Resumé af Kommissionens afgørelse

af 8. januar 2016

om en fusions forenelighed med det indre marked og EØS-aftalen

(Sag M.7630 — FedEx/TNT Express)

(meddelt under nummer C(2015) 9826)

(Kun den engelske udgave er autentisk)

(EØS-relevant tekst)

(2016/C 450/09)

Den 8. januar 2016 vedtog Kommissionen en afgørelse i en fusionssag efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 af 20. januar 2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser ([1]), særlig artikel 8, stk. 1. En ikke-fortrolig udgave af afgørelsens fulde ordlyd kan findes på sagens autentiske sprog på GD COMP's websted http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html.

I. **PARTERNE**

(1) FedEx Corporation (»FedEx« — USA) tilbyder kunder og virksomheder i hele verden en bred portefølje af transport-, e-handels- og forretningstjenesteydelser. FedEx' EØS-netværk har sin centrale hovedlufthavn i Paris. TNT Express N.V. (»TNT« — Nederlandene) er aktiv i sektorerne for forsendelser af småpakker og godstransport. Den centrale hovedlufthavn for TNT's europæiske netværk ligger i Liège i Belgien.

II. **TRANSAKTION og EU-DIMENSION**

(2) Den 7. april 2015 bekendtgjorde FedEx og TNT (»parterne« eller »den fusionerede enhed«), at de havde indgået en betinget aftale om et offentligt tilbud fra FedEx på alle de udstedte og udestående aktier i TNT's egenkapital med det formål, at FedEx erhvervede kontrollen med TNT (»transaktionen«).

(3) Transaktionen omfatter, at FedEx erhverver enekontrol med TNT og udgør en fusion som omhandlet i artikel 3, stk. 1, litra b), i forordning (EF) nr. 139/2004 (»fusionsforordningen«). Transaktionen har en EU-dimension i henhold til fusionsforordningens artikel 1, stk. 2.

III. **SAGSFORLØB**

(4) Den 26. juni 2015 blev transaktionen formelt anmeldt til Kommissionen i henhold til fusionsforordningens artikel 4.

(5) Den 31. juli 2015 konkluderede Kommissionen, at der var alvorlig tvivl om transaktionens forenelighed med det indre marked og vedtog en afgørelse om at indlede proceduren efter artikel 6, stk. 1, litra c), i fusionsforordningen (»afgørelsen om indledningen af proceduren«).

(6) Parterne fremsatte deres skriftlige bemærkninger til afgørelsen om indledningen af proceduren den 12. august 2015, og samme dag blev tidsfristen for den endelige afgørelse i sagen på parternes anmodning forlænget med 20 arbejdsdage i henhold til fusionsforordningens artikel 10, stk. 3, andet afsnit.

(7) UPS blev anerkendt som en interesseret tredjemand i henhold til fusionsforordningens artikel 18, stk. 4, ved en afgørelse truffet af høringskonsulenten den 21. oktober 2015.

(8) Den indgående undersøgelse afviste alle de konkurrenceproblemer, som hidtil var blevet afdækket i afgørelsen om indledningen af proceduren. Der blev ikke vedtaget nogen klagepunktsmeddelelse.

(9) Den 11. december 2015 blev udkastet til afgørelse drøftet med medlemsstaterne i Det Rådgivende Udvalg for Kontrol med Fusioner og Virksomhedsovertagelser, som afgav en positiv udtalelse. Høringskonsulenten afgav sin positive udtalelse i sin rapport, der blev afleveret den 18. december 2015.

(10) Den 8. januar 2016 vedtog Kommissionen i henhold til fusionsforordningens artikel 8, stk. 1, en afgørelse om at erklære transaktionen forenelig med det indre marked og EØS-aftalen (»afgørelsen«).

([1]) EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1.

IV. **KONKURRENCEVURDERING**

A. **Indledning**

(11) I afgørelsen fokuseres der på markedet for forsendelser af småpakker. En eventuel overlapning mellem parternes aktiviteter inden for fragttransport og spedition påvirker ikke markederne.

(12) Både FedEx og TNT er leverandører af forsendelser af småpakker både inden for EØS og fra bestemmelsessteder i EØS til bestemmelsessteder uden for EØS. De er begge såkaldte »kurérvirksomheder«, hvilket betyder, at de har fuld operationel kontrol over alle transportaktiver, en tilstrækkelig geografisk dækning på globalt plan, en »nav og eger«-driftsmodel, eget it-net og ry for at være en pålidelig leverandør af småpakker til tiden (såkaldt troværdighed fra ende til anden). De to andre kurérvirksomheder er DHL og UPS.

B. **De relevante markeder**

De relevante produktmarkeder

(13) I overensstemmelse med Kommissionens tidligere afgørelser ([1]) omfatter det relevante marked for forsendelser af småpakker forsendelser på under 31,5 kg. Kommissionen skelner mellem, om de pakker, som hentes i et EØS-land, leveres i samme land (nationale markeder), til et andet EØS-land (internationale markeder inden for EØS) eller et land uden for EØS (markeder for tjenesteydelser uden for EØS).

(14) I tidligere sager, navnlig i forbindelse med vurderingen af internationale markeder inden for EØS, identificerede Kommissionen også et marked for ekspresforsendelser (med levering den følgende dag) ud over markedet for standardforsendelser (med levering på et senere tidspunkt) ([2]). Disse resultater var bl.a. baseret på, at de to typer tjenesteydelser leveres med forskellig infrastruktur, at et stort antal kunder er afhængige af ekspresforsendelser, og at ekspresforsendelser også er betydeligt dyrere.

(15) I den foreliggende sag foretog Kommissionen i lyset af de store overlapninger mellem parterne i forbindelse med levering af tjenesteydelser uden for EØS en omfattende undersøgelse af disse markeder, som ikke tidligere var blevet vurderet i detaljer.

(16) For kurérvirksomhedernes vedkommende benytter ekspresforsendelser uden for EØS (dvs. den hurtigst mulige garanterede levering) og standardforsendelser (langsommere, men stadig meget pålidelig og med et fast antal dage) af småpakker generelt samme netværk og forsyningskædetrin (herunder sortering i hovedlufthavne, langdistanceflyvninger og toldbehandling) på deres rejse til de forskellige interkontinentale bestemmelsessteder. Endvidere konkurrerer alle kurérvirksomheder direkte om begge typer af tjenesteydelser, og der er indikationer på, at priserne for ekspres- og standardforsendelser uden for EØS nærmer sig hinanden, hvilket ikke modsiger, at ekspres og standard skal tilhøre det samme marked. På denne baggrund mente Kommissionen, at ekspres- og standardtjenesteydelser var segmenter af det samme marked for forsendelser uden for EØS.

(17) Fra et destinationsmæssigt perspektiv vurderede Kommissionen, om end den lod afgrænsningen af produktmarkedet stå åben, transaktionens indvirkning både på verdensplan og på de store handelsruter (Nordamerika, Central- og Sydamerika, Afrika, Asien/Stillehavsområdet, Mellemøsten og resten af Europa).

De relevante geografiske markeder

(18) Hvad angår afgrænsningen af det geografiske marked, dvs. forsendelsens oprindelse, i overensstemmelse med afgørelsen i UPS/TNT-sagen, konkluderede Kommissionen, at det internationale marked for ekspresforsendelser inden for EØS har et nationalt omfang. Vurderingen af transaktionens indvirkning blev også foretaget på nationalt plan for markedet for forsendelser af småpakker uden for EØS. I lyset af netværksfunktionerne i branchen og den afgørende rolle, som lufttransportnetværk spiller for interkontinentale forsendelser, omfattede konkurrencevurderingen af forsendelser af småpakker uden for EØS også EØS-niveauet.

1. *Forsendelser af småpakker inden for EØS*

(19) Internationale ekspresforsendelser af småpakker inden for EØS er en netværksindustri, der kræver tilstedeværelse i alle EØS-lande. Denne tilstedeværelse kræver igen investeringer i infrastruktur i hele værdikæden (fra afhentning og sortering over strækningsdrift og knudepunkter til lufttransportnetværk, fly og levering). Kurérvirksomhederne har den strammeste kontrol over deres netværk og er de eneste, som har et gnidningsløst ekspresnetværk, der dækker alle EØS-lande. I sin vurdering af de forskellige kategorier af konkurrencemæssige styrker for parternes konkurrenter på det internationale ekspresmarked inden for EØS fandt Kommissionen i overensstemmelse med resultaterne af markedsundersøgelsen, at ikkekurérvirksomheder, der leverer småpakker, generelt lægger et svagt

([1]) Se f.eks. Kommissionens afgørelse af 30. januar 2013 i sag M.6570 — UPS/TNT Express (»UPS/TNT«), betragtning 164.
([2]) Se bl.a. UPS/TNT, betragtning 219.

konkurrencepres på parterne. Kommissionen har derfor anlagt en konservativ tilgang og begrænset sin konkurrencevurdering af transaktionens indvirkning på internationale ekspresforsendelser inden for EØS i de forskellige EØS-lande i forhold til det konkurrencepres, som de fire kurérvirksomheder lægger på hinanden.

a) Den fusionerede enheds position på det internationale marked for ekspresforsendelser inden for EØS ville være moderat.

(20) I lyset af de iboende begrænsninger, der ligger i de data om markedsandele, som FedEx har fremsendt med henblik på konkurrencevurderingen i denne sag, og i overensstemmelse med Kommissionens tilgang i UPS/TNT-sagen foretog Kommissionen en rekonstruktion af markedet. På EØS-plan ville den fusionerede enhed have en markedsandel på under 30 %. Den ville stadig være den svageste af de tre resterende kurérvirksomheder og dermed den tredje aktør efter DHL og UPS. På nationalt plan ville den fusionerede enhed ikke have en markedsandel på over 40 % baseret på indtægtstallene for 2014 og ville ikke blive den bedste aktør på nogen af de 30 nationale undersøgte markeder i EØS ([1]).

b) FedEx og TNT er ikke særligt tætte konkurrenter vedrørende internationale ekspresforsendelser inden for EØS.

(21) Selv om både FedEx og TNT er kurérvirksomheder og derfor konkurrerer med hinanden om internationale ekspresforsendelser inden for EØS på de 30 nationale markeder, som findes i EØS, konkluderede Kommissionen, at partnerne ikke er særligt tætte konkurrenter.

(22) På den anden side fokuserer FedEx i sin forretning på kunder med et betydeligt behov for forsendelser uden for EØS. Størstedelen af FedEx' indtægter fra internationale ekspresforsendelser inden for EØS kommer fra kunder, som også har købt forsendelser uden for EØS fra FedEx. FedEx har fokus på internationale ekspreskunder inden for EØS med betydningsfulde krav til forsendelser uden for EØS på grund af virksomhedens begrænsede evne til at vinde konkurrencen om kunder til enkeltstående ekspresforsendelser inden for EØS eller kunder, der ønsker at købe både internationale ekspresforsendelser inden for EØS og nationale/internationale standardforsendelser inden for EØS fra den samme leverandør. Disse begrænsninger skyldes, at FedEx har et svagere netværk i EØS. Dette svagere netværk giver FedEx en mindre geografisk dækning for de forskellige eksprestjenesteydelser, en relativ svaghed med hensyn til standardtjenesteydelser og nationale tjenesteydelser i større målestok og et højere omkostningsgrundlag på grund af færre stordriftsfordele og tæthed, hvilket gør FedEx betydeligt mindre konkurrencedygtig i forhold til internationale ekspresforsendelser inden for EØS. Dette udmønter sig i en svag markedsposition over for TNT og de andre to kurérvirksomheder og er i overensstemmelse med FedEx' fokus på forsendelser uden for EØS.

(23) På den anden side fokuserer TNT på kunder med enkeltstående behov for internationale forsendelser/standardforsendelser inden for EØS. I modsætning til FedEx har TNT en betydelig europæisk vejbaseret og mere effektiv tilstedeværelse af lufttransportnetværk inden for EØS og en større andel af salget i det nationale segment og standardsegmentet. En begrænset andel af indtægterne kommer fra kunder med behov for forsendelser uden for EØS. TNT's salgsdata viser, at en stor del af TNT's indtægter fra ekspresforsendelser inden for EØS i Europa genereres fra kunder, som også køber nationale og/eller internationale standardforsendelser inden for EØS fra TNT. TNT har derimod haft mindre succes med at tiltrække internationale ekspreskunder inden for EØS, som også kræver internationale forsendelser uden for EØS.

(24) Endvidere bekræftede parternes interne dokumenter, at de ikke opfatter hinanden som særligt tætte konkurrenter. Desuden ser et klart flertal af parternes kunder heller ikke parterne som særligt tætte konkurrenter (f.eks. med hensyn til priser, omfanget og kvaliteten af tjenesteydelserne, pålidelighed, geografisk rækkevidde, track & trace mv.). Ydermere ser kunderne FedEx som svagere end de andre tre kurérvirksomheder på markederne for internationale ekspresforsendelser inden for EØS.

(25) Sidst, og uanset antallet af identificerede begrænsninger, bekræftede udbudsanalysen, som parterne havde fremsendt, yderligere, at FedEx er en svagere konkurrent for TNT end DHL og UPS.

c) Fusionen ville ikke fjerne en vigtig konkurrencemæssig faktor.

(26) Kommissionen fandt, at TNT ikke har særlige kvaliteter, der gør det muligt at lægge et betydeligt konkurrencepres på de andre kurérvirksomheder, som ville medføre mindre konkurrence efter transaktionen. For det første er TNT's position inden for internationale ekspresomkostninger inden for EØS ikke mere fordelagtig end DHL's og UPS' omkostningsposition. For det andet har TNT i de senere år ikke været i stand til at udbygge sin markedsposition på bekostning af de andre kurérvirksomheder. For det tredje kunne Kommissionen empirisk verificere, at TNT ikke kan anses for at være aggressiv prissætter på det internationale ekspresmarked inden for EØS. Og for det fjerde har TNT i de senere år fokuseret ikke på at foretage markante investeringer i sit netværk, men på at konsolidere sine tjenesteydelser. TNT kan derfor ikke siges at have været innovatør med hensyn til netværksudbygning i de senere år.

([1]) Der er 31 EØS-lande. Parterne kunne dog ikke fremskaffe data for Liechtenstein.

d) DHL og UPS ville være i stand til at lægge pres på den fusionerede enhed efter transaktionen.

(27) Til trods for, at ikkekurérvirksomheder, navnlig vejbaserede operatører i et stort netværk som DPD og GLS, ville lægge et vist konkurrencepres på den fusionerede enhed, afhængigt af det nationale marked, tog Kommissionen en konservativ tilgang og begrænsede sin analyse af, om den fusionerede enheds konkurrenter vil lægge pres på priserne over for DHL og UPS.

(28) For det første vil den fusionerede enhed stå over for to stærke og kompetente konkurrenter. Baseret på resultaterne af Kommissionens rekonstruktion af markedet vil DHL fortsat være førende, efterfulgt af UPS. Adspurgt, om der efter transaktionen ville være tilstrækkeligt med mulige alternativer til deres behov for internationale ekspresforsendelser inden for EØS, svarede langt størstedelen af kunderne, at dette var tilfældet. Både UPS og DHL blev angivet som mulige alternativer til den fusionerede enhed efter transaktionen.

(29) For det andet kan kunderne beskytte sig mod en hypotetisk prisstigning efter transaktionen i den fusionerede enhed ved at skifte til en anden leverandør. Et klart flertal af kunderne til internationale ekspresforsendelser inden for EØS benytter sig af flere leverandører og kan let skifte imellem dem.

(30) For det tredje kan DHL og UPS let øge deres udbud af tjenesteydelser i tilfælde af en hypotetisk prisstigning efter transaktionen i den fusionerede enhed og dermed opfylde en eventuel yderligere efterspørgsel uden at pådrage sig væsentlige ekstraomkostninger.

e) Et klart flertal af kunderne har ikke givet udtryk for nogen bekymringer vedrørende transaktionen.

(31) Langt størstedelen af de kunder, som har besvaret første og anden fase af Kommissionens markedsundersøgelse, udtrykte en neutral eller endda positiv holdning til de overordnede virkninger af transaktionen for markedet for internationale ekspresforsendelser af småpakker inden for EØS.

f) Analysen af priskoncentrationen gav ikke noget resultat.

(32) For at sikre fuld overensstemmelse med den kvantitative analyse, som blev udført i UPS/TNT-sagen, anvendte Kommissionen en analyse af priskoncentrationen til at vurdere den eventuelle prismæssige virkning af den foreslåede transaktion for FedEx' priser og dermed på TNT's priser. Kommissionen fandt, at prisstigningerne i modellen ikke var statistisk signifikante. Resultatet af analysen af priskoncentrationen kunne derfor ikke bruges på en pålidelig måde som bevis for eller imod at fastslå, om den effektive konkurrence er hæmmet betydeligt.

g) Transaktionen vil medføre effektivitetsgevinster.

(33) FedEx hævder, at der ville opstå betydelige effektivitetsgevinster som følge af transaktionen, navnlig som følge af integrationen af FedEx' relativt ineffektive europæiske operationer i TNT's netværk. De vigtigste kategorier af effektivitetsgevinster, der påvirker ekspresforsendelser inden for EØS, var omkostningsbesparelser ved afhentning og levering og besparelser for lufttransportnetværk. På grundlag af de foreliggende oplysninger konkluderede Kommissionen, at en del af de påståede omkostningsbesparelser ved afhentning og levering og en del af de påståede omkostningsbesparelser ved lufttransportnetværket (efter prisforhøjelsen) betragtes som relevante fusionsspecifikke effektivitetsgevinster, som ikke kunne opnås i samme omfang med mindre konkurrencebegrænsende alternativer. Tidsvinduet for realiseringen af de identificerede effektivitetsgevinster blev vurderet til at være tre år. Selv om resultaterne af Kommissionens analyse af priskoncentrationen havde været statistisk signifikante, ville effektivitetsgevinsterne ved afhentning og levering i forbindelse med transaktionen have mere end opvejet de skønnede prisstigninger for FedEx-kunderne på nogen af de nationale markeder for internationale ekspresforsendelser inden for EØS.

h) Konklusion

(34) Kommissionen konkluderede derfor, at transaktionen ikke ville hæmme den effektive konkurrence på nogen af de 30 nationale markeder for internationale ekspresforsendelser inden for EØS betydeligt.

2. *Forsendelser af småpakker uden for EØS: generel vurdering*

(35) En række operatører udbyder forsendelser uden for EØS, heriblandt de fire kurérvirksomheder, nationale postoperatører, speditører og andre kurérvirksomheder. Ligesom ekspresforsendelser inden for EØS er ekspresforsendelser uden for EØS også en netværksindustri, der omfatter infrastrukturinvesteringer langs hele værdikæden og kræver, at operatørerne skal sikre tilstedeværelse i alle EØS-lande og langs alle større globale ruter, nemlig Nordamerika, Central- og Sydamerika, Afrika, Asien/Stillehavsområdet, Mellemøsten og resten af Europa. Eftersom kurérvirksomhederne har den strengeste kontrol over deres netværk og er de eneste, som har et ekspresnetværk, der uden problemer dækker alle EØS-lande, lægger ikkekurérvirksomhederne kun et begrænset konkurrencepres på kurérvirksomhederne. Kommissionen har derfor ligesom som for ekspresforsendelser inden for EØS vurderet transaktionens

indvirkning på det mest konservative grundlag og udelukkende under hensyntagen til det konkurrencepres, som de øvrige kurérvirksomheder lægger på den fusionerede enhed på de forskellige mulige markeder for forsendelser uden for EØS. I lyset af nedenstående overvejelser konkluderede Kommissionen, at transaktionen ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt på nogen af de 30 nationale markeder for forsendelser af småpakker uden for EØS til verden eller nogen af de nationale markeder for forsendelser uden for EØS til de seks store globale ruter.

a) Den fusionerede enheds markedsposition ville være moderat på markeder for forsendelser uden for EØS.

(36) Kommissionen foretog en rekonstruktion af markedet baseret på indtægtsdata fra de fire kurérvirksomheder for at vurdere deres relative markedsstyrke på i) de 30 nationale markeder for internationale forsendelser uden for EØS fra et EØS-land til verden og ii) de nationale markeder for internationale forsendelser uden for EØS fra hvert af de 30 EØS-lande til hver af de seks store globale handelsruter. Kommissionen analyserede også transaktionens indvirkning på alle nationale markeder i EØS på samlet vis, dvs. for forsendelser uden for EØS til verden og til de seks store destinationsruter fra EØS.

(37) For så vidt angår alle 30 nationale markeder for forsendelser uden for EØS til verden og til de seks store destinationsruter, er parternes kombinerede markedsandel ret moderat på de mest plausible markeder for forsendelser uden for EØS. Hvad angår nationale markeder for forsendelser uden for EØS til verden, fandt Kommissionen, at den fusionerede enheds relative position på de fleste af de 30 markeder for forsendelser uden for EØS til verden ville være ret moderat. Parternes kombinerede markedsandel ville overstige 40 %, og tillægget fra transaktionen ville kun være over 5 % på tre nationale markeder, nemlig Ungarn, Estland og Letland. Og endelig ville parterne på de nationale markeder for forsendelser uden for EØS til de største globale ruter have en samlet markedsandel på over 40 %, og forøgelsen ville være over 5 % på 10 nationale markeder.

b) Blandt kurérvirksomhederne er parterne ikke særligt tætte konkurrenter på markederne for forsendelser uden for EØS.

(38) Parterne er ikke særligt tætte konkurrenter af flere årsager. For det første er TNT's relative position svagere blandt kurérvirksomheder på det samlede marked for forsendelser uden for EØS og på de mest plausible delsegmenter deraf. Dette skyldes, at TNT primært er fokuseret på Europa til forskel fra de andre tre kurérvirksomheder, som er globale aktører. En stor del af TNT's indtægter genereres gennem forsendelser i Europa eller til/fra Europa, mens de Europa-relaterede aktiviteter for de andre tre kurérvirksomheder udgør en langt mindre del af deres samlede virksomhed. Dette gælder navnlig for FedEx. En langt mindre del af FedEx' samlede indtægter genereres fra tjenesteydelser, som ikke er til/fra Europa, mens denne procentdel anslås at være højere for de andre kurérvirksomheder. Inden for TNT's Europa-genererede indtægter er det desuden kun en lille procentdel, der vedrører forsendelser uden for EØS.

(39) For det andet har TNT et meget begrænset lufttransportnetværk sammenlignet med de andre kurérvirksomheder. I modsætning til de andre tre kurérvirksomheder, som anvender et omfattende eget lufttransportnetværk til forsendelser uden for EØS, bruger TNT kun fire fly og køber kapacitet fra kommercielle luftfartsselskaber eller fragtselskaber til alle sine andre forsendelser. FedEx bruger derimod et netværk med 17 egne fly til forsendelser uden for EØS. Et eget lufttransportnetværk giver betydelige fordele for en kurérvirksomhed, herunder f.eks. større sikkerhed med hensyn til tilgængelig kapacitet og omkostningsstruktur samt bedre tjenesteydelser, eftersom det giver mulighed for gnidningsløs konnektivitet, færre bevægelser for småpakkerne og færre håndteringssteder. Det begrænsede omfang af TNT's lufttransportnetværk uden for EØS afspejler både virksomhedens relative svaghed på markeder for forsendelser uden for EØS sammenlignet med de andre tre kurérvirksomheder og en begrænsning for dens evne til at konkurrere på lige vilkår med dem.

(40) For det tredje fandt Kommissionen i sin analyse af parternes udbudsdata og navnlig FedEx' udbudsdata for forsendelser uden for EØS, at TNT fremstod som en svagere konkurrent til FedEx for muligheder uden for EØS end DHL og UPS. DHL fremstod som FedEx' vigtigste konkurrent med UPS på andenpladsen og TNT på tredjepladsen. Mere specifikt fremstod DHL som FedEx' konkurrent mere end tre gange så ofte som TNT.

(41) For det fjerde bekræftede Kommissionens markedsundersøgelse, at parterne ikke er hinandens tætteste konkurrenter.

(42) På markedet for forsendelser uden for EØS konkluderede Kommissionen derfor, at TNT ikke kan anses for at være en særlig tæt konkurrent til FedEx.

c) Transaktionen ville ikke fjerne en vigtig konkurrencemæssig faktor.

(43) TNT er tydeligvis den svageste af de fire kurérvirksomheder med hensyn til forsendelser uden for EØS og kan ikke ses som en vigtig konkurrent, som fjernes af transaktionen. Endvidere er TNT's markedsandel ikke øget betydeligt i løbet af de seneste år som følge af en aggressiv strategi. Derudover følger TNT en forretningsmodel, der er meget lig de andre kurérvirksomheders model med hensyn til forsendelser uden for EØS, og dens tjenesteydelser og priser kan derfor sammenlignes med konkurrenternes. TNT synes heller ikke at opkræve væsentligt lavere priser end de andre kurérvirksomheder og fokuserer ikke på at være en lavprisleverandør i sin forretningsplan og markedsføring; i stedet prioriterer den sin pålidelighed, kvalitetskundeservice og fleksibilitet.

d) Den fusionerede enhed ville blive begrænset af sine konkurrenter, også efter transaktionen.

(44) For det første har alle fire kurérvirksomheder allerede et globalt fodaftryk og tilbyder forsendelser af småpakker til over 220 lande i verden. De har derfor alle allerede adgang til en kundebase, der efterspørger tjenesteydelser uden for EØS. Endvidere har alle kurérvirksomheder mulighed for enten direkte eller gennem samarbejde med tredjeparter at sørge for afhentning af småpakker i alle EØS-lande og sørge for luftfragt af småpakker til destinationsruten og derfra forsendelse til bestemmelsesstedet.

(45) For det andet er dette i lyset af ovenstående, og selv om en kurérvirksomhed har en noget lavere andel på et bestemt marked for forsendelser uden for EØS, ikke tegn på en iboende svaghed i forhold til at udbyde tjenesteydelsen fra dette marked. I alle de tilfælde, hvor en bestemt kurérvirksomheds andel er begrænset på et bestemt produktmarked/et bestemt bestemmelsessted, men meget højere på andre produktmarkeder/bestemmelsessteder for forsendelser fra det samme EØS-oprindelsesland, er denne kurérvirksomhed derfor i stand til at udbyde tjenesteydelser uden for EØS fra det pågældende oprindelsesland. Ligeledes gælder det, at i alle tilfælde, hvor en kurérvirksomhed har en begrænset andel på et specifikt marked uden for EØS, men har en langt større andel for forsendelser til det pågældende bestemmelsessted fra andre EØS-oprindelseslande, er denne kurérvirksomhed dermed i stand til at udbyde tjenesteydelser uden for EØS til dette bestemmelsessted.

(46) For det tredje er der ingen kapacitetsbegrænsning for tjenesteydelser uden for EØS. Alle kurérvirksomheder har erfaring med at håndtere udsving i efterspørgslen og opererer ofte med en margen, der giver dem mulighed for at optage yderligere mængder. De kan også let integrere deres luftfragtkapacitet eller vejnet ved behov og har tidligere gjort dette for at imødekomme nye store kunder.

(47) For det fjerde kan kunder let skifte leverandør af forsendelser af småpakker uden for EØS. De fleste af dem har allerede flere leverandører blandt kurérvirksomheder eller andre udbydere, og deres kontrakter indeholder ikke eksklusivitetsklausuler. Kundernes evne til at øge de mængder, de transporterer med UPS og DHL, vil derfor lægge pres på den fusionerede enhed, også efter transaktionen.

(48) Og endelig udøver ikkekurérvirksomheder også et vist konkurrencepres, navnlig i forbindelse med standardforsendelser uden for EØS.

e) Et klart flertal af kunder og konkurrenter har ikke udtrykt bekymringer.

(49) Langt størstedelen af respondenterne i Kommissionens markedsundersøgelse mente, at transaktionen vil samle FedEx' styrker på markedet uden for EØS med TNT's styrker på markederne for forsendelser inden for EØS. Især på markederne uden for EØS mente et relativt flertal af respondenterne, at transaktionen ville have en positiv indvirkning, efterfulgt af dem, der mente, at indvirkningen ville være neutral.

f) Transaktionen ville medføre effektivitetsgevinster.

(50) Transaktionen ville også medføre betydelige effektivitetsgevinster på markederne for forsendelser uden for EØS. Disse ville primært komme fra den fusionerede enheds omkostningsbesparelser som følge af integrationen af alle mængderne i FedEx' eller TNT's lavprisnetværk. Alle mængderne ville således blive transporteret via TNT's billigere netværk inden for EØS på oprindelsesstedet og leveret via enten FedEx' eller TNT's billigere netværk på bestemmelsesstedet. Det forventes, at der vil blive realiseret yderligere synergier, i takt med at de interkontinentale flyvninger med tiden flyttes til FedEx. Ligesom sin tilgang til forsendelser inden for EØS vurderede Kommissionen, om effektivitetsgevinsterne var påviselige, fusionsspecifikke og til gavn for forbrugerne og konkluderede, at transaktionen ville medføre relevante effektivitetsgevinster i den trestrengede test fastlagt i retningslinjerne for horisontale fusioner.

3. *Forsendelser af småpakker uden for EØS: analyse af de enkelte lande*

(51) Ifølge resultaterne af Kommissionens rekonstruktion af markedet ville den fusionerede enhed have en kombineret markedsandel på over 40 %, og transaktionen ville føre til en forøgelse på over 5 % for 13 potentielle ruter for forsendelser uden for EØS. Disse markeder svarer til forsendelser uden for EØS fra syv forskellige EØS-lande, nemlig Belgien, Bulgarien, Estland, Letland, Litauen, Malta og Slovakiet. For Belgien, Bulgarien, Estland og Malta ville disse markeder være for forsendelser uden for EØS til Nordamerika. For Letland ville det være markederne for forsendelser til Nordamerika, Central- og Sydamerika, Mellemøsten og Asien/Stillehavsområdet. Med hensyn til Litauen og Slovakiet ville det være markederne for forsendelser til Mellemøsten. Og endelig ville det for Estland, Ungarn og Letland også være for forsendelser uden for EØS til verden. Derudover foretog Kommissionen en mere detaljeret analyse af de markeder, hvor den fusionerede enhed ville have en moderat markedsandel på mindre end 40 %, og hvor konkurrenten på tredjepladsen efter transaktionen ville have en markedsandel på under 20 %. Og endelig foretog den en mere detaljeret analyse af markederne, hvor konkurrenten på tredjepladsen ville have en mindre andel end den forøgelse, som transaktionen ville medføre. Samlet set blev der på grundlag af disse kriterier foretaget en mere detaljeret analyse af 52 markeder for følgende lande.

(52) *Østrig*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markedet for forsendelser uden for EØS fra Østrig til Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % efter DHL, der med [50-60] % er klart førende på markedet. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på [10-20] %.

(53) *Belgien*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Belgien til Nordamerika, hvor den fusionerede enhed ville blive førende på markedet med en markedsandel på [40-50] % og en forøgelse på [5-10] %, efterfulgt af UPS med [30-40] % og DHL med [10-20] %. Den foretog også en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Belgien til verden, til Central- og Sydamerika, til Asien/Stillehavsområdet og Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] %, og konkurrenten på tredjepladsen (UPS) efter transaktionen ville have en markedsandel på [10-20] %. På alle disse fire markeder ville DHL fortsat være førende med henholdsvis [40-50] %, [50-60] %, [40-50] % og [50-60] %.

(54) *Bulgarien*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Bulgarien til Nordamerika, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [40-50] % med en forøgelse på [5-10] %. DHL ville også have en andel på [40-50] %, mens UPS ville ligge på tredjepladsen med en markedsandel på [10-20] %. Kommissionen foretog også en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Bulgarien til verden, til Central- og Sydamerika og til Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % efter DHL, der med [50-60] % er klart førende på alle tre markeder. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på henholdsvis [10-20] %, [5-10] % og [10-20] %. Endelig foretog Kommissionen også en mere detaljeret analyse af markedet for forsendelser uden for EØS fra Bulgarien til Asien/Stillehavsområdet, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [20-30] % efter DHL, der med [60-70] % er klart førende på markedet. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville have en markedsandel på [5-10] %.

(55) *Kroatien*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Kroatien til Asien/Stillehavsområdet, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [20-30] % med en forøgelse på [5-10] % efter DHL, der med [60-70] % er klart førende på markedet. UPS ville efter transaktionen have en markedsandel på [5-10] %.

(56) *Cypern*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Cypern til Central- og Sydamerika, til Asien/Stillehavsområdet, til Mellemøsten og til Afrika, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % med en forøgelse på [5-10] %. På alle disse markeder ville DHL fortsat være førende med en markedsandel på henholdsvis [60-70] %, [60-70] %, [50-60] % og [50-60] %. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på [0-5] % på markederne til Central- og Sydamerika samt til Afrika og [5-10] % på markederne til Asien/Stillehavsområdet og til Mellemøsten. Kommissionen foretog også en mere detaljeret analyse af markedet for forsendelser uden for EØS fra Cypern til verden, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [20-30] % med en forøgelse på [5-10] % efter DHL, der med [60-70] % er klart førende på markedet. UPS ville have en markedsandel på [5-10] %.

(57) *Tjekkiet*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Tjekkiet til verden og til Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % efter DHL, der med [50-60] % er klart førende på begge markeder. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på [10-20] %. Kommissionen foretog også en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Tjekkiet til Central- og Sydamerika og til Asien/Stillehavsområdet, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [20-30] % efter DHL, der med [60-70] % er klart førende på begge markeder. UPS ville have en markedsandel på [5-10] %.

(58) *Estland*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Estland til verden og til Nordamerika, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på henholdsvis [40-50] % og [50-60] % med en forøgelse på henholdsvis [10-20] % og [5-10] %. DHL's andel på markedet fra Estland til

verden ville også være [40-50] % og [20-30] % for Nordamerika. UPS ville ligge på tredjepladsen med en markedsandel på [10-20] % på begge disse markeder. Kommissionen foretog også en mere detaljeret analyse af markedet for forsendelser uden for EØS fra Estland til Asien/Stillehavsområdet, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % efter DHL, der med [50-60] % er klart førende på markedet. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville have en markedsandel på [5-10] %.

(59) *Frankrig*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Frankrig til Central- og Sydamerika, til Asien/Stillehavsområdet og til Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % efter DHL, der med henholdsvis [50-60] %, [40-50] % og [50-60] % er klart førende på markedet. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på [10-20] % på alle disse markeder.

(60) *Ungarn*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Ungarn til verden, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [40-50] % med en forøgelse på [5-10] %. DHL's andel ville også være [40-50] %, og UPS ville have en markedsandel på [10-20] %. Kommissionen foretog også en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Ungarn til Central- og Sydamerika, til Asien/Stillehavsområdet og til Mellemøsten og Afrika, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % efter DHL, der med henholdsvis [40-50] %, [50-60] %, [40-50] % og [50-60] % er klart førende på markedet. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på [10-20] % på alle disse markeder.

(61) *Irland*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Irland til verden og til Asien/Stillehavsområdet, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % med en lille forøgelse på [5-10] % på begge markeder og ville ligge efter DHL, der med henholdsvis [40-50] % og [50-60] % er klart førende på markedet. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på [10-20] %.

(62) *Letland*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Letland til verden, til Nordamerika, til Central- og Sydamerika, til Asien/Stillehavsområdet og til Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på henholdsvis [40-50] %, [50-60] %, [40-50] %, [40-50] % og [50-60] %. På disse markeder ville DHL have en markedsandel på henholdsvis [40-50] %, [20-30] %, [30-40] %, [30-40] % og [30-40] %, og UPS ville ligge på tredjepladsen med henholdsvis [10-20] %, [10-20] %, [20-30] %, [20-30] %, [10-20] %.

(63) *Litauen*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markedet for forsendelser uden for EØS fra Litauen til Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed efter transaktionen ville have en markedsandel på [40-50] % med en forøgelse på [5-10] %. DHL ville også have en andel på [40-50] %, mens UPS ville ligge på tredjepladsen med en markedsandel på [10-20] %.

(64) *Luxembourg*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Luxembourg til verden, til Central- og Sydamerika og til Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [20-30] % med en lille forøgelse på [5-10] % efter DHL, der med [60-70] % er klart førende på alle tre markeder. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville have en markedsandel på [5-10] % på alle tre markeder. Kommissionen foretog også en mere detaljeret analyse af markedet for forsendelser uden for EØS fra Luxembourg til Nordamerika, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % efter DHL, der med [50-60] % er klart førende på markedet. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på [10-20] %.

(65) *Malta*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markedet for forsendelser uden for EØS fra Malta til Nordamerika, hvor den fusionerede enhed ville blive førende på markedet med en markedsandel på [40-50] % og en forøgelse på [10-20] %, efterfulgt af DHL med [30-40] % og UPS med [20-30] %.

(66) *Polen*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Polen til Central- og Sydamerika og til Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % efter DHL, der med [40-50] % er klart førende på begge markeder. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på [10-20] %.

(67) *Slovakiet*: Kommissionen foretog en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Slovakiet til Mellemøsten, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [40-50] % efter DHL, der med [50-60] % er førende på markedet. UPS ville have en markedsandel på [0-5] % på dette marked. Kommissionen foretog også en mere detaljeret analyse af markederne for forsendelser uden for EØS fra Slovakiet til verden, til Central- og Sydamerika og til Afrika, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [30-40] % efter DHL, der med [50-60] % er klart førende på alle tre markeder. Konkurrenten på tredjepladsen (UPS) ville efter transaktionen have en markedsandel på henholdsvis [10-20] %, [5-10] % og [0-5] %. Kommissionen foretog også en mere detaljeret analyse af markedet for forsendelser uden for EØS fra Slovakiet til Asien/Stillehavsområdet, hvor den fusionerede enhed ville have en markedsandel på [20-30] % efter DHL, der med [60-70] % er klart førende på markedet. UPS ville have en markedsandel på [5-10] %.

(68) På grundlag af Kommissionens analyse af parternes fremsendte oplysninger, parternes interne dokumenter og resultatet af markedsundersøgelsen nåede Kommissionen frem til følgende konklusioner om ovennævnte markeder for forsendelser uden for EØS til verden og de store handelsruter: Den fusionerede enhed vil på de fleste markeder kun have moderate markedsandele, FedEx og TNT er ikke tætte konkurrenter, TNT er ikke en vigtig konkurrent på disse markeder, DHL og UPS er også i stand til at lægge det nødvendige pres på den fusionerede enhed efter transaktionen, en stor del af FedEx' markedsandel på disse ruter stammer rent faktisk fra nogle få af parternes store kunder, som let kan skifte, hvilket betyder, at den fusionerede enheds markedsandele fortsat vil være yderst konkurrenceudsatte, og markedsundersøgelsens resultater var fortrinsvist positive eller neutrale med hensyn til transaktionens indvirkning. Derudover blev der tilsyneladende skabt effektivitetsgevinster på disse markeder.

(69) I lyset af denne vurdering konkluderede Kommissionen derfor, at transaktionen ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt på nogen af ovennævnte nationale markeder for forsendelser af småpakker uden for EØS til verden eller verdens store handelsruter.

4. *Transaktionens indvirkning på SMV'er*

(70) Visse deltagere i markedsundersøgelsen mente, at transaktionen sandsynligvis vil have en større indvirkning på SMV'er, navnlig i form af prisstigninger. TNT tilbyder angiveligt aktuelt lavere priser end alle andre kurérvirksomheder og er derfor den foretrukne leverandør for SMV'er, som er aktiv inden for e-handel. Ifølge disse markedsdeltagere har SMV'er generelt kun én leverandør, de benytter kurérvirksomheder på grund af deres behov for forskellige typer tjenesteydelser, og de mangler forhandlingsstyrke, så de »betaler mest«, eftersom de betaler listepriserne. Som følge af transaktionen ville to tætte konkurrenter fusionere, og den fusionerede enhed ville sandsynligvis ikke længere have et incitament til at være en »enspænder« blandt kurérvirksomhederne over for SMV'erne.

(71) Kommissionen fandt, at dette ikke er tilfældet af en række årsager. For det første undersøgte Kommissionen spørgsmålet om SMV'er nærmere under den indgående undersøgelse. Svarene på et spørgeskema henvendt til SMV'er viste, at størstedelen af SMV'erne ligesom alle kunderne havde et positivt eller neutralt syn på transaktionen generelt samt på dens indvirkning på udbuddet og kvaliteten af tjenesteydelserne. Endvidere bekræftede markedsundersøgelsen ikke bekymringen om, at SMV'erne havde en enkelt leverandør eller betaler listepriser. De SMV'er, der svarede på markedsundersøgelsen, herunder de SMV'er, som er aktive inden for e-handel, viste, at de generelt har flere leverandører til deres ekspresforsendelser inden og uden for EØS. Langt størstedelen af de SMV'er, som besvarede undersøgelsen, anførte endvidere, at de forhandler mængderabatter. Kun nogle få respondenter forhandler slet ikke rabatter.

(72) For det andet fandt Kommissionen, at TNT ikke kunne siges at være en »enspænder« eller førende på markedet i SMV-sektoren af en række årsager. TNT's kunder vil som de andre operatørers kunder forhandle faste rabatter med TNT på forhånd for at tage højde for transportomkostninger. TNT vil derfor ikke kunne anvende svingende priser over for sine kunder, afhængigt af den forventede udnyttelse af kapaciteten på det relevante fly på en bestemt dag. Endvidere er den kortsigtede priselasticitet på ekspresforsendelser meget lille. Hvis TNT forudser, at dens fly på en bestemt rute stort set vil være tomt, vil rabatter til eksisterende eller potentielle kunder ikke pludselig skabe en større efterspørgsel efter forsendelser den pågældende dag på den pågældende rute. Dette bekræftes også af markedsundersøgelsen, hvor størstedelen af SMV'erne anførte, at de indgår rammekontrakter for en længere periode i stedet for at foretage ad hoc-køb, når behovet opstår.

(73) For det tredje afspejler det, at TNT har haft lejlighedsvise kampagner, der også er rettet mod SMV'er. Dette er ikke en strukturelt anderledes markedsposition, men kan ses som led i normal konkurrencemæssig adfærd for at tiltrække kunder. TNT kan ikke siges at anvende alt for lave priser på et strukturelt grundlag og som led i en bestemt forretningsmodel over for SMV'er og er ikke prissætter på markedet. Endvidere har TNT ikke aggressivt udvidet sin markedsposition i SMV-segmentet.

(74) For det fjerde mente Kommissionen endvidere som allerede nævnt ovenfor, at Parterne ikke var særligt tætte konkurrenter. De synes heller ikke at levere et andet produkt rettet specifikt mod en bestemt gruppe SMV'er eller fokusere på disse kunder med tjenesteydelser, som andre kurérvirksomheder ikke kan levere eller ikke leverer. Både DHL og UPS tilbyder allerede skræddersyede tjenesteydelser på deres websteder til SMV'er. Langt de fleste af de besvarende konkurrenter bekræftede, at SMV'ernes krav til forsendelser af småpakker ikke adskiller sig fra andre virksomheders krav, og at tjenesteydelser til SMV'er ikke kræver ekstra aktiver eller ressourcer.

(75) I lyset af ovenstående konkluderede Kommissionen derfor, at transaktionen ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt, heller ikke i forhold til tjenesteydelser til SMV'er.

V. **KONKLUSION**

(76) Af de ovennævnte grunde konkluderes det i afgørelsen, at transaktionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på det indre marked eller en væsentlig del heraf.

(77) Transaktionen erklæres derfor forenelig med det indre marked og med EØS-aftalen i henhold til fusionsforordningens artikel 2, stk. 2, og artikel 8, stk. 1, og EØS-aftalens artikel 57.