Kokkuvõte komisjoni otsusest,

8. jaanuar 2016,

millega koondumine kuulutatakse kokkusobivaks siseturuga ja EMP lepingu toimimisega

(juhtum M.7630 – FedEx / TNT Express)

(teatavaks tehtud numbri C(2015) 9826 all)

(Ainult ingliskeelne tekst on autentne)

(EMPs kohaldatav tekst)

(2016/C 450/09)

Komisjon võttis 8. jaanuaril 2016 vastavalt nõukogu 20. jaanuari 2004. aasta määrusele (EÜ) nr 139/2004 kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumiste üle [1] ja eriti selle artikli 8 lõikele 1 vastu otsuse ühinemist käsitleva juhtumi kohta. Otsuse mittekonfidentsiaalne täisversioon on juhtumi autentses keeles kättesaadav konkurentsi peadirektoraadi veebisaidil aadressil: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html.

I. **LEPINGUPOOLED**

(1) FedEx Corporation („FedEx“, Ameerika Ühendriigid) pakub klientidele ja ettevõtjatele kogu maailmas laia valikut transpordi, e-kaubanduse ja ettevõtlusega seotud teenuseid. FedExi EMP võrgustiku peamine sõlmlennujaam asub Pariisis. TNT Express NV („TNT“, Madalmaad) tegutseb aktiivselt väikepakkide kättetoimetamise ja kaubaveo teenuste sektorites. TNT Euroopa võrgustiku peamine sõlmlennujaam asub Liège'is Belgias.

II. **TEHING ja ELi MÕÕDE**

(2) 7. aprillil 2015. aastal teatasid FedEx ja TNT („pooled“ või „ühinenud ettevõtja“), et on sõlminud lepingu, mis sõltub FedExi avalikust pakkumisest kõikidele emiteeritud ja ringluses olevatele aktsiatele TNT kapitalis, et FedEx saaks omandada kontrolli TNT üle („tehing“).

(3) Tehing hõlmab TNT üle ainukontrolli omandamist FedExi poolt ja kujutab endast koondumist määruse (EÜ) nr 139/2004 („ühinemismäärus“) artikli 3 lõike 1 punkti b tähenduses. See on liidu seisukohalt oluline vastavalt ühinemismääruse artikli 1 lõikele 2.

III. **MENETLUS**

(4) 26. juunil 2015. aastal teatati komisjonile ametlikult tehingust vastavalt ühinemismääruse artiklile 4.

(5) 31. juulil 2015 leidis komisjon, et tehing tekitab tõsiseid kahtlusi ühisturuga kokkusobivuse osas, ja otsustas algatada menetluse vastavalt ühinemismääruse artikli 6 lõike 1 punktile c („menetluse algatamise otsus“).

(6) Pooled esitasid oma kirjalikud märkused menetluse algatamise otsuse kohta 12. augustil 2015. aastal ning samal päeval pikendati poolte nõudmisel lõpliku otsuse tegemise tähtaega käesoleva juhtumi puhul kahekümne tööpäeva võrra vastavalt ühinemismääruse artikli 10 lõike 3 teisele lõigule.

(7) Ärakuulamise eest vastutava ametniku 21. oktoobri 2015. aasta otsusega loeti UPS olevat huvitatud kolmas isik vastavalt ühinemismääruse artikli 18 lõikele 4.

(8) Põhjaliku uurimise tulemusena välistati konkurentsiprobleemid, mis olid algselt välja toodud menetluse algatamise otsuses. Selle kohta ei esitatud vastuväiteid.

(9) Otsuse eelnõud arutati liikmesriikidega 11. detsembril 2015. aastal ettevõtjate koondumist käsitlevas nõuandekomitees, kes esitas pooldava arvamuse. Ärakuulamise eest vastutav ametnik esitas pooldava arvamuse menetluse kohta oma 18. detsembri 2015. aasta aruandes.

(10) 8. jaanuaril 2016. aastal otsustas komisjon vastavalt ühinemismääruse artikli 8 lõikele 1 kuulutada ühinemine kokkusobivaks siseturu ja EMP lepinguga („otsus“).

[1] ELT L 24, 29.1.2004, lk 1.

IV. **KONKURENTSIMÕJU HINDAMINE**

A. **Sissejuhatus**

(11) Otsus keskendub väikepakkide kättetoimetamise teenuste turule. Mis tahes võimalikud kattuvused poolte tegevuses kaubaveo- ja ekspedeerimise valdkonnas ei ole seotud mõjutatavate turgudega.

(12) Nii FedEx kui ka TNT on väikepakkide kättetoimetamise teenuste pakkujad nii EMPs kui ka EMPst EMP-välistesse riikidesse. Nad mõlemad on niinimetatud integreeritud teenuse osutajad, mis tähendab seda, et neil on täielik kontroll transpordivahendite tegevuse üle, piisav geograafiline katvus ülemaailmsel tasandil, nad tegutsevad keskse sõlmpunktiga (*hub and spoke*) mudeli alusel, neil on oma IT-võrk ning usaldusväärne maine väikepakkide õigeaegses kättetoimetamises (niinimetatud „algusest lõpuni" usaldusväärsus). Teised kaks integreeritud teenuse osutajat on DHL ja UPS.

B. **Asjaomased turud**

Asjaomased tooteturud

(13) Kooskõlas komisjoni varasemate otsustega ([1]) hõlmab asjaomane väikepakkide kättetoimetamise teenuste turg alla 31,5 kg kaaluvaid saadetisi. Komisjon teeb vahet, kas EMP riigis üles korjatud pakid toimetatakse kätte sama riigi piires (siseriiklikud turud), teise EMP riiki (rahvusvahelised EMP-sisesed turud) või EMPst väljaspool asuvasse riiki (EMP-välised teenuste turud).

(14) Eelmiste juhtumite puhul, eelkõige rahvusvaheliste EMP-siseste turgude hindamisel on komisjon määratlenud kiirpostiteenuste turu (kohustusega pakk kätte toimetada järgmisel päeval) eraldiseisvana tavapostiteenuste turust (pikemaajalise kättetoimetamise kohustusega) ([2]). Need järeldused tuginevad muu hulgas asjaolule, et nimetatud kahte tüüpi teenuseid osutatakse erineva taristu abil, et märkimisväärne hulk kliente sõltub kiirveost ja kiirpostiteenused on samuti tunduvalt kallimad.

(15) Käesoleva juhtumi puhul, võttes arvesse olulisi kattuvusi poolte vahel EMP-väliste teenuste osutamisel, kohustus komisjon põhjalikult uurima kõnealuseid turgusid, mida ei ole eelnevalt üksikasjalikult hinnatud.

(16) Integreeritud teenuse osutajate puhul kasutatakse nii EMP-väliste väikepakkide kiirveo- (st kiireima võimaliku kättetoimetamisteenuste) ja tavapostiteenuste (aeglasema, aga siiski väga usaldusväärse, kindlaks kuupäevaks kohaletoimetamisega) puhul peamiselt sama võrgustikku ja tarneahela astmeid (sealhulgas sorteerimine sõlmlennujaamades, pikamaalennud ja tollivormistus) oma teekonnal erinevatesse kontinentidevahelistesse sihtkohtadesse. Lisaks konkureerivad kõik integreeritud teenuse osutajad otseselt mõlemat tüüpi teenustes ja esines märke sellest, et EMP-väliste kiirposti- ja tavapostiteenuste hinnad on ühtlustumas; seega ei teki siin vastuolu selles, et kiirposti- ja tavapostiteenused kuuluvad ühele ja samale turule. Eeltoodu põhjal pidas komisjon kiirposti- ja tavapostiteenuseid ühe ja sama EMP-välise turu segmentideks.

(17) Jättes tooteturu määratluse lahtiseks, hindas komisjon sihtkoha osas tehingu mõju nii ülemaailmsel tasandil kui ka suuremate kaubateede põhjal (Põhja-Ameerika, Kesk- ja Lõuna-Ameerika, Aafrika, Aasia / Vaikne ookean, Lähis-Ida ja ülejäänud Euroopa).

Asjaomased geograafilised turud

(18) Geograafilise turu määratluse osas, ja täpsemalt kättetoimetamise lähtekoha osas järeldas komisjon kooskõlas otsusega juhtumi UPS/TNT kohta, et rahvusvaheline EMP-sisene kiirpostiteenuste turg on oma ulatuselt riigisisene. Tehingu mõju hindamine viidi EMP-väliste väikepakendite kättetoimetamise teenuste turgude puhul läbi ka riiklikul tasandil. Ent pidades silmas võrgutööstusharule iseloomulikke jooni ja lennuvõrgustiku määrava tähtsusega rolli kontinentidevahelistes vedudes, hõlmas EMP-väliste väikepakkide kättetoimetamise teenuste konkurentsiolukorra hindamine ka EMP tasandit.

1. *EMP-sisesed väikepakkide kättetoimetamise teenused*

(19) Rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste näol on tegemist võrgutööstusharuga, mis nõuab ettevõtjatelt kohaloleku tagamist kõikides riikides. Nõutav kohalolek omakorda tähendab taristuinvesteeringuid terve väärtusahela raames (alates korjest kuni sorteerimise, veo, jaotuskeskuste, lennuvõrgustiku, lennukite ja kättetoimetamiseni). Integreeritud teenuse osutajatel on kõige parem kontroll oma võrgustiku üle ning nad on ainsad, kellel on kõiki EMP riike hõlmav ja sujuv kiirpostiteenuste võrgustik. Hinnates poolte konkurentide erinevate kategooriate konkurentsialast tugevust rahvusvahelistel EMP-sisestel kiirpostiteenuste turgudel, leidis komisjon kooskõlas turu-uuringute tulemustega, et integreerimata teenuse osutajad avaldavad üldjuhul pooltele nõrka konkurentsisurvet. Seetõttu

([1]) Vt näiteks komisjoni 30. jaanuari 2013. aasta otsus juhtumis M.6570 - UPS/TNT Express, edaspidi „UPS/TNT", põhjendus 164.
([2]) Vt muu hulgas UPS/TNT, põhjendus 219.

on komisjon rakendanud konservatiivset lähenemisviisi ja piirdunud oma konkurentsiolukorra hinnangus tehingu mõjudega rahvusvahelistele EMP-sisestele kiirpostiteenustele erinevates EMP riikides ja konkurentsisurvele, mida neli integreeritud teenuse osutajat teineteisele avaldavad.

a) Ühinenud ettevõtja turupositsioon EMP-sisestel kiirpostiteenuste turgudel oleks tagasihoidlik

(20) Võttes arvesse andmeid turuosale iseloomulike piirangute kohta, mille FedEx esitas konkurentsiolukorra hindamiseks käesoleva juhtumi puhul ja kooskõlas komisjoni lähenemisviisiga UPS/TNT juhtumis, kohustus komisjon läbi viima turu rekonstrueerimise. EMP tasandil oleks ühinenud ettevõtja turuosa alla 30 %. Ta oleks nõrgim kolmest ülejäänud integreeritud teenuse osutajast ja seega kolmandal kohal DHL ja UPS järel. 2014. aasta tulude näitajate põhjal ei ületaks ühinenud ettevõtja turuosa riigi tasandil 40 % ja temast ei saaks parimat ettevõtjat mitte ühelgi uuritud 30 riiklikust turust EMPs ([1]).

b) FedEx ja TNT ei ole eriti lähedased konkurendid rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste osas

(21) Ehkki nii FedEx kui ka TNT on integreeritud teenuse osutajad ja seetõttu konkureerivad nad omavahel rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste valdkonnas 30 riiklikul turul EMPs, järeldas komisjon, et pooled ei ole eriti lähedased konkurendid.

(22) Ühelt poolt keskendutakse FedExi äritegevuses klientidele, kellel on märkimisväärne nõudlus EMP-väliste kättetoimetamisteenuste järele. Enamik FedExi rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste tuludest saadakse klientidelt, kes on samuti ostnud FedExilt EMP-väliseid kättetoimetamisteenuseid. FedExi keskendub rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste klientidele, kellel on märkimisväärsed nõuded EMP-väliste kättetoimetamisteenuste kohta, kuna FedExil on piiratud võimalused edukalt konkureerida eraldiseisvatest Euroopa-sisestest kiirveoteenustest huvitatud klientide pärast või klientide pärast, kes soovivad tellida ühelt teenusepakkujalt nii rahvusvahelisi EMP-siseseid kiirpostiteenuseid kui ka riigisiseseid/rahvusvahelisi EMP-siseseid tavapostiteenuseid. Need piirangud on tingitud FedExi nõrgemast kogu EMPd hõlmavast võrgustikust. Nõrgem võrgustik tähendab seda, et FedExil väiksem geograafiline katvus erinevate kiirpostiteenuste puhul, suhteliselt väike võimekus tavaposti- ja riigisiseste teenuste osutamisel suuremas ulatuses, ning suurem kulubaas, tingituna väiksemast mastaabisäästust ja tihedusest, mis muudab FedExi märksa vähem konkurentsivõimeliseks rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste puhul. See tähendab omakorda nõrka turupositsiooni TNT ja kahe ülejäänud integreeritud teenuse pakkuja suhtes ning on kooskõlas FedExi keskendumisega EMP-välistele kättetoimetamise teenustele.

(23) Teisest küljest keskendub TNT klientidele, kes on huvitatud eraldiseisvatest EMP-sisestest kiirveoteenustest, ja klientidele, kellel on vajadus riigisiseste/tavapostiteenuste järele. Vastupidiselt FedExile on TNT-l olemas oluline Euroopa sõiduteedel põhinev ja tõhusam lennuvõrgustik EMPs ning suurem müügiosa riigisisestes ja tavapostiteenuste segmentides. Üksnes väike osa TNT tuludest saadakse klientidelt, kellel on vajadus EMP-väliste teenuste järele. TNT müügiandmed näitavad, et suur osa TNT EMP-sisestest kiirpostiteenuste tuludest Euroopas saadakse klientidelt, kes ostavad TNT-lt ka riigisiseseid ja/või rahvusvahelisi EMP-siseseid tavapostiteenuseid. Seevastu on TNT olnud vähem edukas nende rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste klientide ligimeelitamisel, kes nõuavad ka rahvusvahelisi EMP-väliseid kättetoimetamisteenuseid.

(24) Poolte sisedokumendid kinnitasid ühtlasi, et nad ei suhtu üksteisesse kui eriti lähedastesse konkurentidesse. Peale selle ei pea selge enamik poolte klientidest pooli eriti lähedasteks konkurentideks (nt hinnakujunduse, teenuste ulatuse ja kvaliteedi, usaldusväärsuse, geograafilise mõõtme, liikumistee kindlakstegemise ja jälgimise jne osas). Lisaks peavad kliendid FedExit kolmest ülejäänud integreeritud teenuse pakkujast nõrgemaks rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste alal.

(25) Hoolimata mitmetest kindlaks tehtud piirangutest anti poolte esitatud pakkumiste analüüsis täiendav teave selle kohta, et FedEx on TNT jaoks nõrgem konkurent kui DHL ja UPS.

c) Ühinemine ei kõrvaldaks olulist konkurentsijõudu

(26) Komisjoni arvates ei ole TNT-l eriomadusi, mis võimaldaksid tal avaldada märkimisväärset konkurentsisurvet teistele integreeritud teenuse osutajatele, mille tulemusena väheneks konkurents pärast tehingu lõpuleviimist. Esiteks ei ole TNT kulupositsioon rahvusvahelistel EMP-sisestel kiirpostiteenuste puhul soodsam kui DHL-i ja UPS-i kulupositsioon. Teiseks ei ole TNT suutnud viimastel aastatel laiendada oma turupositsiooni teiste integreeritud teenuse osutajate kahjuks. Kolmandaks võib komisjon empiiriliselt põhjendada, et TNT-d ei saa pidada agressiivseks hinnaseadjaks rahvusvahelisel EMP-sisesel kiirpostiteenuste turul. Neljandaks ei ole TNT viimastel aastatel teinud märkimisväärseid investeeringuid oma võrgustikku, vaid pigem on ta konsolideerinud oma teenuseid. Järelikult ei saa öelda, et TNT on viimastel aastatel olnud uuendaja võrgustiku laiendamise osas.

([1]) EMP riike on 31. On võimalik, et pooled ei esitanud andmeid Liechtensteini kohta.

d) DHL-i ja UPS-i omandaksid positsiooni, mis võimaldaks piirata ühinenud ettevõtja tegevust pärast tehingu lõpuleviimist

(27) Hoolimata asjaolust, et mitteintegreeritud teenuse osutajad, eelkõige sõiduteedel põhinevad ettevõtjad, nagu näiteks DPD ja GLS, avaldaksid konkurentsisurvet ühinenud ettevõtjale sõltuvalt riiklikust turust, rakendas komisjon konservatiivset lähenemisviisi ja piirdus oma analüüsis sellega, kas ühinenud ettevõtja konkurentidel on piirav mõju DHL-i ja UPS-i hindadele.

(28) Esiteks seisab ühinenud ettevõtja silmitsi tugevate ja võimekate konkurentidega. Komisjoni poolt läbi viidud turu rekonstruktsiooni põhjal jääb DHL turuliidriks, talle järgneb UPS. Valdav enamik klientidest vastas jaatavalt küsimusele, kas pärast tehingu lõpuleviimist leidub piisavalt alternatiive nende rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste nõudluse rahuldamiseks. Nii UPS-i kui DHL-i nimetati arvestatavateks alternatiivideks ühinenud ettevõtjale pärast tehingu lõpuleviimist.

(29) Teiseks saavad kliendid end kaitsta, kui näiteks ühinemisel tekkinud üksus tõstab hinda, vahetades teenusepakkujat. Selge enamik rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste klientidest kasutab mitut tarnijat ning nende jaoks on teenusepakkujate vahetamine lihtne.

(30) Kolmandaks saaksid DHL ja UPS hüpoteetilise hinnatõusu puhul pärast tehingu lõpuleviimist ühinemisel tekkinud üksuse poolt kergesti suurendada oma teenuste pakkumist ning seega rahuldada täiendavat nõudlust, ilma et see põhjustaks neile märkimisväärseid lisakulusid.

e) Selge enamik klientidest ei ole väljendanud mingit muret tehingu pärast

(31) Valdav enamik klientidest, kes vastasid komisjoni esimese ja teise etapi turu-uuringule, väljendasid neutraalset või isegi positiivset suhtumist tehingu üldistesse mõjudesse rahvusvahelisel IMP-sisesel väikepakkide kiirpostiteenuste turul.

f) Hinnakontsentratsiooni analüüs oli mittetäielik

(32) Et tagada täielik kooskõla UPS/TNT juhtumi puhul läbi viidud kvantitatiivse analüüsiga, kohaldas komisjon hinnakontsentratsiooni analüüsi, et hinnata välja pakutud tehingu võimalikku hinnamõju FedExi hindadele ja omakorda TNT hindadele. Komisjon leidis, et mudelis prognoositud hinnatõusud ei olnud statistiliselt märkimisväärsed. Seetõttu ei saanud hinnakontsentratsiooni analüüsi tulemusi kasutada usaldusväärse tõendusmaterjalina tõhusa konkurentsi tekitamise või selle märkimisväärse takistamise poolt või vastu.

g) Ühinemisega kaasneb tõhususe kasv

(33) FedEx väidab, et tehinguga kaasneb märkimisväärne tõhususe kasv, eelkõige tingituna FedExi suhteliselt ebatõhusate Euroopa toimingute integreerimisest TNT võrgustikku. EMP-siseseid kiirpostiteenuseid mõjutava tõhususe kasvu peamised kategooriad olid korje ja kättetoimetamisega seotud kulude kokkuhoid ja lennuvõrgustikuga seotud kulude kokkuhoid. Komisjon jõudis talle esitatud teabe põhjal järeldusele, et osa väidetavast korje ja kättetoimetamisega seotud kulude kokkuhoiust ja osa väidetavast lennuvõrgustikuga seotud kulude kokkuhoiust (pärast ülekandumist) liigituvad asjaomasteks ühinemispõhisteks tõhususe kasvu elementideks, mida ei oleks olnud sarnases ulatuses võimalik saavutada konkurentsi vähem kahjustavate alternatiivide abil. Kindlakstehtud tõhususe kasvu elementide realiseerimise ajaliseks kestuseks prognoositi kolm aastat. Isegi kui komisjoni hinnakontsentratsiooni analüüsi tulemused oleksid olnud statistiliselt märkimisväärsed, oleksid korje ja kättetoimetamisega seotud tõhususe kasvu elemendid rohkem kui korvanud FedExi klientidele prognoositud hinnatõusu mis tahes rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste riiklikel turgudel.

h) Kokkuvõte

(34) Seetõttu jõudis komisjon järeldusele, et tehing ei takistaks märkimisväärselt tõhusat konkurentsi ükskõik millisel 30 riiklikul turul rahvusvaheliste EMP-siseste kiirpostiteenuste osutamisel.

2. *EMP-välised väikepakkide kättetoimetamise teenused: üldine hinnang*

(35) Mitmed ettevõtjad pakuvad EMP-väliseid teenuseid, sealhulgas neli integreeritud teenuse pakkujat, riiklikud postiettevõtjad, ekspediitorid ja muud kullerettevõtted. Sarnaselt EMP-siseste kiirpostiteenustega kujutavad EMP-välised kiirpostiteenused endast võrgutööstusharu, millega kaasnevad taristuinvesteeringud kogu väärtusahela ulatuses ja mis nõuab ettevõtjatelt kohaloleku tagamist kõikides EMP riikides ja kõikidel maailma suurematel kaubateedel, st Põhja-Ameerikas, Kesk- ja Lõuna-Ameerikas, Aafrikas, Aasias / Vaikse ookeani piirkonnas, Lähis-Idas ja ülejäänud Euroopas. Kuna integreeritud teenuse osutajatel on range kontroll oma võrgustiku üle ja nad on ainsad, kellel on kõiki EMP riike hõlmav ja sujuv kiirpostiteenuste võrgustik, avaldavad mitteintegreeritud teenuse osutajad üksnes piiratud konkurentsisurvet integreeritud teenuse osutajatele. Seetõttu rakendas komisjon sarnaselt EMP-siseste

teenustega tehingu mõju hindamisel kõige konservatiivsemat lähenemisviisi, võttes arvesse ainult konkurentsisurvet, mida ühinenud ettevõtjale avaldasid teised integreeritud teenuse osutajad erinevatel võimalikel EMP-välistel kättetoimetamisteenuste turgudel. Arvestades allpool toodud kaalutlusi, järeldas komisjon, et tehing ei takista märkimisväärselt tõhusat konkurentsi ükskõik millisel 30 riiklikul turul EMP-väliste väikepakkide kättetoimetamise teenuste puhul maailma või ükskõik millisel riiklikul turul EMP-väliste kättetoimetamise teenuste puhul kuuele maailma suurimale kaubateele.

a) Ühinenud ettevõtja turupositsioon oleks tagasihoidlik EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgudel

(36) Komisjon kohustus viima läbi turu rekonstrueerimise nelja integreeritud teenuse pakkuja esitatud tuluandmete põhjal, võttes arvesse nende suhtelist turujõudu i) 30 riiklikul turul rahvusvahelisel EMP-väliste kättetoimetamise teenuste osutamisel EMP riigist maailma ja ii) riiklikel turgudel rahvusvaheliste EMP-väliste kättetoimetamisteenuste osutamisel igast 30 EMP riigist igale kuuele maailma suurimale kaubateele. Komisjon analüüsis samuti tehingu mõju kõikidel EMP riiklikel turgudel koondaruannete kujul, see tähendab, EMP-väliste kättetoimetamise teenuste puhul maailma ja EMP-st kuuele suuremale sihtkoha kaubateele.

(37) Kui vaadata lähemalt kõiki 30 riiklikku turgu EMP-väliste kättetoimetamisteenuste osutamisel maailma ja kuuele suuremale sihtkoha kaubateele, selgub, et poolte ühendatud turuosa on üsna tagasihoidlik kõige tõenäolisematel turgudel EMP-väliste kättetoimetamise teenuste puhul. Olles uurinud EMP-väliste kättetoimetamise teenuste riiklikke turgusid, leidis komisjon, et pärast tehingu lõpuleviimist oleks ühinenud ettevõtja suhteline positsioon üsna tagasihoidlik enamikul 30 riiklikust turust EMP-väliste kättetoimetamise teenuste puhul maailma. Poolte ühendatud turuosa ületaks 40 % ja tehingu kasv ületaks 5 % ainult kolmel riiklikul turul, see tähendab Ungaris, Eestis ja Lätis. Lõpuks oleks poolte ühendatud turuosa riiklikel turgudel EMP-väliste kättetoimetamise teenuste puhul maailma suurematele kaubateedele üle 40 % ja kümnel riiklikul turul ületaks kasv 5 %.

b) Integreeritud teenuse osutajate hulgas ei ole pooled eriti lähedased konkurendid EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgudel

(38) Pooled ei ole eriti lähedased konkurendid mitmel põhjusel. Esiteks on TNT suhteline positsioon integreeritud teenuse osutajate hulgas nõrgem EMP-väliste kättetoimetamise teenuste koguturul ja selle kõige tõenäolisemates allsegmentides. See tuleneb asjaolust, et TNT on keskendunud peamiselt Euroopale, mitte nagu ülejäänud kolm integreeritud teenuse osutajat, kes tegutsevad ülemaailmsel tasandil. Suur osa TNT tuludest on saadud kättetoimetamise teenuste osutamisest Euroopas või Euroopast/Euroopasse, sellal kui ülejäänud kolme integreeritud teenuse osutaja tegevuse Euroopaga seotud osa moodustab palju väiksema osa nende üldisest äritegevusest. See on nii eelkõige FedExi puhul. Palju väiksem osa FedExi tuludest saadakse mitte Euroopast/Euroopasse suunatud kättetoimetamise teenustest, sellal kui kõnealust osa peetakse ülejäänud integreeritud teenuse osutajate puhul märksa suuremaks. Samuti on TNT Euroopast saadud tuludest ainult väike osa seotud EMP-väliste teenuste pakkumisega.

(39) Teiseks kuulub TNT-le ainult väga piiratud lennuvõrgustik võrreldes teiste integreeritud teenuse pakkujatega. Erinevalt ülejäänud kolmest integreeritud teenuse pakkujast, kes kasutavad oma EMP-väliste kättetoimetamise teenuste osutamisel neile kuuluvat ulatuslikku lennuvõrgustikku, kasutab TNT ainult nelja lennukit ja ostab vedusid kommerts- või kaubalennuettevõtjatelt oma kõikide muude saadetiste puhul. Teisest küljest kasutab FedEx talle kuuluvat 17 lennukist koosnevat võrgustikku oma EMP-väliste kättetoimetamise teenuste osutamiseks. Isikliku lennuvõrgustiku kasutamine annab integreeritud teenuse kasutajale mitmeid eeliseid, sealhulgas näiteks suurem kindlus oma veomahtude ja kulude struktuuri osas ning samuti parem teenuse kvaliteet, kuna see võimaldab sujuvat ühendust, väiksemat väikepakkide vedude arvu ja vähem käitluspunkte. TNT EMP-välise lennuvõrgustiku piiratud ulatus annab tunnistust tema suhteliselt nõrgast positsioonist EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgudel võrreldes kolme ülejäänud integreeritud teenuse osutajaga ning samuti tema piiratud võimekusest konkureerida nendega võrdsetel alustel.

(40) Kolmandaks tuvastas komisjon, olles analüüsinud poolte pakkumisandmeid, eelkõige andmeid EMP-väliste kättetoimetamise teenuste kohta, et TNT osutus EMP-väliste teenuste võimaluste osas FedExile nõrgemaks konkurendiks kui DHL ja UPS. DHL osutus olevat FedExi peamine konkurent, talle järgnesid UPS ja TNT. DHL osutus olevat FedExi peamine konkurent kolm korda sagedamini kui TNT.

(41) Neljandaks kinnitas komisjoni turu-uuring, et pooled ei ole üksteise lähimad konkurendid.

(42) Seetõttu järeldas komisjon EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgude osas, et TNT-d ei saa pidada FedExi eriti lähedaseks konkurendiks.

c) Tehing ei kõrvaldaks olulist konkurentsijõudu

(43) TNT on selgelt kõige nõrgem konkurent neljast integreeritud teenuse osutajast seoses EMP-väliste kättetoimetamise teenustega ja teda ei saa vaadelda kui olulist konkurentsijõudu, mis kõrvaldatakse pärast tehingu lõpuleviimist. Peale selle ei ole TNT turuosa viimastel aastatel märkimisväärselt kasvanud, tingituna mõnevõrra agressiivsest strateegiast. Lisaks järgib TNT oma EMP-väliste teenuste osutamisel ärimudelit, mis on väga sarnane teiste integreeritud teenuse osutajate mudeliga ning seetõttu on TNT teenused ja hinnad võrreldavad tema rivaalide omadega. Samuti ei tundu, et TNT küsiks teistest integreeritud teenuse pakkujatest märkimisväärselt madalamaid hindu ega keskendu oma äri- ja turundusplaanis sellele, et olla odava teenuse pakkuja; selle asemel seab ta esikohale oma usaldusväärsuse, klienditeeninduse kvaliteedi ja paindlikkuse.

d) Ühinenud ettevõtjat piiratakse tema konkurentide poolt ka pärast tehingu lõpuleviimist

(44) Esiteks on kõigil neljal integreeritud teenuse pakkujal juba ökoloogiline jalajälg, kuna nad pakuvad väikepakkide kättetoimetamise teenuseid rohkem kui 220 maailma riiki. Seetõttu on neil juba juurdepääs kliendibaasile, mis nõuab EMP-väliseid teenuseid. Peale selle suudavad kõik integreeritud teenuse pakkujad kas otse või kolmandate isikute vahendusel korraldada väikepakkide korjet kõikides EMP riikides, korraldada väikepakkide õhuvedu sihtkoha kaubateel ja sealt edasi kättetoimetamise sihtpunkti.

(45) Teiseks, võttes arvesse eeltoodut, isegi kui integreeritud teenuse osutajal oleks mõnevõrra väiksem osalus konkreetsel EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turul, ei osuta see suutmatusele pakkuda teenust kõnealusel turul. Kõigil juhtudel, kui asjaomase integreeritud teenuse osutaja turuosa on piiratud konkreetse tooteturu/sihtkohaga, ent see on märksa suurem muude tooteturgude/sihtkohtade puhul seoses kättetoimetamise teenustega samast EMP lähteriigist, peaks kõnealune integreeritud teenuse osutaja olema õigupoolest suuteline osutama EMP-väliseid teenuseid sellest lähteriigist. Samamoodi peaks kõigil juhtudel, kui integreeritud teenuse osutaja turuosa on piiratud konkreetse EMP-välise turuga, ent tal on märksa suuremad turuosad kättetoimetamise teenuste puhul kõnealusesse sihtkohta teisest EMP lähteriikidest, järeldama, et nimetatud teenuse osutaja on seega võimeline osutama EMP-väliseid kättetoimetamise teenuseid kõnealusesse sihtkohta.

(46) Kolmandaks ei ole EMP-välistele teenustele kehtestatud veomahu piiranguid. Kõigil integreeritud teenuse osutajatel on kogemus nõudluse kõikumisega toimetulekul ja nad tegutsevad marginaaliga, mis võimaldab neil võtta kasutusele täiendavaid mahtusid. Neil on samuti võimalik suurendada vajaduse korral oma õhutranspordivõimet või teedevõrgustikku ja nad on seda teinud ka enne, et mahutada uusi suurkliente.

(47) Neljandaks saavad kliendid kergesti vahetada EMP-väliste väikepakkide kättetoimetamise teenuse pakkujat. Enamik neist kasutab juba mitut erinevat integreeritud teenuse pakkujat või muud teenusepakkujat ja nende lepingud ei sisalda ainuõiguse sätteid. Seega piiraks klientide suutlikkus suurendada mahtusid, mida nad veavad UPS ja DHL teenuseid kasutades, ühinenud ettevõtjat ka pärast tehingu lõpuleviimist.

(48) Lõppkokkuvõttes avaldavad mitteintegreeritud teenuse pakkujad samuti mõningast konkurentsisurvet, eelkõige seoses EMP-väliste tavapostiteenustega.

e) Selge enamik klientidest ja konkurentidest ei ole väljendanud mingit muret

(49) Valdav enamik komisjoni turu-uuringule vastanutest olid arvamusel, et tehing koondab FedExi täiendavad tugevad küljed EMP-välistel turgudel ja TNT tugevad küljed EMP-siseste kättetoimetamise teenuste osas. EMP-väliste turgude puhul oli suhteline enamus vastanutest arvamusel, et tehingu mõju saab olema positiivne, ülejäänud vastanutest arvasid, et see saab olema neutraalne.

f) Tehinguga kaasneb tõhususe kasv

(50) Tehinguga kaasneks samuti märkimisväärne tõhususe kasv EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgudel. Kasvu põhjuseks oleks eelkõige ühinenud ettevõtja kulude kokkuhoid, tingituna tema kõikide mahtude integreerimisest kas FedExi või TNT odavamasse võrgustikku. Selle tulemusena transporditakse kõik mahud TNT odavama EMP-sisese võrgustiku kaudu lähtekohas ja toimetatakse kohale kas FedExi või TNT odavama võrgustiku kaudu sihtkohas. Prognooside kohaselt viiakse ellu täiendav sünergia, kuna aja jooksul liiguvad kontinentidevahelised lennud FedExi kätte. Sarnaselt oma lähenemisviisile EMP-sisestele teenustele hindas komisjon nimetatud tõhususe kasvu kontrollitavust, selle ühinemispõhisust ja tõenäosust, et nimetatud kasvu saab kasutada tarbijate huvides, ning jõudis järeldusele, et tehinguga kaasneb asjakohane tõhususe kasv vastavalt horisontaalseid ühinemisi käsitlevates suunistes välja toodud kolmeosalisele testile.

3. *EMP-välised väikepakkide kättetoimetamise teenused: riigipõhine analüüs*

(51) Vastavalt komisjoni turu rekonstrueerimise tulemustele oleks ühinenud ettevõtja ühendatud turuosa rohkem kui 40 % ja tehingu tulemusena ületaks kasv 5 % 13 võimalikul kaubateel EMP-väliste kättetoimetamise teenuste puhul. Need turud vastavad EMP-välistele kättetoimetamise teenustele seitsmest erinevast EMP riigist, nimelt Belgiast, Bulgaariast, Eestist, Lätist, Leedust, Maltalt ja Slovakkiast. Belgia, Bulgaaria, Eesti ja Malta puhul oleksid need turud EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turud Põhja-Ameerikasse. Läti puhul oleksid need kättetoimetamise teenuste turud Põhja-Ameerikasse, Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse, Lähis-Idasse ja Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda. Leedu ja Slovakkia puhul oleksid need kättetoimetamise turud Lähis-Idasse. Eesti, Ungari ja Läti puhul oleksid need ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turud. Lisaks analüüsis komisjon üksikasjalikumalt turgusid, kus ühinenud ettevõtjal oleks tagasihoidlik turuosa alla 40 % ja kus kolmanda konkurendi turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist alla 20 %. Lõpuks analüüsis komisjon üksikasjalikumalt turgusid, kus kolmanda konkurendi osa oleks väiksem kui tehinguga kaasnev võimalik kasv. Nende kriteeriumide alusel tehti üksikasjalikum analüüs kokku 52 turu kohta ning eraldi analüüs iga järgmise riigi kohta.

(52) *Austria*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Austriast Lähis-Idasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [50–60] %. Kolmanda konkurendi (UPS) turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [10–20] %.

(53) *Belgia*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgusid Belgiast Põhja-Ameerikasse, kus ühinenud ettevõtjast saaks turuliider turuosaga [40–50] % kasvuga [5–10] %, talle järgneks UPS turuosaga [30–40] % ja DHL turuosaga [10–20] %. Komisjon analüüsis üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgusid Belgiast maailma, Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse, Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda ja Lähis-Idasse. kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa, ning kolmanda konkurendi turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [10–20] %. Kõigil nimetatud neljal turul jääks turuliidriks DHL vastavalt [40–50] %, [50–60] %, [40–50] % ja [50–60] % turuosadega.

(54) *Bulgaaria*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Bulgaariast Põhja-Ameerikasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [40–50] % turuosa kasvuga [5–10] %. DHL-i turuosa oleks samuti [40–50] %, sellal kui UPS oleks kolmandal kohal turuosaga [10–20] %. Komisjon analüüsis üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Bulgaariast maailma, Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse ja Lähis-Idasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [50–60] % kõigil kolmel turul. Kolmanda konkurendi (UPS) turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist vastavalt [10–20] %, [5–10] % ja [10–20] %. Lõpuks analüüsis komisjon üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Bulgaariast Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda, kus ühinenud ettevõtjal oleks [20–30] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [60–70] %. Kolmanda konkurendi (UPS) turuosa oleks [5–10] %.

(55) *Horvaatia*: lõpuks analüüsis komisjon üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Bulgaariast Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda, kus ühinenud ettevõtjal oleks [20–30] % turuosa kasvuga [5–10] % selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [60–70] %. UPS-i turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [5–10] %.

(56) *Küpros*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Küproselt Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse, Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda, Lähis-Idasse ja Aafrikasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa kasvuga [5–10] %. Kõigil nimetatud turgudel jääks turuliidriks DHL vastavalt [60–70] %, [60–70] %, [50–60] % ja [50–60] % turuosadega. Kolmanda konkurendi (UPS-i) turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [0–5] % Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse ning samuti Aafrikasse suunatud turgudel ning [5–10] % Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda ja Lähis-Idasse suunatud turgudel. Lõpuks analüüsis komisjon üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Küproselt maailma, kus ühinenud ettevõtjal oleks [20–30] % turuosa kasvuga [5–10] % selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [60–70] %. UPS-i turuosa oleks [5–10] %.

(57) *Tšehhi Vabariik*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Tšehhi Vabariigist maailma ja Lähis-Idasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [50–60] % mõlemal turul. Kolmanda konkurendi (UPS) turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [10–20] %. Komisjon analüüsis üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Tšehhi Vabariigist Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse ja Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda, kus ühinenud ettevõtjal oleks [20–30] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [60–70] % mõlemal turul. UPS-i turuosa oleks [5–10] %.

(58) *Eesti*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Eestist maailma ja Põhja-Ameerikasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks vastavalt [40–50] % ja [50–60] % turuosad kasvuga vastavalt [10–20] %

ja [5–10] %. DHL-i osa Eestist maailma suunatud turul oleks samuti [40–50] % ning see oleks [20–30] % Põhja-Ameerika puhul. UPS oleks kolmandal kohal [10–20] % turuosaga mõlemal nimetatud turul. Lõpuks analüüsis komisjon üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Eestist Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [50–60] %. Kolmanda konkurendi (UPS) turuosa oleks [5–10] %.

(59) *Prantsusmaa*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgusid Prantsusmaalt Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse, Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda ja Lähis-Idasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel, kelle turuosad oleksid vastavalt [50–60] %, [40–50] % ja [50–60] %. Kolmanda konkurendi (UPS-i) turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [10–20] % kõigil nimetatud turgudel.

(60) *Ungari*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Ungarist maailma, kus ühinenud ettevõtjal oleks [40–50] % turuosa kasvuga [5–10] %. DHL-i turuosa oleks samuti [40–50] % ja UPS-i turuosa oleks [10–20] %. Komisjon analüüsis üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgusid Ungarist Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse, Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda, Lähis-Idasse ja Aafrikasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel, kelle turuosad oleksid vastavalt [40–50] %, [50–60] %, [40–50] % ja [50–60] %. Kolmanda konkurendi (UPS-i) turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [10–20] % kõigil nimetatud turgudel.

(61) *Iirimaa*: lõpuks analüüsis komisjon üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Iirimaalt Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa väikese kasvuga [5–10] % mõlemal turul selge turuliidri DHL-i järel, kelle turuosad oleksid vastavalt [40–50] % ja [50–60] %. Kolmanda konkurendi (UPS) turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [10–20] %.

(62) *Läti*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgusid Lätist maailma, Põhja-Ameerikasse, Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse, Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda ja Lähis-Idasse, kus ühinenud ettevõtjal oleksid turuosad vastavalt [40–50] %, [50–60] %, [40–50] %, [40–50] % ja [50–60] %. Nendel turgudel oleksid DHL-i turuosad vastavalt [40–50] %, [20–30] %, [30–40] %, [30–40] % ja [30–40] % ning UPS oleks kolmandal kohal turuosadega vastavalt [10–20] %, [10–20] %, [20–30] %, [20–30] % ja [10–20] %.

(63) *Leedu*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Leedust Lähis-Idasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks pärast tehingu lõpuleviimist [40–50] % turuosa kasvuga [5–10] %. DHL-i turuosa oleks samuti [40–50] % ja UPS oleks kolmandal kohal turuosaga [10–20] %.

(64) *Luksemburg*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Luksemburgist maailma, Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse ja Lähis-Idasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [20–30] % turuosa kasvuga [5–10] % selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [60–70] % kõigil kolmel turul. Kolmanda konkurendi (UPS) turuosa oleks [5–10] % kõigil kolmel turul. Lõpuks analüüsis komisjon üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Luksemburgist Põhja-Ameerikasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [50–60] %. Kolmanda konkurendi (UPS) turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [10–20] %.

(65) *Malta*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Belgiast Põhja-Ameerikasse, kus ühinenud ettevõtjast saaks turuliider turuosaga [40–50] % ja kasvuga [10–20] %, talle järgneks DHL turuosaga [30–40] % ja UPS turuosaga [20–30] %.

(66) *Poola*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Tšehhi Vabariigist maailma ja Lähis-Idasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel, kelle turuosa on [40–50] % mõlemal turul. Kolmanda konkurendi (UPS) turuosa oleks pärast tehingu lõpuleviimist [10–20] %.

(67) *Slovakkia*: komisjon analüüsis üksikasjalikumalt EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Slovakkiast Lähis-Idasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [40–50] % turuosa turuliidri DHL-i järel turuosaga [50–60] %. UPS-i turuosa oleks [0–5] % sellel turul. Komisjon analüüsis üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Slovakkiast maailma, Kesk- ja Lõuna-Ameerikasse ja Aafrikasse, kus ühinenud ettevõtjal oleks [30–40] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [50–60] % kõigil kolmel turul. Kolmanda konkurendi (UPS-i) turuosad oleksid pärast tehingu lõpuleviimist vastavalt [10–20] %, [5–10] % ja [0–5] %. Komisjon analüüsis üksikasjalikumalt ka EMP-väliste kättetoimetamise teenuste turgu Slovakkiast Aasiasse / Vaikse ookeani piirkonda, kus ühinenud ettevõtjal oleks [20–30] % turuosa selge turuliidri DHL-i järel turuosaga [60–70] %. UPS-i turuosa oleks [5–10] %.

(68) Lähtuvalt oma analüüsist poolte avalduste kohta, poolte sisedokumentide ja turu-uuringu põhjal tegi komisjon järgmised järeldused eespool nimetatud EMP-siseste kättetoimetamise teenuste turgude kohta maailma ja suurematele kaubateedele: ühinenud ettevõtjal oleks enamikel turgudel ainult tagasihoidlikud turuosad; FedEx ja TNT ei ole lähedased konkurendid; TNT ei kujuta endast olulist konkurentsijõudu nendel turgudel; DHL ja UPS omandaksid nõutava suutlikkuse piirata tõhusalt ühinenud ettevõtjat ka pärast tehingu lõpuleviimist; suur osa FedExi turuosast nendel kaubateedel on saadud tänu vähestele poolte suurklientidele, kes võivad kergesti teenusepakkujat vahetada, mille tulemusena jäävad ühinenud ettevõtja turuosad vägagi vaidlustatavateks; ning turu-uuringu tulemused olid ülekaalukalt positiivsed või neutraalsed tehingu mõju osas. Lisaks leiti, et nendel turgudel tekib tõhususe kasv.

(69) Seega järeldas komisjon kõnealuse hinnangu põhjal, et tehing ei takistaks märkimisväärselt tõhusat konkurentsi ükskõik millisel eespool nimetatud riiklikul turul EMP-väliste väikepakkide kättetoimetamise teenuste puhul maailma või maailma kuuele suuremale kaubateele.

4. *Tehingu mõju VKEdele*

(70) Mõned turu-uuringu osalised väitsid, et tehingul on tõenäoliselt suurem mõju VKEdele, eelkõige hinnatõusude näol. Väidetavalt pakub TNT praegu madalamaid hindu kui teised integreeritud teenuse pakkujad ja seetõttu eelistavad teda e-kaubandusega tegelevad VKEd. Nende turuosaliste sõnul eelistavad VKEd üldjuhul tellida ühest allikast, nad tuginevad integreeritud teenuse pakkujatele vastavalt oma vajadusele erinevate teenusetüüpide järele ning neil ei ole läbirääkimistel kaalu, seega maksavad VKEd kõrgeimat hinda, kuna nad maksavad hinnakirjade põhjal. Tehingu tulemusena ühineksid kaks lähedast konkurenti ja ühinenud ettevõtjal ei oleks tõenäoliselt enam stiimulit olla niiöelda sõltumatu integreeritud teenuse osutaja VKEdele.

(71) Komisjon arvas, et see ei ole nii mitmel põhjusel. Esiteks uuris komisjon VKEde küsimust lähemalt põhjaliku uurimise käigus. VKEdele suunatud küsimustikule antud vastustest selgus, et sarnaselt kõikide klientide arvamusega oli enamikul VKEdel positiivne või neutraalne arvamus kogu tehingu ning samuti selle mõju kohta teenuse pakkumisele ja kvaliteedile. Peale selle ei kinnitanud turu-uuring muret selle üle, et VKEd tellivad ühest allikast või maksavad hinnakirjade põhjal. Turu-uuringule vastanud VKEd, sealhulgas need, kes tegelevad e-kaubandusega, märkisid, et üldiselt kasutavad nad mitut allikat oma EMP-siseste ja EMP-väliste kättetoimetamise teenuste tellimisel. Valdav enamik vastanud VKEdest märkis samuti, et nad peavad läbirääkimisi mahuga seotud allahindluste üle; ainult mõned vastanutest ei pidanud kunagi läbirääkimisi allahindluste üle.

(72) Teiseks arvas komisjon, et TNT-d ei saa pidada omapäi tegutsejaks või turuliidriks VKEde sektoris mitmel põhjusel. TNT kliendid, nagu ka teiste ettevõtjate kliendid, peavad TNT-ga eelnevalt läbirääkimisi fikseeritud allahindlusmäärade üle, et eristada transpordikulusid. Seetõttu ei suuda TNT kohaldada oma klientidele kõikuvaid hindu, sõltuvalt asjaomase lennuki prognoositavast tootmisvõimsusest konkreetsel päeval. Peale selle on lühiajaline hinnaelastsus kiirpostiteenuste puhul väga madal. Seetõttu prognoosib TNT, et tema lend teatud liinil saab olema üsna tühi ning allahindluste tegemine olemasolevatele või potentsiaalsetele klientidele ei suuda kiiresti tekitada suuremat nõudlust kaupade veo järele kõnealusel päeval ja liinil. Seda kinnitab ka turu-uuring, kus enamik VKEsid märkis, et nad sõlmivad raamlepingud pikemaks perioodiks, selle asemel, et teha vajaduse korral sihtotstarbelisi oste.

(73) Kolmandaks on TNT korraldanud aeg-ajalt kampaaniaid, mis on olnud suunatud ka VKEdele; see ei anna tunnistust erineva struktuuriga turupositsioonist, ent seda võib pidada osaks tavapärasest konkurentsikäitumisest klientide ligimeelitamiseks. Ei saa väita, et TNT kohaldaks ülemäära madalaid hindu kas struktuuri põhjal või osana erinevast, VKEdele suunatud ärimudelist, ning TNT ei ole turul hinnaseadja. Peale selle ei ole TNT agressiivselt suurendanud oma turupositsiooni VKEde segmendis.

(74) Neljandaks arvas komisjon veel, nagu juba eespool on märgitud, et pooled ei olnud eriti lähedased konkurendid. Samuti tundus, et nad ei pakkunud ühtki diferentseeritud toodet konkreetsele VKEde rühmale ega keskendunud sellistele klientidele, kellele teised integreeritud teenuse osutajad ei suutnud keskenduda või neile teenuseid osutada. Nii DHL kui ka UPS pakuvad oma veebisaitidel juba kohandatud teenuseid VKEdele. Valdav enamik vastanud konkurentidest kinnitas, et VKEde nõudmised seoses väikepakkide kättetoimetamisega ei erine teistest ettevõtjatest ja VKEdele osutatavad teenused ei nõua mingeid täiendavaid varasid või ressursse.

(75) Seetõttu, võttes arvesse eeltoodut, järeldas komisjon, et tehing ei takistaks tõhusat konkurentsi ka seoses VKEdele osutatavate teenustega.

V. **JÄRELDUS**

(76) Ülaltoodu põhjustel jõutakse käesolevas otsuses järeldusele, et tehing ei takistaks märkimisväärselt tõhusat konkurentsi siseturul või selle olulises osas.

(77) Seega tunnistatakse koondumine vastavalt ühinemismääruse artikli 2 lõikele 2 ja artikli 8 lõikele 1 ja EMP lepingu artiklile 57 kokkusobivaks siseturuga ja EMP lepingu toimimisega.