Komisijas lēmuma kopsavilkums

(2016. gada 8. janvāris),

ar ko koncentrāciju atzīst par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līguma darbību

(Lieta M.7630 – *FedEx / TNT Express*)

(izziņots ar dokumenta numuru C(2015) 9826)

(Autentisks ir tikai teksts angļu valodā)

(Dokuments attiecas uz EEZ)

(2016/C 450/09)

Komisija 2016. gada 8. janvārī pieņēma lēmumu apvienošanās lietā saskaņā ar Padomes 2004. gada 20. janvāra Regulu (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju [1] *un jo īpaši minētās regulas 8. panta 1. punktu. Pilns lēmuma nekonfidenciālas versijas teksts lietas autentiskajā valodā ir pieejams Konkurences ģenerāldirektorāta tīmekļa vietnē: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html.*

I. **PUSES**

(1) Uzņēmums *FedEx Corporation* (“*FedEx*” – Amerikas Savienotās Valstis) klientiem un uzņēmumiem visā pasaulē nodrošina plašu pārvadāšanas, e-komercijas un uzņēmējdarbības pakalpojumu portfeli. *FedEx* Eiropas Ekonomikas zonas (EEZ) tīkla galvenais aviopārvadājumu centrs ir Parīzē. *TNT Express NV* (“*TNT*” – Nīderlande) aktīvi darbojas sīkpaku piegādes un kravas pārvadājumu nozarē. *TNT* Eiropas tīkla galvenais aviopārvadājumu centrs ir Ljēžā, Beļģijā.

II. **ES MĒROGA DARBĪBA**

(2) 2015. gada 7. aprīlī *FedEx* un *TNT* (“puses” vai “apvienotais uzņēmums”) paziņoja par savu nolīgumu par nosacītu *FedEx* publisko piedāvājumu attiecībā uz visām *TNT* kapitālā esošajām emitētajām un neapmaksātajām akcijām, lai *FedEx* iegūtu kontroli pār *TNT* (“darījums”).

(3) Darījums ietver to, ka *FedEx* iegādājas pilnīgu kontroli pār *TNT*, un ir uzskatāms par koncentrāciju Regulas (EK) Nr. 139/2004 (“Apvienošanās regula”) 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta nozīmē. Darījumam ir Savienības mērogs saskaņā ar Apvienošanās regulas 1. panta 2. punktu.

III. **PROCEDŪRA**

(4) 2015. gada 26. jūnijā Komisijai tika oficiāli paziņots par darījumu saskaņā ar Apvienošanās regulas 4. pantu.

(5) Komisija 2015. gada 31. jūlijā konstatēja, ka darījums izraisa nopietnas šaubas par tā saderību ar iekšējo tirgu, un pieņēma lēmumu par procedūras sākšanu saskaņā ar Apvienošanās regulas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu (“lēmums par procedūras sākšanu”).

(6) Puses 2015. gada 12. augustā iesniedza rakstiskas piezīmes par lēmumu par procedūras sākšanu, un tajā pašā dienā pēc pušu pieprasījuma galējā lēmuma pieņemšanas termiņš tika pagarināts par 20 darba dienām atbilstoši Apvienošanās regulas 10. panta 3. punkta otrajai daļai.

(7) Uzklausīšanas amatpersona savā 2015. gada 21. oktobra lēmumā atzina *UPS* par ieinteresētu trešo pusi saskaņā ar Apvienošanās regulas 18. panta 4. punktu.

(8) Padziļinātā izmeklēšana ļāva kliedēt bažas par konkurenci, kas sākotnēji tika noteiktas lēmumā par procedūras sākšanu. Netika pieņemts neviens iebildumu paziņojums.

(9) 2015. gada 11. decembrī lēmuma projekts tika apspriests ar dalībvalstīm Padomdevējā komitejā uzņēmumu koncentrācijas jautājumos; tā sniedza labvēlīgu atzinumu. Uzklausīšanas amatpersona savā ziņojumā, kas tika iesniegts 2015. gada 18. decembrī, sniedza labvēlīgu atzinumu par lietas izskatīšanu.

(10) Komisija 2016. gada 8. janvārī saskaņā ar Apvienošanās regulas 8. panta 1. punktu lēma, ka apvienošanās ir atzīstama par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līgumu (“lēmums”).

[1] OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp.

IV. **KONKURĒTSPĒJAS NOVĒRTĒJUMS**

A. **Ievads**

(11) Lēmumā galvenā uzmanība pievērsta sīkpaku piegādes pakalpojumu tirgum. Jebkāda iespējamā pušu darbību pārklāšanās kravas transporta un kravu nosūtīšanas jomā nerada ietekmi uz konkrētajiem tirgiem.

(12) Gan *FedEx*, gan *TNT* nodrošina sīkpaku piegādes pakalpojumus EEZ teritorijā, kā arī no EEZ valstīm uz valstīm ārpus EEZ. Abi šie uzņēmumi ir tā sauktie "integrēto pakalpojumu sniedzēji". Tas nozīmē, ka tiem ir pilnīga operatīvā kontrole pār visiem transportlīdzekļu īpašumiem, pasaules mērogā pietiekami liela ģeogrāfiskā teritorija, starveida darbības modelis, savrups IT tīkls un reputācija kā uzticamam sīkpaku piegādātājam, kas sūtījumus piegādā laikā (tā sauktā ticamība "no sākumpunkta līdz galapunktam"). Vēl divi integrēto pakalpojumu sniedzēji ir *DHL* un *UPS*.

B. **Konkrētie tirgi**

Konkrētie produktu tirgi

(13) Saskaņā ar Komisijas iepriekšējo lēmumu pieņemšanas praksi [1] konkrētie tirgi sīkpaku piegādes pakalpojumiem ietver sūtījumus, kas sver mazāk par 31,5 kg. Komisija nošķir to, vai pakas tiek pieņemtas un piegādātas vienā EEZ valstī (iekšzemes tirgi) vai tiek piegādātas uz citu EEZ valsti (starptautiskie EEZ iekšējie tirgi), vai piegādātas uz valsti ārpus EEZ (tirgi pakalpojumiem ārpus EEZ).

(14) Iepriekšējās lietās, izvērtējot starptautiskos EEZ iekšējos tirgus, Komisija arī noteica, ka eksprespiegāžu pakalpojumiem (saistības nodrošināt piegādi nākamajā dienā) ir atsevišķs tirgus no atlikto piegāžu/standartpiegāžu (piegāde tiek veikta ilgākā laikposmā) tirgus [2]. Šo atklājumu pamatā cita starpā bija fakts, ka šie abi pakalpojumi tiek sniegti, izmantojot dažādas infrastruktūras, ka ievērojama klientu daļa ir atkarīga no eksprespiegādēm un ka eksprespiegādes pakalpojumi ir arī salīdzinoši dārgāki.

(15) Šajā gadījumā, ņemot vērā, ka pušu darbība ievērojami pārklājas pakalpojumu ārpus EEZ sniegšanas jomā, Komisija veica plašu šo tirgu, kas iepriekš nebija detalizēti novērtēti, apsekošanu.

(16) Lai veiktu eksprespiegādes (visātrākais iespējamais garantētais piegādes pakalpojums) un atliktās (ilgākas, taču vēl aizvien ļoti uzticamas, tiek izpildītas noteiktu dienu laikā) sīkpaku piegādes ārpus EEZ uz to dažādajiem starpkontinentālajiem galamērķiem, integrēto pakalpojumu sniedzēji izmanto to pašu tīklu un piegādes ķēdes posmus (tostarp šķirošanu lidostās, tālos reisus un muitošanas procedūras). Turklāt visi integrēto pakalpojumu sniedzēji tieši konkurē abu pakalpojumu veidu sniegšanā, un norādes liecināja, ka cenas par eksprespiegādes un atliktās piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ mainījās kopā, neradot pretrunas faktam, ka eksprespiegādes un atliktās piegādes pieder vienam tirgum. Pamatojoties uz šo, Komisija uzskatīja, ka eksprespiegādes un atliktās piegādes pakalpojumi ir viena tirgus pakalpojumiem ārpus EEZ segmenti.

(17) Aplūkojot šo no galamērķa perspektīvas un nerisinot jautājumu par produktu tirgus definīciju, Komisija izvērtēja darījuma ietekmi, pamatojoties gan uz visas pasaules, gan lielākajiem tirdzniecības galamērķiem (Ziemeļameriku, Centrālameriku un Dienvidameriku, Āfriku, Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, Tuvajiem Austrumiem un pārējo Eiropu).

Konkrētie ģeogrāfiskie tirgi

(18) Attiecībā uz ģeogrāfiskā tirgus definīciju, respektīvi sūtījuma izcelsmes vietu, Komisija atbilstoši lēmumam *UPS/TNT* lietā secināja, ka starptautiskajam EEZ iekšējam eksprespiegādes tirgum ir valsts mērogs. Tāpat arī darījuma ietekmes uz tirgiem sīkpaku piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ novērtējums tika veikts valsts līmenī. Taču, ņemot vērā nozares tīkla īpatnības un aviopārvadājumu tīklu būtisko nozīmi starpkontinentu piegāžu veikšanā, konkurētspējas novērtējums par sīkpaku piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ ietvēra arī EEZ līmeni.

1. *Starptautiskie EEZ iekšējie sīkpaku piegādes pakalpojumi*

(19) Starptautiskā EEZ iekšējā sīkpaku eksprespiegāde EEZ teritorijā ir ar tīkliem saistīta nozare, līdz ar to šo pakalpojumu sniedzējiem ir nepieciešams izvērst darbību visās EEZ valstīs. Savukārt no šādas darbības izvēršanas izriet ieguldījumi infrastruktūrā visā vērtību ķēdē (pieņemšana, šķirošana, starptautiskie pārvadājumi, transporta mezgli, aviopārvadājumu tīkls, lidmašīnas un piegāde). Integrēto pakalpojumu sniedzēji stingri kontrolē savu tīklu, kā arī ir vienīgie, kuriem ir nepārtraukts eksprespiegādes tīkls, kas aptver visas EEZ valstis. Izvērtējot pušu konkurentu dažādo kategoriju konkurētspēju starptautiskajos EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu tirgos, Komisija secināja, ka atbilstoši tirgus izpētes rezultātiem neintegrēto sīkpaku piegādes pakalpojumu sniedzēji pārsvarā rada vāju

[1] Skatīt, piemēram, Komisijas 2013. gada 30. janvāra lēmuma lietā M.6570 – *UPS/TNT Express* ("*UPS/TNT*") 164. apsvērumu.
[2] Cita starpā skatīt lēmuma *UPS/TNT* lietā 219. apsvērumu.

konkurences spiedienu uz pusēm. Tāpēc Komisija ir izvēlējusies konservatīvu pieeju un ierobežojusi savu konkurences novērtējumu par darījuma ietekmi uz starptautiskajiem EEZ iekšējiem eksprespiegādes pakalpojumiem dažādās EEZ valstīs līdz konkurences spiedienam, ko četri integrēto pakalpojumu sniedzēji izdara viens uz otru.

a) Apvienotā uzņēmuma pozīcija starptautiskajos EEZ iekšējo eksprespārvadājumu pakalpojumu tirgos būtu mērena

(20) Ņemot vērā tiem datiem par tirgus daļu raksturīgos ierobežojumus, kurus *FedEx* iesniedza šīs lietas konkurences novērtējuma nolūkos, un saskaņā ar Komisijas pieeju *UPS/TNT* lietā, Komisija veica tirgus rekonstrukciju. EEZ līmenī apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu mazāka par 30 %. Tas vēl aizvien būtu vājākais no trim atlikušajiem integrēto pakalpojumu sniedzējiem, un līdz ar to ieņemtu trešo vietu aiz *DHL* un *UPS*. Pamatojoties uz ieņēmumu datiem par 2014. gadu, valstu līmenī apvienotā uzņēmuma tirgus daļa nebūtu lielāka par 40 %, kā arī tas nekļūtu par vadošo pakalpojumu sniedzēju nevienā no 30 izpētītajiem EEZ valstu tirgiem ([1]).

b) Starptautisko EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu jomā *FedEx* un *TNT* nav īpaši tuvi konkurenti

(21) Kaut arī gan *FedEx*, gan *TNT* ir integrēto pakalpojumu sniedzēji un līdz ar to konkurē viens ar otru starptautisko EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu jomā 30 EEZ valstu tirgos, Komisija secināja, ka puses nav īpaši tuvas konkurentes.

(22) No vienas puses, *FedEx* uzņēmējdarbība orientējas uz klientiem, kuriem ir būtiski svarīgas piegādes ārpus EEZ. Lielāko daļu no *FedEx* ienākumiem starptautisko EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu jomā rada klienti, kas no šī uzņēmuma iegādājas arī piegādes pakalpojumus ārpus EEZ. *FedEx* orientējas uz klientiem, kuriem nepieciešami gan starptautiskie EEZ iekšējie piegādes pakalpojumi, gan ievērojams daudzums piegādes pakalpojumu ārpus EEZ, jo tā spēja veiksmīgi konkurēt par klientiem, kuriem nepieciešami tikai EEZ iekšējie eksprespiegādes pakalpojumi vai kuri vēlas iegādāties gan starptautiskos EEZ iekšējos eksprespiegādes pakalpojumus, gan iekšzemes/starptautiskos EEZ iekšējos atliktās piegādes pakalpojumus no viena pakalpojumu sniedzēja, ir ierobežota. Šādus ierobežojumus rada *FedEx* mazāk attīstītais EEZ mēroga tīkls. Šī mazākā tīkla attīstība izpaužas kā vāji attīstīta dažādu *FedEx* sniegto eksprespiegādes pakalpojumu ģeogrāfiskā darbības teritorija, relatīvi trūkumi attiecībā uz atlikto un iekšzemes pakalpojumu sniegšanu lielā apmērā, kā arī lielāka izmaksu bāze, ko rada blīvumradīti un apjomradīti ietaupījumi, kā rezultātā *FedEx* ir ievērojami mazāk konkurētspējīgs starptautisko EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu jomā. Savukārt tas atspoguļojas vājākā tirgus pozīcijā, salīdzinot ar *TNT* un pārējiem diviem integrēto pakalpojumu sniedzējiem, kā arī atbilst *FedEx* orientācijai uz piegādēm ārpus EEZ.

(23) Taču, no otras puses, *TNT* orientējas uz klientiem, kuriem ir nepieciešami tikai starptautiskie EEZ iekšējie un iekšzemes/atliktie piegādes pakalpojumi. Atšķirībā no *FedEx TNT* ir ievērojami lielāks Eiropas autopārvadājumu tīkls un efektīvāks aviopārvadājumu tīkls EZZ valstīs, kā arī iekšzemes un atlikto pakalpojumu segmenti veido lielāku tirdzniecības daļu. Tikai neliela daļa no tā ieņēmumiem tiek gūta no klientiem, kuriem nepieciešamas piegādes ārpus EEZ. *TNT* tirdzniecības dati liecina, ka lielu daļu no *TNT* EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu ieņēmumiem rada klienti, kas no *TNT* iegādājas arī iekšzemes un/vai starptautiskos EEZ iekšējos atliktās piegādes pakalpojumus. Taču *TNT* nav izdevies piesaistīt klientus, kuriem nepieciešami gan starptautiskie EEZ iekšējie eksprespiegādes pakalpojumi, gan starptautiskie piegādes pakalpojumi ārpus EEZ.

(24) Turklāt pušu iekšējie dokumenti apstiprināja, ka tās neuzskata viena otru par ļoti tuvām konkurentēm. Vēl jo vairāk, arī pārliecinošs vairākums pušu klientu neuzskata puses par ļoti tuvām konkurentēm (piemēram, cenu, pakalpojumu klāsta un kvalitātes, uzticamības, ģeogrāfiskā tvēruma, izsekošanas un identificēšanas ziņā utt.). Turklāt klienti uzskata, ka *FedEx* ir vājāks nekā pārējie trīs integrēto pakalpojumu sniedzēji, kas darbojas starptautisko EEZ iekšējo piegādes pakalpojumu tirgos.

(25) Visbeidzot, neatkarīgi no noteikto ierobežojumu skaita pušu iesniegtā piedāvātāju analīze deva papildu apstiprinājumu, ka *FedEx* ir vājāks konkurents *TNT* nekā *DHL* un *UPS*.

c) Apvienošanās nelikvidētu nozīmīgu konkurējošo spēku

(26) Komisija ņēma vērā, ka *TNT* nav īpašas spējas, kas ļautu tam radīt ievērojamu konkurences spiedienu uz citiem integrēto pakalpojumu sniedzējiem un tādējādi samazināt konkurenci pēc darījuma. Pirmkārt, *TNT* starptautiskā EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu izmaksu pozīcija nav daudz izdevīgāka par *DHL* un *UPS* izdevumu pozīciju. Otrkārt, *TNT* pēdējo gadu laikā nav spējis palielināt savu tirgus pozīciju tādā veidā, kas kaitētu citiem integrēto pakalpojumu sniedzējiem. Treškārt, Komisija var empīriski apstiprināt, ka *TNT* nav uzskatāms par agresīvu cenu noteicēju starptautiskajā EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu tirgū. Ceturtkārt, pēdējos gados *TNT* orientējās nevis uz ievērojamu ieguldījumu veikšanu savā tīklā, bet uz savu pakalpojumu konsolidēšanu. Līdz ar to nav iespējams apgalvot, ka pēdējos gados tas būtu darbojies kā tīkla paplašināšanas novators.

([1]) EEZ ir 31 dalībvalsts. Taču puses nevarēja sniegt datus par Lihtenšteinu.

d) *DHL* un *UPS* varētu ierobežot apvienoto uzņēmumu pēc darījuma

(27) Kaut arī atsevišķu valstu tirgos neintegrēto pakalpojumu sniedzēji, it īpaši tie, kuri veic pārvadājumus pa autoceļiem un kuriem ir liels tīkls, piemēram, *DPD* vai *GLS*, varētu radīt zināmu konkurences spiedienu uz apvienoto uzņēmumu, Komisija izmantoja konservatīvu pieeju un ierobežoja analīzi, attiecinot to tikai uz jautājumu par to, vai apvienotā uzņēmuma konkurentiem būs ierobežojoša ietekme uz *DHL* un *UPS* cenām.

(28) Pirmkārt, apvienotais uzņēmums saskarsies ar diviem spēcīgiem un spējīgiem konkurentiem. Saskaņā ar Komisijas tirgus rekonstrukcijas rezultātiem *DHL* saglabātu vadošo vietu tirgū, savukārt otrajā vietā būtu *UPS*. Atbildot uz jautājumu par to, vai pēc darījuma klientam būtu pieejami pietiekami daudz reālu alternatīvu starptautisko EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu nodrošināšanai, lielākā daļa atbildēja apstiprinoši. Tika norādīts, ka gan *UPS*, gan *DHL* būtu reāla alternatīva apvienotajam uzņēmumam pēc darījuma.

(29) Otrkārt, klienti var pasargāt sevi no iespējamās apvienotā uzņēmuma pakalpojumu cenu palielināšanās pēc darījuma, izvēloties citu pakalpojumu sniedzēju. Pārliecinošs to klientu vairākums, kas pērk starptautiskos EEZ iekšējos eksprespiegādes pakalpojumus, jau šobrīd izmanto vairākus pakalpojumu sniedzējus, tādēļ tos nomainīt būtu vienkārši.

(30) Treškārt, gadījumā, ja pēc darījuma apvienotais uzņēmums palielinātu cenas, *DHL* un *UPS* varētu vienkārši palielināt savu pakalpojumu piegādes apmēru un tādējādi tikt galā ar papildu pieprasījumu, neradot papildu materiālos izdevumus.

e) Pārliecinošs klientu vairākums nav izteicis nekādas bažas par darījumu

(31) Lielākajai daļai klientu, kas sniedza atbildes Komisijas veiktās tirgus izpētes pirmajā un otrajā fāzē, bija neitrāla vai pat pozitīva attieksme pret kopējo darījuma ietekmi uz starptautisko EEZ iekšējo sīkpaku eksprespiegādes pakalpojumu tirgu.

f) Cenu koncentrācijas analīze bija nepārliecinoša

(32) Lai nodrošinātu pilnīgu atbilstību kvantitatīvajai analīzei, kas tika veikta *UPS/TNT* lietā, Komisija veica cenu koncentrācijas analīzi ar mērķi novērtēt iespējamo ierosinātā darījuma cenu ietekmi uz *FedEx* un arī *TNT* cenām. Komisija secināja, ka modeļa aprēķinātais cenu pieaugums, bija statistiski nenozīmīgs. Tādēļ cenu koncentrācijas analīzes rezultātus nav iespējams izmantot kā uzticamus pierādījumus, kas apstiprinātu vai noraidītu būtisku efektīvas konkurences šķēršļu radīšanu.

g) Apvienošanās palielinās efektivitātes ieguvumus

(33) *FedEx* apgalvoja, ka darījuma rezultātā, it īpaši, integrējot *FedEx* salīdzinoši neefektīvās darbības *TNT* tīklā, rastos ievērojami efektivitātes ieguvumi. Galvenās jomas, kurās rastos efektivitātes ieguvumi, kas ietekmētu EEZ iekšējos eksprespiegādes pakalpojumus, bija saņemšanas un piegādes izmaksu ietaupījumi un aviopārvadājumu tīkla izmaksu ietaupījumi. Ņemot vērā savā rīcībā esošo informāciju, Komisija secināja, ka daļa no norādītajiem saņemšanas un piegādes izmaksu ietaupījumiem un daļa no norādītajiem aviopārvadājumu tīkla izmaksu ietaupījumiem (pēc apstrādāšanas) ir uzskatāmi par būtiskiem un ar apvienošanos saistītiem efektivitātes ieguvumiem, kurus nebūtu iespējams sasniegt līdzvērtīgā apmērā, izmantojot pret konkurenci mazāk vērstas alternatīvas. Paredzamais laika posms noteikto efektivitātes ieguvumu īstenošanai bija 3 gadi. Pat ja Komisijas veiktās cenu koncentrācijas analīzes rezultāti būtu statistiski nozīmīgi, tie saņemšanas un piegādes efektivitātes ieguvumi, ko radītu darījums, vairāk nekā tikai izlīdzinātu *FedEx* klientiem aprēķināto cenu pieaugumu jebkuras valsts starptautisko EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu tirgū.

h) Secinājums

(34) Tādēļ Komisija secināja, ka darījums neradīs būtiskus šķēršļus efektīvai konkurencei jebkurā no 30 valstu starptautisko EEZ iekšējo eksprespiegādes pakalpojumu tirgiem.

2. *Sīkpaku piegādes pakalpojumi ārpus EEZ – vispārīgs novērtējums*

(35) Vairāki pakalpojumu sniedzēji, tostarp visi četri integrēto pakalpojumu sniedzēji, valsts pasta pakalpojumu sniedzēji, kravas ekspeditori un citi kurjeru pakalpojumu sniedzēji, nodrošina piegādes pakalpojumus ārpus EEZ. Tāpat kā EEZ iekšējie eksprespiegādes pakalpojumi, arī eksprespiegādes pakalpojumi ārpus EEZ ir tīkla nozare, no kuras izriet ieguldījumi infrastruktūrā visā vērtību ķēdē un kurā uzņēmumiem ir nepieciešams izvērst darbību ne tikai visās EEZ valstīs, bet arī pasaules lielākajos tirdzniecības galamērķos: Ziemeļamerikā, Centrālamerikā un Dienvidamerikā, Āfrikā, Āzijā un Klusā okeāna reģiona valstīs, Tuvajos Austrumos un pārējā Eiropā. Tā kā integrēto pakalpojumu sniedzēji ļoti stingri kontrolē savu tīklu, un vienīgi tiem ir nepārtraukts eksprespiegādes pakalpojumu tīkls, kas aptver visas EEZ valstis, neintegrēto pakalpojumu sniedzēji izdara tikai ierobežotu konkurences spiedienu uz

integrēto pakalpojumu sniedzējiem. Tieši tādēļ, tāpat kā EEZ iekšējo ekspresspiegādes pakalpojumu gadījumā, Komisija novērtēja darījuma ietekmi atbilstoši viskonservatīvākajiem apsvērumiem, ņemot vērā tikai to konkurences spiedienu, ko citi integrēto pakalpojumu sniedzēji, kas darbojas dažādos iespējamos tirgos piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ, izdara uz apvienoto uzņēmumu. Ņemot vērā turpmāk norādītos apsvērumus, Komisija secināja, ka darījums neradītu būtiskus šķēršļus efektīvai konkurencei nevienā no 30 valstu tirgiem sīkpaku piegādei ārpus EEZ uz pasaules valstīm vai jebkuras valsts tirgū piegādēm ārpus EEZ uz sešiem galvenajiem tirdzniecības galamērķiem.

a) Apvienotajam uzņēmumam būtu mērena pozīcija tirgos piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ

(36) Komisija, pamatojoties uz četru integrēto pakalpojumu sniedzēju sniegtajiem ieņēmumu datiem, veica tirgus rekonstrukciju, lai novērtētu šo uzņēmumu relatīvo ietekmi: i) 30 valstu tirgos starptautiskajām piegādēm ārpus EEZ – no EEZ valsts uz pasaules valstīm; ii) valstu tirgos starptautiskajām piegādēm ārpus EEZ – no jebkuras no 30 EEZ valstīm uz jebkuru no sešiem galvenajiem tirdzniecības galamērķiem. Tāpat Komisija apkopotā veidā analizēja darījuma ietekmi uz visu EEZ valstu tirgiem, respektīvi, piegādes pakalpojumus ārpus EEZ – no EEZ valsts uz pasaules valstīm un sešiem galvenajiem tirdzniecības galamērķiem.

(37) Aplūkojot visu 30 valstu tirgus piegādēm ārpus EEZ uz pasaules valstīm un sešiem galvenajiem tirdzniecības galamērķiem, pušu kopējā tirgus daļa lielākajā daļā iespējamo tirgu piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ ir drīzāk vidēja. Tāpat, aplūkojot valstu tirgus piegādēm ārpus EEZ uz pasaules valstīm, Komisija atklāja, ka pēc darījuma apvienotā uzņēmuma relatīvā pozīcija lielākajā daļā no 30 valstu tirgiem piegādēm ārpus EEZ uz pasaules valstīm būtu drīzāk vidēja. Pušu apvienotā tirgus daļa pārsniegtu 40 % un darījuma rezultātā to daļa palielinātos par vairāk nekā 5 % tikai 3 valstu tirgos – Ungārijā, Igaunijā un Latvijā. Visbeidzot, valstu tirgos piegādēm ārpus EEZ uz galvenajiem tirdzniecības galamērķiem pušu apvienotā tirgus daļa būtu vairāk nekā 40 % un tā palielinātos par vairāk nekā 5 % desmit valstu tirgos.

b) Salīdzinot ar integrēto pakalpojumu sniedzējiem, puses nav ļoti tuvi konkurenti tirgos piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ

(38) Puses nav ļoti tuvi konkurenti vairāku iemeslu dēļ. Pirmkārt, salīdzinājumā ar pārējiem integrēto pakalpojumu sniedzējiem *TNT* ir relatīvi vājāka pozīcija kopējā tirgū piegādes pakalpojumu ārpus EEZ pārvaldībā un to iespējamajos apakšsegmentos. Tam pamatā ir fakts, ka *TNT*, atšķirībā no pārējiem trim integrēto pakalpojumu sniedzējiem, kas darbojas pasaules mērogā, orientējas galvenokārt uz Eiropu. Lielu daļu no *TNT* ieņēmumiem rada piegādes pakalpojumu sniegšana Eiropas robežās vai arī no Eiropas/uz Eiropu, bet pārējo trīs integrēto pakalpojumu sniedzēju darbības Eiropā veido daudz mazāku daļu no visām to uzņēmējdarbības aktivitātēm. To jo īpaši var teikt par *FedEx*. Daudz mazāka daļa no tā kopējiem ieņēmumiem tiek gūta no piegādēm, kas netiek veiktas no Eiropas/uz Eiropu, turpretī pārējiem integrēto pakalpojumu sniedzējiem šādi ieņēmumi veido lielāku daļu. Turklāt tikai neliela daļa no *TNT* Eiropā gūtajiem ieņēmumiem ir saistīti ar pakalpojumu sniegšanu ārpus EEZ.

(39) Otrkārt, salīdzinot ar pārējiem integrēto pakalpojumu sniedzējiem, *TNT* pieder pavisam ierobežots aviopārvadājumu tīkls. Atšķirībā no pārējiem trim integrēto pakalpojumu sniedzējiem, kas piegādēm ārpus EEZ izmanto plašus sev piederošus aviopārvadājumu tīklus, *TNT* izmanto tikai četrus gaisa kuģus un visām pārējām piegādēm iegādājas kravas vietu no komerciālajām un kravu pārvadāšanas aviosabiedrībām. Savukārt *FedEx* izmanto 17 sev piederošu gaisa kuģu avioparku, lai veiktu piegādes ārpus EEZ. Sev piederoša gaisa pārvadājumu tīkla izmantošana integrēto pakalpojumu sniedzējam nodrošina ievērojamas priekšrocības, tostarp, piemēram, lielāku skaidrību par pieejamo kravnesību un izmaksu struktūru, kā arī labāku pakalpojuma īstenošanu, jo tā ļauj nodrošināt nepārtrauktus savienojumus, kā arī samazināt sīkpaku pārvietošanu un pārkraušanas punktu daudzumu. *TNT* aviopārvadājumu tīkla ārpus EEZ ierobežotais diapazons atspoguļo gan tā relatīvi vājo pozīciju tirgū piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ, salīdzinot ar pārējiem trim integrēto pakalpojumu sniedzējiem, gan tā ierobežotās spējas konkurēt ar tiem vienlīdzīgos apstākļos.

(40) Treškārt, analizējot pušu piedāvātāju datus un it īpaši datus par *FedEx* piegādēm ārpus EEZ, Komisija noteica, ka attiecībā uz piegādes iespējām ārpus EEZ *TNT* ir uzskatāms par vājāku konkurentu *FedEx* nekā *DHL* un *UPS*. *DHL* ir uzskatāms par *FedEx* galveno konkurentu, kam seko attiecīgi *UPS* un *TNT*. Precīzāk, *DHL* parādījās kā *FedEx* konkurents trīsreiz biežāk nekā *TNT*.

(41) Ceturtkārt, Komisijas veiktā tirgus izpēte apstiprināja, ka puses nav viena otras tuvākie konkurenti.

(42) Tādēļ attiecībā uz piegādes pakalpojumu ārpus EEZ tirgiem Komisija secināja, ka *TNT* nav uzskatāms par īpaši tuvu *FedEx* konkurentu.

c) Darījums nelikvidētu nozīmīgu konkurējošo spēku

(43) *TNT* acīmredzami ir vājākais no četriem integrēto pakalpojumu sniedzējiem piegādes pakalpojumu ārpus EEZ jomā, un to nevar uztvert par nozīmīgu konkurējošo spēku, kas tiktu likvidēts darījuma rezultātā. Turklāt *TNT* pēdējo gadu laikā nav īstenojis nevienu agresīvu stratēģiju, kas ļautu tam ievērojami palielināt savu tirgus daļu. Turklāt, lai veiktu piegādes ārpus EEZ, *TNT* izmanto uzņēmējdarbības modeli, kas ir ļoti līdzīgs pārējo integrēto pakalpojumu sniedzēju modelim, līdz ar to tā pakalpojumus un cenas var salīdzināt ar konkurentiem. Tāpat neizskatās, ka *TNT* piemērotu ievērojami zemākas cenas nekā pārējie integrēto pakalpojumu sniedzēji, un tas savā uzņēmējdarbības plānā un tirgvedībā neorientējas uz to, lai sniegtu pakalpojumus par zemāko cenu, tā vietā tas par prioritātēm ir izvirzījis uzticamību, klientu apkalpošanas pakalpojumu kvalitāti un elastību.

d) Konkurenti ierobežotu apvienotā uzņēmuma darbību arī pēc darījuma

(44) Pirmkārt, visi četri integrēto pakalpojumu sniedzēji jau darbojas pasaules mērogā, piedāvājot sīkpaku piegādes pakalpojumus uz vairāk nekā 220 valstīm visā pasaulē. Līdz ar to tiem visiem jau ir pieeja to klientu bāzei, kuriem nepieciešami piegādes pakalpojumi ārpus EEZ. Turklāt visiem integrēto pakalpojumu sniedzējiem ir iespēja vai nu tieši, vai noslēdzot līgumu ar trešajām pusēm nokārtot sīkpaku pieņemšanu visās EEZ valstīs, organizēt sīkpaku aviopārvadājumus uz tirdzniecības galamērķi un tālāk, kā arī piegādi galamērķī.

(45) Otrkārt, ņemot vērā iepriekš norādīto, pat ja integrēto pakalpojumu sniedzējam ir mazāka konkrētā tirgus daļa piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ, tas nenozīmē, ka tas automātiski nespēj piedāvāt pakalpojumus no šā tirgus. Patiešām visos gadījumos, kad attiecīgā integrēto pakalpojumu sniedzēja daļa konkrēta produkta tirgū/galamērķī bija neliela, taču daļa citos produktu tirgos/galamērķos piegādēm no tās pašas izcelsmes valsts EEZ bija daudz lielāka, šis integrēto pakalpojumu sniedzējs var nodrošināt piegādes pakalpojumus ārpus EEZ no minētās izcelsmes valsts. Līdzīgi visos gadījumos, kad integrēto pakalpojumu sniedzējam pieder neliela daļa no konkrēta tirgus ārpus EEZ, taču pieder daudz lielāka daļa tirgus piegādēm no attiecīgās vietas uz citām izcelsmes valstīm EEZ, šis integrēto pakalpojumu sniedzējs spēja nodrošināt piegādes pakalpojumus ārpus EEZ uz šo galamērķi.

(46) Treškārt, pakalpojumiem ārpus EEZ netiek piemēroti pārvadājumu apjoma ierobežojumi. Visi integrēto pakalpojumu sniedzēji ir pieraduši risināt ar pieprasījuma svārstību saistītās problēmas un parasti darbojas ar rezervi, kas ļauj tiem uzņemties papildu piegādes. Tāpat tie var vienkārši palielināt savu aviopārvadājumu kapacitāti vai ceļu tīklu, ja būtu tāda nepieciešamība, jo viņi tā jau ir rīkojušies iepriekš, lai apkalpotu jaunus, lielus klientus.

(47) Ceturtkārt, klienti var viegli mainīt pakalpojumu sniedzēju sīkpaku piegādei ārpus EEZ. Lielākā daļa no tiem jau izmanto vairākus integrēto pakalpojumu sniedzējus un citu pakalpojumu sniedzēju pakalpojumus, kā arī to līgumos nav ietvertas ekskluzivitātes tiesības. Līdz ar to klientu spēja palielināt apjomus, ko viņi nosūta ar *UPS* vai *DHL*, ierobežotu apvienoto uzņēmumu arī pēc darījuma.

(48) Visbeidzot, arī neintegrēto pakalpojumu sniedzēji izdara zināmu konkurences spiedienu, it īpaši saistībā ar atliktās piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ.

e) Lielākā daļa klientu un konkurentu nav izteikuši nekādas bažas

(49) Lielākā daļa respondentu, kas piedalījās Komisijas veiktajā tirgus izpētē, uzskatīja, ka darījums ļaus apvienot uzņēmuma *FedEx* stiprās puses attiecībā uz tirgiem ārpus EEZ ar *TNT* stiprajām pusēm attiecībā uz EEZ iekšējiem piegādes pakalpojumu tirgiem. It īpaši attiecībā uz tirgiem ārpus EEZ relatīvais respondentu vairākums uzskatīja, ka darījuma ietekme būs pozitīva, kam sekoja uzskats, ka ietekme būs neitrāla.

f) Darījums palielinātu efektivitātes ieguvumus

(50) Darījums arī ievērojami palielinātu efektivitātes ieguvumus tirgos piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ. Galvenokārt tos radītu apvienotā uzņēmuma izdevumu ietaupījumi, ko radītu visu tā apjomu integrācija vai nu *FedEx*, vai arī *TNT* zemāko izdevumu tīklā. Līdz ar to visi produkti tiktu pārvadāti no izcelsmes vietas, izmantojot *TNT* lētāko EEZ iekšējo tīklu, uz piegādes galamērķi, izmantojot vai nu *FedEx*, vai arī *TNT* zemāko izmaksu tīklu. Paredzams, ka tiks radītas vēl citas sinerģijas, kad starpkontinentu aviopārvadājumi ar laiku pāries *FedEx* ziņā. Komisija, izmantojot līdzīgu pieeju kā EEZ iekšējo pakalpojumu gadījumā, novērtēja šo efektivitātes ieguvumu pārbaudāmību, to saistību ar apvienošanos un spēju tikt izmantotiem patērētāju labā un secināja, ka saskaņā ar trīsvirzienu testiem, kas paredzēti Horizontālās apvienošanās pamatnostādnēs, darījums radītu būtiskus efektivitātes ieguvumus.

3. *Sīkpaku piegādes pakalpojumi ārpus EEZ – katras valsts analīze*

(51) Saskaņā ar Komisijas veiktās tirgus rekonstrukcijas rezultātiem apvienotā uzņēmuma kopējā tirgus daļa būtu vairāk nekā 40 %, kā arī darījuma rezultātā 13 potenciālajos tirdzniecības galamērķos piegādēm ārpus EEZ tirgus daļa palielinātos par vairāk nekā 5 %. Šie tirgi atbilst piegādēm ārpus EEZ no septiņām dažādām EEZ valstīm: Beļģijas, Bulgārijas, Igaunijas, Latvijas, Lietuvas, Maltas un Slovākijas. Beļģijas, Bulgārijas, Igaunijas un Maltas gadījumā šie tirgi būtu piegādes ārpus EEZ uz Ziemeļameriku. Latvijas gadījumā tas būtu tirgus piegādēm uz Ziemeļameriku, Centrālameriku un Dienvidameriku, Tuvajiem Austrumiem un Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm. Lietuvas un Slovākijas gadījumā tie būtu tirgi piegādēm uz Tuvajiem Austrumiem. Visbeidzot Igaunijas, Ungārijas un Latvijas gadījumā tie būtu arī tirgi piegādes pakalpojumiem ārpus EEZ uz pasaules valstīm. Papildus Komisija sīkāk analizēja tos tirgus, kuros apvienotajam uzņēmumam būtu vidēji liela tirgus daļa (mazāk par 40 %) un kur pēc darījuma trešā konkurenta tirgus daļa būtu mazāka par 20 %. Turklāt tā plašāk analizēja arī tirgus, kur trešā konkurenta tirgus daļa būtu mazāka par pieaugumu, ko radītu darījums. Pamatojoties uz šiem kritērijiem, kopumā plašāk tika analizēti 52 tirgi katrā no turpmāk norādītajām valstīm.

(52) *Austrija*: Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Austrijas uz Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz tirgus līdera *DHL*, kuram piederētu [50–60] % no tirgus. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa pēc darījuma būtu [10–20] %.

(53) *Beļģija*: Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Beļģijas uz Ziemeļameriku, kur apvienotais uzņēmums, pateicoties [5–10] % palielinājumam un [40–50] % tirgus daļai, kļūtu par vadošo tirgū, otrajā vietā atstājot *UPS* ar [30–40] % lielu tirgus daļu un trešajā – *DHL* ar [10–20] %. Tāpat tā plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Beļģijas uz pasauli, Centrālameriku un Dienvidameriku, Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, kā arī Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, savukārt trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa pēc darījuma būtu [10–20] %. *DHL* ar attiecīgi [40–50] %, [50–60] %, [40–50] % un [50–60] % lielu tirgus daļu saglabātu vadošo pozīciju visos šajos tirgos.

(54) *Bulgārija*: Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Bulgārijas uz Ziemeļameriku, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa palielinātos par [5–10] % un līdz ar to būtu [40–50] %. *DHL* arī piederētu [40–50] % liela tirgus daļa, savukārt *UPS* būtu trešajā vietā ar [10–20] % lielu tirgus daļu. Tāpat Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Bulgārijas uz pasauli, Centrālameriku un Dienvidameriku, kā arī Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kura tirgus daļa visos trīs tirgos būtu [50–60] %. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļas pēc darījuma būtu attiecīgi [10–20] %, [5–10] % un [10–20] %. Visbeidzot Komisija arī plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Bulgārijas uz Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [20–30] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kuram piederētu [60–70] % no tirgus. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa būtu [5–10] %.

(55) *Horvātija*: Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Horvātijas uz Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa palielinātos par [5–10] %, sasniedzot [20–30] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kuram piederētu [60–70] % no tirgus. Savukārt *UPS* tirgus daļa pēc darījuma būtu [5–10] %.

(56) *Kipra*: Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Kipras uz Centrālameriku un Dienvidameriku, Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, Tuvajiem Austrumiem un Āfriku, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa palielinātos par [5–10] %, sasniedzot [30–40] % no tirgus. *DHL* ar attiecīgi [60–70] %, [60–70] %, [50–60] % un [50–60] % lielu tirgus daļu saglabātu vadošo pozīciju visos šajos tirgos. Pēc darījuma trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa būtu attiecīgi [0–5] % tirgū piegādēm uz Centrālameriku un Dienvidameriku, kā arī Āfriku un [5–10] % tirgos piegādēm uz Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, kā arī Tuvajiem Austrumiem. Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Kipras uz pasauli, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa palielinātos par [5–10] %, sasniedzot [20–30] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kuram piederētu [60–70] % no tirgus. Savukārt *UPS* tirgus daļa būtu [5–10] %.

(57) *Čehijas Republika*: Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Čehijas Republikas uz pasauli un Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kura tirgus daļa abos tirgos būtu [50–60] %. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa pēc darījuma būtu [10–20] %. Tāpat Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Čehijas Republikas uz Centrālameriku un Dienvidameriku, kā arī Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [20–30] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kura tirgus daļa abos tirgos būtu [60–70] %. Savukārt *UPS* tirgus daļa būtu [5–10] %.

(58) *Igaunija*: Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Igaunijas uz pasauli un Ziemeļameriku, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļas palielinātos par attiecīgi [10–20] % un [5–10] %, sasniedzot [40–50] % un [50–60] %.

Arī *DHL daļa* tirgū piegādēm no Igaunijas uz pasauli būtu [40–50] %, savukārt tirgū piegādēm uz Ziemeļameriku tā būtu [20–30] %. Savukārt trešajā vietā būtu *UPS*, kura tirgus daļa abos šajos tirgos būtu [10–20] %. Komisija plašāk analizēja arī tirgu piegādēm ārpus EEZ no Igaunijas uz Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kuram piederētu [50–60] % no tirgus. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa būtu [5–10] %.

(59) *Francija*: Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Francijas uz pasauli un Centrālameriku un Dienvidameriku, Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm un Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kura tirgus daļas būtu attiecīgi [50–60] %, [40–50] % un [50–60] %. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa pēc darījuma būtu [10–20] % visos šajos tirgos.

(60) *Ungārija*: Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Ungārijas uz pasauli, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa palielinātos par [5–10] %, sasniedzot [40–50] %. *DHL* piederētu [40–50] % no tirgus, savukārt *UPS* – [10–20] %. Tāpat Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Ungārijas uz Centrālameriku un Dienvidameriku, Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, Tuvajiem Austrumiem un Āfriku, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, kas būtu otrs lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kura tirgus daļas būtu attiecīgi [40–50] %, [50–60] %, [40–50] % un [50–60] %. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa pēc darījuma būtu [10–20] % visos šajos tirgos.

(61) *Īrija*: Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Īrijas uz pasauli, kā arī Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa abos tirgos palielinātos tikai par [5–10] %, sasniedzot [30–40] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kura tirgus daļas būtu attiecīgi [40–50] % un [50–60] %. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa pēc darījuma būtu [10–20] %.

(62) *Latvija*: Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Latvijas uz pasauli, Ziemeļameriku, Centrālameriku un Dienvidameriku, Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, kā arī Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļas būtu attiecīgi [40–50] %, [50–60] %, [40–50] %, [40–50] % un [50–60] %. Šajos tirgos *DHL* tirgus daļas būtu attiecīgi [40–50] %, [20–30] %, [30–40] %, [30–40] % un [30–40] %, savukārt *UPS* būtu trešajā vietā ar attiecīgi [10–20] %, [10–20] %, [20–30] %, [20–30] % un [10–20] %.

(63) *Lietuva*: Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Lietuvas uz Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa pēc darījuma palielinātos par [5–10] %, sasniedzot [40–50] %. Tāpat arī *DHL* piederētu [40–50] % liela tirgus daļa, savukārt *UPS* būtu trešajā vietā ar [10–20] % lielu tirgus daļu.

(64) *Luksemburga*: Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Luksemburgas uz pasauli, Centrālameriku un Dienvidameriku, kā arī Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa palielinātos tikai par [5–10] %, sasniedzot [20–30] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kura tirgus daļa visos trīs tirgos būtu [60–70] %. Trešā konkurenta, *UPS*), tirgus daļa visos šajos tirgos būtu [5–10] %. Tāpat Komisija arī plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Luksemburgas uz Ziemeļameriku, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kuram piederētu [50–60] % no tirgus. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa pēc darījuma būtu [10–20] %.

(65) *Malta*: Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Maltas uz Ziemeļameriku, kur apvienotais uzņēmums, pateicoties [10–20] % palielinājumam un [40–50] % tirgus daļai, kļūtu par vadošo tirgū, otrajā vietā atstājot *DHL* ar [30–40] % no tirgus un trešajā vietā – *UPS* ar [20–30] %.

(66) *Polija*: Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Polijas uz Centrālameriku un Dienvidameriku, kā arī Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kura tirgus daļa abos tirgos būtu [40–50] %. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļa pēc darījuma būtu [10–20] %.

(67) *Slovākija*: Komisija plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Slovākijas uz Tuvajiem Austrumiem, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [40–50] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz tirgus līdera *DHL*, kuram piederētu [50–60] % no tirgus. Savukārt *UPS daļa* šajā tirgū būtu [0–5] %. Tāpat Komisija plašāk analizēja tirgus piegādēm ārpus EEZ no Slovākijas uz pasauli, Centrālameriku un Dienvidameriku, kā arī Āfriku, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [30–40] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kura tirgus daļa visos trīs tirgos būtu [50–60] %. Trešā konkurenta (*UPS*) tirgus daļas pēc darījuma būtu attiecīgi [10–20] %, [5–10] % un [0-5] %. Komisija arī plašāk analizēja tirgu piegādēm ārpus EEZ no Slovākijas uz Āzijas un Klusā okeāna reģiona valstīm, kur apvienotā uzņēmuma tirgus daļa būtu [20–30] %, kas būtu otrais lielākais rādītājs aiz pārliecinošā tirgus līdera *DHL*, kuram piederētu [60–70] % no tirgus. Savukārt *UPS* tirgus daļa būtu [5–10] %.

(68) Pamatojoties uz Komisijas veikto pušu iesniegumu un iekšējo dokumentu analīzi, kā arī tirgus izpētes rezultātiem, Komisija par iepriekš minētajiem tirgiem piegādēm ārpus EEZ uz pasauli un citiem galvenajiem tirdzniecības galamērķiem secināja: vairākumā tirgu apvienotajam uzņēmumam piederēs tikai vidēji lielas tirgus daļas; *FedEx* un *TNT* nav tuvi konkurenti; *TNT* nav uzskatāms par nopietnu konkurētspējīgu spēku šajos tirgos; *DHL* un *UPS* būs nepieciešamās spējas, lai efektīvi ierobežotu apvienoto uzņēmumu arī pēc darījuma; lielu daļu no *FedEx* tirgus daļas šajos tirdzniecības galamērķos patiesībā veidoja tikai daži lieli pušu klienti, kuri var vienkārši mainīt pakalpojumu sniedzēju, kā rezultātā apvienotā uzņēmuma tirgus daļas ir ļoti apšaubāmas; un tirgus izpētes rezultāti pārsvarā bija pozitīvi vai neitrāli attiecībā uz darījuma ietekmi. Turklāt, tika konstatēts, ka šajos tirgos ir radīti efektivitātes ieguvumi.

(69) Līdz ar to, ņemot vērā šo novērtējumu, Komisija secināja, ka darījums neradīs būtiskus šķēršļus efektīvai konkurencei jebkurā no iepriekšminēto valstu tirgiem sīkpaku piegādei ārpus EEZ uz pasaules valstīm un citiem galvenajiem tirdzniecības galamērķiem.

4. *Darījuma ietekme uz MVU*

(70) Daži tirgus izpētes dalībnieki norādīja, ka darījums varētu lielā mērā ietekmēt mazos un vidējos uzņēmumus (MVU), it īpaši cenu pieauguma ziņā. Tiek apgalvots, ka *TNT* pašlaik piedāvā zemākas cenas nekā pārējie integrēto pakalpojumu sniedzēji, un tādēļ MVU, kas iesaistījušies e-komercijas darbībā, izvēlas to par pakalpojumu sniedzēju. Minētie tirgus dalībnieki apgalvoja, ka MVU parasti izvēlas vienu pakalpojumu sniedzēju, viņi paļaujas uz integrēto pakalpojumu sniedzējiem tādēļ, ka tiem nepieciešami dažāda veida pakalpojumi un trūkst spējas panākt sev izdevīgus nosacījumus, tādējādi viņi "maksā lielāko cenu", jo viņi maksā cenrāža cenas. Darījuma rezultātā apvienotos divi tuvi konkurenti, un apvienotajam uzņēmumam, visticamāk, vairs nebūtu nekāda stimula kļūt par "savrupo integrēto pakalpojumu sniedzēju" MVU.

(71) Komisija, pamatojoties uz vairākiem iemesliem, uzskatīja, ka šāda situācija neradīsies. Pirmkārt, padziļinātās izmeklēšanas laikā Komisija detalizēti izmeklēja MVU problēmu. MVU paredzētās aptaujas atbildes liecināja, ka tāpat kā klientu gadījumā lielākā daļa MVU bija pozitīvs vai neitrāls kopējais viedoklis par darījumu, kā arī par tā ietekmi uz pakalpojumu piedāvājumu un kvalitāti. Turklāt tirgus izpēte neapstiprināja bažas, ka MVU izmanto tikai vienu pakalpojumu sniedzēju vai maksā cenrāža cenas. MVU, kas piedalījās tirgus izpētē, tostarp tie, kas darbojās e-komercijas jomā, norādīja, ka parasti izvēlas vairākus pakalpojumu sniedzējus piegāžu veikšanai EEZ teritorijā vai ārpus tās. Lielākā daļa no MVU respondentiem arī norādīja, ka tie vienojas par apjoma atlaidēm; tikai daži respondenti vispār nevienojās par atlaidēm.

(72) Otrkārt, Komisija ņēma vērā, ka vairāku iemeslu dēļ *TNT* nav uzskatāms par "savrupnieku" vai tirgus līderi MVU sektorā. *TNT* klienti, tāpat kā citu pakalpojumu sniedzēju klienti, jau iepriekš vienosies ar to par fiksētām diskonta likmēm, lai spētu ņemt vērā pārvadāšanas izmaksas. Tādēļ *TNT* nespēs piemērot mainīgas cenas saviem klientiem atkarībā no paredzamās attiecīgā gaisa kuģa kravnesības noslodzes attiecīgajā dienā. Turklāt, ekspresspiegādes pakalpojumu īstermiņa cenas nav sevišķi elastīgas. Tādēļ, ja *TNT* paredz, ka tā lidojums uz noteiktu galamērķi būs tukšs, piešķirot atlaides esošajiem vai potenciālajiem klientiem, pēkšņi netiks radīts lielāks pieprasījums nosūtīt preces attiecīgajā dienā un uz attiecīgo galamērķi. To apstiprina arī tirgus izpēte, kuras laikā lielākā daļa MVU norādīja, ka tie nevis veic *ad hoc* pirkumus, kad rodas vajadzība, bet noslēdz pamatlīgumus uz ilgākiem laikposmiem.

(73) Treškārt, lai gan *TNT* laiku pa laikam ir bijušas kampaņas, kuras vērstas arī uz MVU, tās neatspoguļo strukturāli atšķirīgu pozīciju tirgū, taču var uzskatīt par daļu no ierastas uzvedības konkurences apstākļos, lai piesaistītu klientus. Nav iespējams apgalvot, ka *TNT* piemērotu īpaši zemas cenas vai nu struktūras ziņā, vai arī kā daļu no konkrēta uzņēmējdarbības modeļa MVU, kā arī tas nav cenu noteicējs tirgū. Turklāt *TNT* nav agresīvi paplašinājis savu tirgus pozīciju MVU segmentā.

(74) Ceturtkārt, Komisija arī ņēma vērā, ka puses, kā norādīts iepriekš, nav ļoti tuvas konkurentes. Tāpat neizskatās, ka tās piedāvātu īpaši kādai MVU grupai pielāgotus produktus vai koncentrētos uz šādiem klientiem, kamēr pārējie integrēto pakalpojumu sniedzēji nevarētu sniegt vai nesniegtu šādus pakalpojumus. Gan *DHL*, gan *UPS* tīmekļa vietnēs jau ir pieejami MVU vajadzībām pielāgotu pakalpojumu piedāvājumi. Lielākā daļa no respondentiem konkurentiem apstiprināja, ka MVU prasības attiecībā uz sīkpaku piegādēm neatšķiras no citu uzņēmumu prasībām un ka MVU nepieciešamo pakalpojumu sniegšanai nav nepieciešami papildu aktīvi vai resursi.

(75) Līdz ar to, ņemot vērā visus iepriekš izklāstītos apsvērumus, Komisija secināja, ka darījums neradīs šķēršļus efektīvai konkurencei arī attiecībā uz MVU sniegtajiem pakalpojumiem.

V. **SECINĀJUMS**

(76) Ņemot vērā iepriekš minētos iemeslus, lēmumā secināts, ka darījums būtiski nekavēs efektīvu konkurenci iekšējā tirgū vai nozīmīgā tā daļā.

(77) Tādēļ koncentrācija tiek atzīta par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līguma darbību saskaņā ar Apvienošanās regulas 2. panta 2. punktu un 8. panta 1. punktu, kā arī EEZ līguma 57. pantu.