия изток и Азия/Тихоокеански регион. По отношение на Литва и Словакия тези пазари ще бъдат за доставка за Близкия изток. И накрая, по отношение на Естония, Унгария и Латвия тези пазари ще бъдат също за доставка извън ЕИП за целия свят. В допълнение, Комисията анализира по-подробно пазарите, на които слятото дружество ще има средно висок пазарен дял от по-малко от 40 %, а третият конкурент след сделката ще има пазарен дял под 20 %. Накрая, тя анализира по-подробно също така пазарите, на които дялът на третия конкурент би бил по-малък от увеличението, до което ще доведе сделката. Като цяло въз основа на тези критерии беше извършен по-подробен анализ поотделно на 52 пазара за следните държави:

(52) *Австрия*: Комисията анализира по-подробно пазара за доставка извън ЕИП от Австрия за Близкия изток, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, т.е ще бъде на второ място след явния пазарен лидер DHL [50—60] %. Третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от [10—20] %.

(53) *Белгия*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Белгия за Северна Америка, където слятото дружество би се превърнало в пазарен лидер с пазарен дял от [40—50] %, което е увеличение с [5—10] %, следвано от UPS с [30—40] % и DHL с [10—20] %. Освен това тя анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Белгия за целия свят, Централна и Южна Америка, Азия/Тихоокеански регион и Близкия изток, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, а третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от [10—20] %. На всички тези четири пазара DHL ще продължи да бъде пазарен лидер със съответно [40—50] %, [50—60] %, [40—50] % и [50—60] %.

(54) *България*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от България за Северна Америка, където слятото дружество ще има пазарен дял от [40—50] %, което представлява увеличение с [5—10] %. DHL също ще има дял от [40—50] %, а UPS ще бъде на трета позиция с пазарен дял от [10—20] %. Комисията също така анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от България за целия свят, Централна и Южна Америка и Близкия изток, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, т.е. ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL с [50—60] % и на трите пазара. Третият конкурент (UPS) след сделката ще притежава пазарен дял от съответно [10—20] %, [5—10] % и [10—20] %. Накрая, Комисията анализира по-подробно също така и пазара за доставка извън ЕИП от България за Азия/Тихоокеански регион, където слятото дружество ще има пазарен дял от [20—30] %, т.е. ще бъде на второ място след явния пазарен лидер DHL със [60—70] %. Делът на третия конкурент (UPS) ще бъде [5—10] %.

(55) *Хърватия*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Хърватия за Азия/Тихоокеански регион, където слятото дружество ще има пазарен дял от [20—30] %, което представлява увеличение с [5—10] %, т.е. ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL с [60—70] %. UPS след сделката ще има пазарен дял от [5—10] %.

(56) *Кипър*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Кипър за Централна и Южна Америка, Азия/Тихоокеански регион, Близкия изток и Африка, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, което представлява увеличение с [5—10] %. На всички тези пазари DHL ще остане пазарен лидер с пазарен дял от съответно [60—70] %, [60—70] %, [50—60] % и [50—60] %. Третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от [0—5] % на пазарите за доставка за Централна и Южна Америка, както и за Африка и [5—10] % на пазарите за доставка за Азия/Тихоокеански регион и за Близкия изток. Комисията анализира по-подробно също така и пазара за доставка извън ЕИП от Кипър за целия свят, където слятото дружество ще има пазарен дял от [20—30] %, което представлява увеличение с [5—10] %, т.е. то ще заема второ място след явния пазарен лидер DHL с [60—70] %. UPS ще има пазарен дял от [5—10] %.

(57) *Чешка република*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Чешката република за целия свят и Близкия изток, където слятото дружество ще притежава пазарен дял от [30—40] %, т.е. ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL с [50—60] % и на двата пазара. Третият конкурент (UPS) след сделката ще притежава пазарен дял от [10—20] %. Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Чешката република за Централна и Южна Америка и Азия/Тихоокеански регион, където слятото дружество ще има пазарен дял от [20—30] %, т.е. ще заема втора позиция след явния пазарен лидер DHL с [60—70] % и на двата пазара. UPS ще има пазарен дял от [5—10] %.

(58) *Естония*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Естония за целия свят и Северна Америка, където слятото дружество ще притежава пазарен дял от съответно [40—50] % и [50—60] %, което представлява увеличение съответно с [10—20] % и [5—10] %. Делът на DHL на пазара от Естония за целия свят също

ще бъде [40—50] % и [20—30] % за Северна Америка. UPS ще бъде на трета позиция с пазарен дял от [10—20] % и на двата пазара. Накрая, Комисията анализира по-подробно и пазара за доставка извън ЕИП от Естония за Азия/Тихоокеански регион, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, т.е. ще заема втора позиция след явния пазарен лидер DHL с [50—60] %. Третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от [5—10] %.

(59) *Франция*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Франция за Централна и Южна Америка, Азия/Тихоокеански регион и Близкия изток, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, т.е ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL със съответно [50—60] %, [40—50] % и [50—60] %. Третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от [10—20] % на всички тези пазари.

(60) *Унгария*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Унгария за целия свят, където слятото дружество ще притежава пазарен дял от [40—50] %, което представлява увеличение с [5—10] %. Делът на DHL ще бъде също [40—50] %, а UPS ще има пазарен дял от [10—20] %. Комисията анализира също така по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Унгария за Централна и Южна Америка, Азия/Тихоокеански регион, Близкия изток и Африка, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, т.е. то ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL с пазарен дял съответно от [40—50] %, [50—60] %, [40—50] % и [50—60] %. Третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от [10—20] % на всички тези пазари.

(61) *Ирландия*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Исландия за целия свят и за Азия/Тихоокеански регион, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, което представлява слабо увеличение с [5—10] % на двата пазара, и ще бъде на второ място след явния пазарен лидер DHL със съответно [40—50] % и [50—60] %. Третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от [10—20] %.

(62) *Латвия*: Комисията анализира по-подробно също така и пазарите за доставка извън ЕИП от Латвия за целия свят, Северна Америка, Централна и Южна Америка, Азия/Тихоокеански регион и Близкия изток, на които слятото дружество ще има пазарен дял от съответно [40—50] %, [50—60] %, [40—50] %, [40—50] % и [50—60] %. На тези пазари DHL ще има пазарен дял от съответно [40—50] %, [20—30] %, [30—40] %, [30—40] % и [30—40] %, а UPS ще бъде на трета позиция със съответно [10—20] %, [10—20] %, [20—30] %, [20—30] % и [10—20] %.

(63) *Литва*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Литва за Близкия изток, където след сделката слятото дружество ще има пазарен дял от [40—50] %, което представлява увеличение с [5—10] %. DHL също ще има пазарен дял от [40—50] %, а UPS ще бъде на трета позиция с пазарен дял от [10—20] %.

(64) *Люксембург*: Комисията анализира по-подробно също и пазарите за доставка извън ЕИП от Люксембург за целия свят, Централна и Южна Америка и Близкия изток, където слятото дружество ще има пазарен дял от [20—30] %, което представлява слабо увеличение от [5—10] %, т.е. ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL с [60—70] % и на трите пазара. Делът на третия конкурент (UPS) ще бъде [5—10] % и на трите пазара. Комисията също така анализира по-подробно пазара за доставка извън ЕИП от Люксембург за Северна Америка, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, т.е. то ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL с [50—60] %. Третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от [10—20] %.

(65) *Малта*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Малта за Северна Америка, където слятото дружество ще се превърне в пазарен лидер с пазарен дял от [40—50] %, което представлява увеличение с [10—20] %, следвано от DHL с [30—40] % и UPS [20—30] %.

(66) *Полша*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Полша за Централна и Южна Америка и Близкия изток, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, т.е. ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL с пазарен дял от [40—50] % и на двата пазара. Третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от [10—20] %.

(67) *Словакия*: Комисията анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Словакия за Близкия изток, където слятото дружество ще има пазарен дял от [40—50] %, т.е. ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL с [50—60] %. UPS ще има пазарен дял от [0—5] % на този пазар. Комисията също така анализира по-подробно пазарите за доставка извън ЕИП от Словакия за целия свят, Централна и Южна Америка и Африка, където слятото дружество ще има пазарен дял от [30—40] %, т.е. ще бъде на втора позиция след явния пазарен лидер DHL с [50—60] % и на трите пазара. Третият конкурент (UPS) след сделката ще има пазарен дял от съответно [10—20] %, [5—10] % и [0—5] %. Комисията също така анализира по-подробно пазара за доставка извън ЕИП от Словакия за Азия/Тихоокеански регион, където слятото дружество ще има пазарен дял от [20—30] %, т.е. ще заема втора позиция след явния пазарен лидер DHL със [60—70] %. UPS ще има пазарен дял от [5—10] %.

(68) Въз основа на извършения от Комисията анализ на доводите на страните, вътрешни документи на страните и резултатите от пазарното проучване, Комисията достигна до следните заключения относно посочените по-горе пазари за доставка извън ЕИП за целия свят и големите търговски коридори: на повечето пазари слятото дружество ще има само средно високи пазарни дялове; FedEx и TNT не са близки конкуренти; TNT не представлява важна конкурентна сила на тези пазари; UPS и DHL ще разполагат с необходимия капацитет да упражняват конкурентен натиск върху слятото дружество и след сделката; голяма част от пазарния дял на FedEx от тези търговски коридори на практика е свързан с брой големи клиенти на страните, които могат лесно да сменят доставчика, в резултат на което пазарните дялове на слятото дружество остават силно уязвими. Освен това резултатите от пазарното проучване бяха предимно положителни или неутрални по отношение на ефекта на сделката. В допълнение беше установено, че на тези пазари се генерира ефективност.

(69) Следователно в светлината на тази оценка Комисията заключи, че сделката няма да възпрепятства значително ефективната конкуренция на никой от посочените по-горе национални пазари на услуги за доставка на малки пакети извън ЕИП за целия свят и за важните световни търговски коридори.

4. *Ефект на сделката върху МСП*

(70) Някои участници в пазарното проучване изтъкнаха, че сделката може да има по-голям ефект върху малките и средните предприятия, по-специално че тя може да доведе до увеличение на цените. Те твърдят, че понастоящем TNT предлага по-ниски цени в сравнение с останалите дружества интегратори, заради което то е предпочитаният доставчик на МСП, които осъществяват дейност в областта на електронната търговия. Според тези пазарни участници МСП като цяло ползват само един доставчик, разчитат на дружества интегратори, тъй като се нуждаят от различни видове услуги, и нямат възможност да договарят условията, така че „плащат най-много“, тъй като плащат каталожните цени. В резултат на сделката двама близки конкуренти ще се слеят и слятото дружество вероятно няма повече да има стимул да бъде „неконвенционално дружество интегратор“ за МСП.

(71) Комисията не прие тези аргументи, като изтъкна за това няколко причини. На първо място, Комисията проучи подробно въпроса за МСП по време на задълбоченото разследване. Отговорите на въпросника, адресиран до МСП, показаха, че подобно на мнението на всички потребители по-голямата част от МСП имат положително или неутрално мнение по отношение на сделката като цяло, както и по отношение на нейното въздействие върху предлаганите услуги и качество. Освен това пазарното проучване не потвърди опасението, според което МСП ползват услуги само от един доставчик или заплащат каталожните цени. В отговор на пазарното проучване, МСП, включително и такива, които извършват дейност в електронната търговия, посочиха, че като цяло те ползват различни доставчици за своите експресни доставки в рамките на ЕИП и извън ЕИП. Огромното мнозинство от отговорилите МСП посочиха също така, че те договарят отстъпки за обем, а само някои от респондентите отговориха, че не договарят никакви отстъпки.

(72) На второ място, Комисията е на мнение, че TNT не може да се разглежда като „неконвенционално“ или като пазарен лидер в сектора на МСП по редица причини. Клиентите на TNT, подобно на клиентите на другите оператори, ще договорят предварително определени отстъпки с TNT, за да имат възможност да вземат предвид транспортните разходи. Следователно TNT няма да може да предлага променливи цени за клиентите си в зависимост от очакваното използване на капацитета на съответния самолет в определен ден. Освен това краткосрочната еластичност на цените на експресните услуги за доставка е много ниска. Следователно, ако TNT предвижда, че неговият полет по даден търговски коридор ще бъде до голяма степен празен, отстъпките за съществуващите или потенциалните клиенти не биха могли изведнъж да доведат до повишаване на търсенето за превоз на пратки на този ден и по този търговски коридор. Това се потвърждава и от пазарното проучване, при което повечето МСП посочиха, че сключват рамкови договори за дълъг период от време, вместо да правят *ad hoc* покупки, когато възникне съответна нужда.

(73) Трето, макар TNT да провежда спорадични кампании, насочени и към МСП, това не отразява структурно различна пазарна позиция, а може по-скоро да се смята за част от нормално конкурентно поведение за привличане на клиенти. Не може да се твърди, че по отношение на МСП TNT прилага прекалено ниски цени на структурна основа и като част от различен стопански модел и то не е определящ фактор за цените на пазара. Освен това TNT не е разширило по агресивен начин своята пазарна позиция в сегмента на МСП.

(74) Четвърто, Комисията беше на мнение също така, както вече бе посочено по-горе, че страните не са били особено близки конкуренти. Те също така не предлагат диференцирани продукти специално за определена група МСП и не са се насочили към клиенти, на които другите дружества интегратори не могат да предоставят или не предоставят своите услуги. UPS и DHL вече предлагат оферти за индивидуализирани услуги на уебсайтовете си за МСП. Голямо мнозинство от отговорилите конкуренти потвърдиха, че изискванията на МСП във връзка с доставките на малки пакети не се различават от тези на други предприятия, както и че услугите за МСП не изискват допълнителни активи или ресурси.

(75) Следователно, с оглед на гореизложеното Комисията стигна до заключението, че сделката няма да възпрепятства ефективната конкуренция и по отношение на услугите за МСП.

V. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

(76) Поради причините, изтъкнати по-горе, в решението се заключава, че планираната сделка няма да възпрепятства значително ефективната конкуренция на вътрешния пазар или на значителна част от него.

(77) Следователно концентрацията се определя за съвместима с вътрешния пазар и с функционирането на Споразумението за ЕИП в съответствие с член 2, параграф 2 и член 8, параграф 1 от Регламента за сливанията и член 57 от Споразумението за ЕИП.