Sammanfattning av kommissionens beslut

av den 8 januari 2016

om att förklara en koncentration förenlig med den inre marknaden och EES-avtalets funktion

(Ärende M.7630 – FedEx/TNT Express)

[delgivet med nr C(2015) 9826]

(Endast den engelska texten är giltig)

(Text av betydelse för EES)

(2016/C 450/09)

Den 8 januari 2016 antog kommissionen ett beslut i ett koncentrationsärende enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 av den 20 januari 2004 om kontroll av företagskoncentrationer [1]*, särskilt artikel 8.1 i denna förordning. En icke-konfidentiell version av den fullständiga texten till beslutet på det giltiga språket i ärendet finns att tillgå på webbplatsen för generaldirektoratet för konkurrens, på följande adress: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html*

I. **PARTERNA**

(1) FedEx Corporation (nedan kallat *FedEx* – Förenta staterna) tillhandahåller en bred portfölj av transport-, e-handels- och företagstjänster till kunder och företag över hela världen. FedEx EES-nätverk har sitt centrala transportnav för flygtrafik i Paris. TNT Express NV (nedan kallat *TNT* – Nederländerna) är verksamt inom leveranser av mindre paket och frakttransporter. TNT:s europeiska nätverk har sitt transportnav för flygtrafik i Liège, Belgien.

II. **VERKSAMHETEN OCH DESS EU-DIMENSION**

(2) Den 7 april 2015 tillkännagav FedEx och TNT (nedan kallade *parterna* eller *den sammanslagna enheten*) sitt villkorade avtal genom ett offentligt anbud av FedEx för samtliga utestående aktier i TNT:s kapital med syfte att FedEx förvärvar kontroll över TNT (nedan kallat *transaktionen*).

(3) Transaktionen innebär att FedEx förvärvar ensam kontroll över TNT och utgör en koncentration i den mening som avses i artikel 3.1 b i förordning (EG) nr 139/2004 (nedan kallad *koncentrationsförordningen*). Den har en unionsdimension enligt artikel 1.2 i förordningen om företagskoncentrationer.

III. **FÖRFARANDE**

(4) Den 26 juni 2015 anmäldes transaktionen formellt till kommissionen i enlighet med artikel 4 i koncentrationsförordningen.

(5) Den 31 juli 2015 fann kommissionen att transaktionen föranledde allvarliga tvivel beträffande förenligheten med den inre marknaden och antog ett beslut om att inleda ett förfarande i enlighet med artikel 6.1 c i koncentrationsförordningen (nedan kallat *beslutet om att inleda förfarandet*).

(6) Parterna lämnade sina skriftliga kommentarer till beslutet om att inleda förfarandet den 12 augusti 2015 och samma dag förlängdes på parternas begäran tidsfristen för att fatta ett slutgiltigt beslut i detta ärende med tjugo arbetsdagar i enlighet med artikel 10.3 andra stycket i koncentrationsförordningen.

(7) UPS klassificerades som en berörd tredje part i enlighet med artikel 18.4 i koncentrationsförordningen genom ett beslut av förhörsombudet daterat den 21 oktober 2015.

(8) Genom den fördjupade undersökningen kunde de konkurrensproblem som preliminärt fastställts i beslutet om att inleda förfarandet skingras. Inget meddelande om invändningar antogs.

(9) Utkastet till beslut diskuterades med medlemsstaterna den 11 december 2015 i rådgivande kommittén för koncentrationer, som avgav ett positivt yttrande. Kommissionens förhörsombud avgav sitt positiva yttrande om förfarandet i sin rapport som lämnades in den 18 december 2015.

(10) Den 8 januari 2016 antog kommissionen ett beslut i enlighet med artikel 8.1 i koncentrationsförordningen, i vilket koncentrationen förklarades vara förenlig med den inre marknaden och EES-avtalet (nedan kallat *beslutet*).

[1] EUT L 24, 29.1.2004, s. 1.

IV. **KONKURRENSBEDÖMNING**

A. **Inledning**

(11) Beslutet är inriktat på marknaden för leveranser av små paket. Potentiella överlappningar mellan parternas verksamheter inom godstransport och frakt har ingen inverkan på marknaden.

(12) Både FedEx och TNT tillhandahåller leveranser av små paket både inom EES och från EES till destinationer utanför EES. De är båda så kallade ”integrerare”, vilket betyder att de har full operativ kontroll över alla transporttillgångar, en tillräcklig geografisk täckning på global nivå, en operativ modell med nav och ekrar, ett eget it-nät och rykte om att leverera små paket tillförlitligt och i tid (*end-to-end credibility*, trovärdighet hos slutanvändarna). De andra två integrerarna är DHL och UPS.

B. **Relevanta marknader**

De relevanta produktmarknaderna

(13) I linje med kommissionens tidigare beslutspraxis ([1]) omfattar den relevanta marknaden för små paket leveranser av sändningar som understiger 31,5 kg. Kommissionen gör en åtskillnad beroende på om de paket som hämtas i ett EES-land levereras inom samma land (inhemska marknader), till ett annat EES-land (internationella marknader inom EES) eller till ett land utanför EES (marknader för leveranstjänster till länder utanför EES).

(14) I tidigare ärenden, särskilt vid bedömningen av internationella marknader inom EES, har kommissionen också identifierat en marknad för expressleveranser (med leverans påföljande dag) som separat från marknaden för senare leverans/standardleverans (med en längre tidsram) ([2]). Dessa iakttagelser baserades bland annat på det faktum att de två typerna av tjänster tillhandahålls genom att olika infrastruktur används, att ett betydande antal kunder är beroende av expressleveranser och att expressleveranser också är betydligt dyrare.

(15) I det aktuella fallet genomförde kommissionen, med tanke på de betydande överlappningarna mellan parterna när det gäller leveranstjänster till länder utanför EES, en omfattande utredning av dessa marknader, som inte tidigare bedömts i detalj.

(16) Integrerare använder i allmänhet samma nätverk och steg i leveranskedjan för expressleveranser till länder utanför EES (dvs. de snabbast möjliga garanterade leveranserna) som för senare (långsammare men fortfarande mycket tillförlitliga, dagsbestämda) leveranser av små paketsändningar (inklusive sortering i transportnav, långdistansflygningar och tullklareringar) till de olika interkontinentala destinationerna. Dessutom konkurrerar alla integrerare direkt om båda typerna av tjänster, och det fanns tecken på att prisrörelserna för expressleveranser och senare leveranser till länder utanför EES är sammankopplade, vilket betyder att det inte kan uteslutas att expressleveranser och senare leveranser tillhör samma marknad. På grundval av detta betraktade kommissionen expressleveranser och senare leveranser som segment av samma marknad utanför EES.

(17) Definitionen av produktmarknaden lämnades öppen, men kommissionen bedömde effekterna av transaktionen utifrån ett destinationsperspektiv både på den världsomfattande handeln samt på de stora handelsrutterna (Nordamerika, Central- och Sydamerika, Afrika, Asien/Stillahavsområdet, Mellanöstern och övriga Europa).

De relevanta geografiska marknaderna

(18) När det gäller den geografiska definitionen av marknaden, det vill säga leveransens ursprung, konstaterade kommissionen i linje med beslutet i målet UPS/TNT att den internationella marknaden för expressleveranser inom EES är nationell i sin räckvidd. Bedömningen av transaktionens effekter genomfördes även på nationell nivå när det gäller marknaderna för leveranser av små paket utanför EES. Med tanke på industrins nätverksfunktioner och den avgörande roll flygtransportnät spelar för interkontinentala leveranser, omfattar konkurrensbedömningen för små paketleveranser utanför EES även leveranser på EES-nivå.

1. *Leveranser av små paket inom EES*

(19) Internationell expressleverans av små paket inom EES är en nätverksindustri, som kräver närvaro i alla EES-länder. Det faktum att närvaro krävs medför i sin tur investeringar i infrastruktur längs hela värdekedjan (från hämtning till sortering, linjetrafik, trafiknav, luftnätverk, flygplan och leverans). Integrerarna har hårdast kontroll över sina nätverk och är de enda med ett skarvlöst expressnätverk som täcker alla EES-länder. Vid bedömningen av de konkurrensmässiga styrkorna hos parternas olika kategorier av konkurrenter på marknaderna för internationella expressleveranstjänster inom EES konstaterade kommissionen, i linje med marknadsundersökningens resultat, att

([1]) Se till exempel kommissionens beslut av den 30 januari 2013 i mål M.6570 – UPS/TNT Express (nedan kallat *UPS/TNT*), skäl 164.
([2]) Se t.ex. UPS/TNT, skäl 219.

icke-integrerade leverantörer av små paket generellt utövar ett svagt konkurrenstryck på parterna. Kommissionen intog därför en försiktig hållning och begränsade sin konkurrensbedömning av transaktionens effekter på internationella expressleveranser inom EES i de olika EES-länderna till det konkurrenstryck de fyra integrerarna utövar på varandra.

a) Den sammanslagna enhetens position på marknaderna för internationell expressleverans inom EES skulle vara måttlig

(20) Mot bakgrund av de naturliga begränsningarna hos de uppgifter om marknadsandelar som lämnats in av FedEx för konkurrensbedömning i detta fall, och i linje med kommissionens inställning i målet UPS/TNT, genomförde kommissionen en rekonstruktion av marknaden. På EES-nivå skulle den sammanslagna enheten ha en marknadsandel på under 30 %. Den skulle fortfarande vara den svagaste av de tre kvarvarande integrerarna och därmed den tredje största aktören efter DHL och UPS. På nationell nivå skulle den sammanslagna enhetens marknadsandel inte överstiga 40 % baserat på 2014 års intäkter och skulle inte bli den största aktören på någon av de 30 undersökta nationella marknaderna inom EES ([1]).

b) FedEx och TNT är inte särskilt nära konkurrenter när det gäller internationella expressleveranser inom EES

(21) Även om både FedEx och TNT är integrerare och därför konkurrerar med varandra när det gäller internationella expressleveranser inom EES på de 30 nationella marknaderna i EES, konstaterade kommissionen att parterna inte är särskilt nära konkurrenter.

(22) Å ena sidan fokuserar FedEx sin verksamhet på kunder med ett betydande behov av leveranser utanför EES. Majoriteten av FedEx internationella intäkter från expressleveranser inom EES härrör från kunder som också köpt tjänster för leveranser utanför EES från företaget. FedEx fokus på internationella expressleveranser inom EES för kunder med betydelsefulla leveransbehov utanför EES motiveras av företagets begränsade förmåga att konkurrera framgångsrikt om kunder som bara efterfrågar fristående inomeuropeiska expresstjänster, eller kunder som vill köpa både internationella expressleveranser inom EES och inhemska/internationella tjänster för senare leveranser inom EES från en och samma leverantör. Dessa begränsningar beror på FedEx svagare EES-nätverk. Detta svagare nätverk resulterar i FedEx mindre omfattande geografiska täckning för de olika expresstjänsterna, en relativ svaghet när det gäller att tillhandahålla senare och inhemska tjänster i större skala, och en högre kostnadsbas till följd av mindre stordriftsfördelar och lägre densitet, vilket gör FedEx betydligt mindre konkurrenskraftigt för internationella expressleveranser inom EES. Detta leder i sin tur till en svag marknadsposition i förhållande till TNT och de andra två integrerarna och överensstämmer med FedEx fokus på leveranser utanför EES.

(23) Å andra sidan fokuserar TNT på kunder med fristående internationella leveransbehov inom EES och inhemska/senare leveransbehov. I motsats till FedEx har TNT ett betydande europeiskt vägtrafiknät och ett effektivare flygtrafiknät inom EES, och företaget har en högre andel av sin försäljning i segmenten inhemsk och senare leverans. En begränsad andel av dess intäkter härrör från kunder med behov av expressleveranser utanför EES. TNT:s försäljningsdata visar att en stor del av TNT:s intäkter i Europa från expressleveranser inom EES genereras genom kunder som också köper inhemska och/eller internationella tjänster av TNT för senare leverans inom EES. TNT har dock varit mindre framgångsrikt när det gäller att locka kunder som vill ha internationella expressleveranser inom EES och som också kräver internationella leveranstjänster utanför EES.

(24) Parternas interna dokument bekräftade också att de inte uppfattar varandra som särskilt nära konkurrenter. En klar majoritet av parternas kunder ser dessutom inte heller parterna som särskilt nära konkurrenter (t.ex. när det gäller prissättning, utbud och kvalitet, tillförlitlighet, geografisk täckning, spårning med mera). Vidare betraktar kunderna FedEx som svagare än de andra tre integrerarna på marknaderna för internationella expressleveranser inom EES.

(25) Trots ett antal identifierade begränsningar bekräftar avslutningsvis parternas anbudsanalys återigen att FedEx är en svagare konkurrent till TNT än DHL och UPS.

c) Sammanslagningen skulle inte ta bort någon viktig konkurrenskraft

(26) Kommissionen ansåg inte att TNT har några särskilda egenskaper som gör det möjligt för företaget att utöva ett betydande konkurrenstryck på de andra integrerarna som skulle medföra en inskränkning av konkurrensen efter transaktionen. För det första är TNT:s kostnadsposition för internationella expressleveranser inom EES inte fördelaktigare än DHL:s och UPS kostnadspositioner. För det andra har TNT inte kunnat utöka sin ställning på marknaden till nackdel för de andra integrerarna under de senaste åren. För det tredje kunde kommissionen empiriskt bekräfta att TNT inte kan anses vara en aggressiv prissättare på den internationella marknaden för expressleveranser inom EES. För det fjärde har TNT under de senaste åren inte fokuserat på kraftiga investeringar i sitt nätverk utan snarare på att konsolidera sina tjänster. Följaktligen kan företaget inte sägas ha varit en innovatör när det gäller nätverksexpansion under de senaste åren.

([1]) Det finns 31 EES-länder. Parterna kunde dock inte tillhandahålla några uppgifter för Liechtenstein.

d) DHL och UPS skulle ha möjlighet att hålla tillbaka den sammanslagna enheten efter transaktionen

(27) Trots det faktum att icke-integrerare, i synnerhet de vägtrafikbaserade aktörer som har ett stort nätverk såsom DPD och GLS, skulle utöva ett visst konkurrenstryck på den sammanslagna enheten beroende på den nationella marknaden, intog kommissionen ett försiktigt förhållningssätt och begränsade sin analys till om huruvida den sammanslagna enhetens konkurrenter kommer att ha en begränsande effekt på priserna till DHL och UPS.

(28) För det första kommer den sammanslagna enheten att utsättas för två starka och skickliga konkurrenter. Enligt resultaten av kommissionens rekonstruktion av marknaden kommer DHL att förbli marknadsledande, följt av UPS. När kunderna tillfrågades om huruvida det skulles finnas tillräckligt många realistiska alternativ för att täcka deras behov av internationella expressleveranser inom EES efter transaktionen svarade en överväldigande majoritet att så var fallet. Både UPS och DHL angavs som realistiska alternativ till den sammanslagna enheten efter transaktionen.

(29) För det andra kan kunderna skydda sig mot en hypotetisk prisökning av den sammanslagna enheten genom att byta till en annan leverantör. En klar majoritet av de kunder som köper internationella expressleveranser inom EES köper dessa tjänster från flera håll, och att byta leverantör är enkelt.

(30) För det tredje skulle DHL och UPS vid en hypotetisk prisökning av den sammanslagna enheten efter transaktionen enkelt kunna öka sitt utbud och därmed tillgodose en ökad efterfrågan utan att ådra sig ytterligare materialkostnader.

e) En klar majoritet av kunderna har inte uttryckt någon oro över transaktionen

(31) Majoriteten av de kunder som har svarat på första och andra etappen av kommissionens marknadsundersökning uttryckte sig neutralt eller till och med positivt om transaktionens övergripande effekter på marknaden för internationella expressleveranser av små paket inom EES.

f) Någon slutsats kunde inte dras av priskoncentrationsanalysen

(32) För att säkerställa full överensstämmelse med den kvantitativa analys som gjordes i ärendet UPS/TNT tillämpade kommissionen en priskoncentrationsanalys för att utvärdera den föreslagna transaktionens möjliga inverkan på FedEx priser och i förlängningen på TNT:s priser. Kommissionen konstaterade att prishöjningarna enligt modellens uppskattningar inte var statistiskt signifikanta. Resultaten av priskoncentrationsanalysen kunde därför inte på ett tillförlitligt sätt användas som bevis för eller emot att ett påtagligt hinder för effektiv konkurrens skulle skapas.

g) Sammanslagningen kommer att ge upphov till effektivitetsvinster

(33) FedEx hävdar att transaktionen skulle ge upphov till betydande effektivitetsvinster, i synnerhet från integrationen av FedEx relativt ineffektiva europeiska verksamhet i TNT:s nätverk. Effektivitetsvinsterna för expressleveranser inom EES fanns framför allt inom kategorierna kostnadsbesparingar för hämtning och leverans och kostnadsbesparingar för flygtrafiknätverk. Baserat på den information som tillhandahållits konstaterade kommissionen att en del av de påstådda kostnadsbesparingarna för hämtning och leverans och en del av de påstådda kostnadsbesparingarna för flygtrafiknätverk (efter överföring) räknas som relevanta sammanslagningsspecifika effektivitetsvinster som inte skulle kunna uppnås i samma utsträckning genom mindre konkurrensbegränsande alternativ. Tidsfönstret för förverkligandet av de identifierade effektivitetsvinsterna uppskattades till tre år. Även om resultaten av kommissionens priskoncentrationsanalys hade varit statistiskt signifikanta skulle de effektivitetsvinster för hämtning och leverans som kan kopplas till transaktionen mer än väl uppväga de uppskattade prisökningarna för FedEx kunder på varje enskild nationell marknad för internationella expressleveranser inom EES.

h) Slutsats

(34) Kommissionen fann därför att transaktionen inte påtagligt skulle hämma en effektiv konkurrens på någon av de 30 nationella marknaderna för tillhandahållande av internationella expressleveranser inom EES.

2. *Leveranser av små paket utanför EES: Allmän bedömning*

(35) Ett antal operatörer erbjuder leveranstjänster för små paket utanför EES, däribland de fyra integrerarna, nationella postoperatörer, speditörer och andra budfirmor. Precis som expressleveranserna inom EES är expressleveranserna utanför EES också en nätverksindustri som medför infrastrukturinvesteringar längs hela värdekedjan och som kräver operatörernas närvaro i alla EES-länder och på alla stora världsrutter, närmare bestämt Nordamerika, Central- och Sydamerika, Afrika, Asien/Stillahavsområdet, Mellanöstern och övriga Europa. Eftersom integrerarna har hårdast kontroll över sina nätverk och är de enda som har ett skarvlöst expressnätverk som täcker alla EES-länder, utövar de operatörer som inte är integrerade endast ett begränsat konkurrenstryck på integrerarna. Precis som för

expressleveranserna inom EES har kommissionen har därför bedömt transaktionens effekter utifrån de mest konservativa antagandena, med hänsyn tagen endast till de andra integrerarnas konkurrenstryck på den sammanslagna enheten på de olika potentiella marknaderna för leveranser utanför EES. Mot bakgrund av de överväganden som anges nedan konstaterade kommissionen att transaktionen inte skulle ge upphov till något betydande hinder för en effektiv konkurrens på någon av de 30 nationella marknaderna för små paketleveranser utanför EES till övriga världen eller på någon av de nationella marknaderna för leveranser utanför EES via de sex främsta världsrutterna.

a) Den sammanslagna enhetens marknadsposition skulle vara måttlig på marknaderna för leveranstjänster utanför EES

(36) Kommissionen genomförde en rekonstruktion av marknaden baserad på intäktsuppgifter från de fyra integrerarna, i syfte att bedöma deras relativa marknadsinflytande på i) de 30 nationella marknaderna för internationella leveranser utanför EES från ett EES-land till övriga världen, och ii) de nationella marknaderna för internationella leveranser utanför EES från vart och ett av de 30 EES-länderna via var och en av de sex största globala handelsrutterna. Kommissionen har också analyserat transaktionens effekter på alla nationella EES-marknader totalt sett, det vill säga för leveranser utanför EES till övriga världen och på de sex stora destinationsrutterna från EES.

(37) Om man ser till samtliga 30 nationella marknader för leveranser utanför EES till övriga världen och via de sex stora destinationsrutterna är parternas sammanlagda marknadsandel ganska måttlig på de flesta möjliga marknader för leveranstjänster utanför EES. Tittar man på de nationella marknaderna för leveranser utanför EES till övriga världen fann kommissionen att den relativa positionen för den sammanslagna enheten efter transaktionen på de flesta av de 30 nationella marknaderna för leveranser utanför EES till övriga världen skulle vara ganska måttlig. Parternas sammanlagda marknadsandel skulle överstiga 40 % och ökningen på grund av transaktionen skulle vara större än 5 % endast på tre nationella marknader, nämligen Ungern, Estland och Lettland. På de nationella marknaderna för leveranser utanför EES via de främsta handelsrutterna skulle avslutningsvis parterna ha en sammanlagd marknadsandel på mer än 40 % och ökningen skulle vara större än 5 % på tio nationella marknader.

b) Bland integrerarna är parterna inte särskilt nära konkurrenter på marknaderna för leveranstjänster utanför EES

(38) Parterna är inte särskilt nära konkurrenter av flera skäl. För det första är TNT:s relativa position svagare bland integrerarna både på den totala marknaden för leveranser utanför EES och på de flesta av dess möjliga underindelningar. Detta beror på att TNT främst inriktar sig på Europa, till skillnad från de tre andra integrerarna som är globala aktörer. En stor del av TNT:s intäkter genereras av leveranstjänster inom Europa eller från/till Europa, medan den Europa-relaterade verksamheten för de andra tre integrerarna utgör en mycket mindre del av den samlade affärsverksamheten. Detta är fallet särskilt för FedEx. En mycket mindre andel av dess totala intäkter genereras av tjänster som inte utgörs av leveranser från/till Europa, medan denna procentsats uppskattas vara högre för de andra integrerarna. Även av TNT:s Europa-genererade intäkter härrör endast en liten andel från tillhandahållande av tjänster utanför EES.

(39) För det andra har TNT ett mycket begränsat flygtrafiknät i jämförelse med de andra integrerarna. Till skillnad från de andra tre integrerarna, som använder omfattande egenägda flygtrafiknät för sina leveranser utanför EES, använder TNT endast fyra flygplan och köper kapacitet från kommersiella flygbolag eller fraktflygbolag för alla sina övriga transporter. FedEx använder dock ett nätverk bestående av 17 egna flygplan för sina leveranstjänster utanför EES. Användandet av egenägda flygtrafiknät ger en integrerare betydande fördelar, bland annat större säkerhet rörande den tillgängliga kapaciteten och kostnadsstrukturen liksom bättre tjänstekvalitet på grund av skarvlösa transportförbindelser, färre förflyttningar av de små paketen och färre hanteringspunkter. Den begränsade räckvidden för TNT:s flygtrafiknät utanför EES speglar både dess relativa svaghet på marknaderna för leveranser utanför EES i förhållande till de andra tre integrerarna och dess begränsade förmåga att konkurrera på lika villkor med dem.

(40) För det tredje kunde kommissionen genom att analysera parternas anbudsuppgifter, och i synnerhet FedEx anbud på leveranser utanför EES, fastställa att TNT framstod som en svagare konkurrent till FedEx när det gäller affärsmöjligheter utanför EES jämfört med DHL och UPS. DHL framstod som FedEx främsta konkurrent, följt av UPS och därefter TNT. Mer specifikt framträdde DHL som FedEx konkurrent mer än tre gånger så ofta som TNT.

(41) För det fjärde bekräftade kommissionens marknadsundersökning att parterna inte är varandras närmaste konkurrenter.

(42) Kommissionen drog därför slutsatsen att TNT, på marknaderna för leveranstjänster utanför EES, inte kan anses vara en särskilt nära konkurrent till FedEx.

c) Transaktionen skulle inte avlägsna någon viktig konkurrenskraftig aktör

(43) TNT är klart svagast av de fyra integrerarna med avseende på leveranser utanför EES och kan inte ses som en viktig konkurrenskraftig aktör som kommer att avlägsnas genom transaktionen. TNT:s marknadsandel har heller inte ökat avsevärt under de senaste åren till följd av någon aggressiv strategi. TNT använder dessutom en affärsmodell för tillhandahållande av tjänster utanför EES som till stor del liknar de andra integrerarnas, och dess tjänster och priser är därför jämförbara med konkurrenternas. TNT förefaller heller inte ta ut betydligt lägre priser än de andra integrerarna och inriktar sig inte på att vara en billig leverantör i sin affärsplan och marknadsföring, utan lyfter i stället fram sin tillförlitlighet, kundservice och flexibilitet.

d) Den sammanslagna enheten skulle begränsas av sina konkurrenter även efter transaktionen

(44) För det första är alla fyra integrerarna redan närvarande globalt, och erbjuder leveranser av små paket till fler än 220 länder i världen. Alla har därför redan tillgång till en kundbas som är i behov av tjänster utanför EES. Alla integrerarna har dessutom förmågan att antingen direkt eller genom tredje parter organisera hämtning av små paket i samtliga EES-länder, arrangera flygtransport av små paket på destinationsrutten och vidare därifrån, samt leverans till destinationsorten.

(45) För det andra är, mot bakgrund av det som angetts ovan, en integrerares något lägre andel på en specifik marknad för leveranser utanför EES inte ett tecken på en inneboende svaghet när det gäller att erbjuda tjänster från denna marknad. Det betyder att i alla fall där en viss integrerares andel är begränsad på en viss produktmarknad/destination men betydligt större på andra produktmarknader/destinationer för leveranser från samma ursprungsland i EES, har integreraren i fråga möjlighet att tillhandahålla tjänster utanför EES från ursprungslandet i fråga. I alla de fall där en integrerare har en begränsad andel på en viss marknad utanför EES men betydligt högre andelar för leveranser till denna destination från andra ursprungsländer inom EES, har denna integrerare likaledes möjlighet att tillhandahålla leveranstjänster utanför EES till destinationen i fråga.

(46) För det tredje finns inga kapacitetsbegränsningar på tjänster utanför EES. Alla integrerare har erfarenhet av att hantera variationer i efterfrågan och tenderar att verka med en marginal som gör det möjligt för dem att ta upp ytterligare volymer. De kan också enkelt utöka sin flygtransportkapacitet eller sitt vägtransportnät vid behov, vilket de också tidigare gjort för att tillgodose nya storkunder.

(47) För det fjärde kan kunderna enkelt byta leverantör för små paketleveranser utanför EES. De flesta av dem köper redan tjänster från flera integrerare eller andra leverantörer och deras kontrakt innehåller inga exklusivitetsklausuler. Kundernas förmåga att öka de volymer de levererar med UPS och DHL skulle därför begränsa den sammanslagna enheten också efter transaktionen.

(48) Slutligen utövar även icke-integrerare ett visst konkurrenstryck, särskilt i när det gäller senare leveranser utanför EES.

e) En klar majoritet av kunderna och konkurrenterna har inte uttryckt någon oro

(49) Den överväldigande majoriteten av de svarande i kommissionens marknadsundersökning ansåg att transaktionen kommer att föra samman FedEx styrkor på marknaderna för leveranser utanför EES med TNT:s styrkor på marknaderna för leveranstjänster inom EES på ett kompletterande sätt. I synnerhet på marknaderna utanför EES ansåg en relativ majoritet av de svarande att transaktionens inverkan kommer att vara positiv, följt av dem som ansåg att den kommer att vara neutral.

f) Transaktionen skulle ge upphov till effektivitetsvinster

(50) Transaktionen skulle också ge upphov till betydande effektivitetsvinster på marknaderna för leveranstjänster utanför EES. Dessa skulle främst genereras av den sammanslagna enhetens kostnadsbesparingar till följd av integreringen av alla dess volymer i det lägre kostnadsskiktet hos antingen FedEx eller TNT. Som ett resultat av detta skulle alla volymer transporteras genom TNT:s billigare nätverk inom EES på ursprungsplatsen och levereras genom det billigare nätverket antingen hos FedEx eller TNT på destinationsplatsen. Ytterligare synergier förväntas bli verklighet när de interkontinentala flygningarna på sikt överförs till FedEx. Precis som när det gäller effekterna inom EES bedömde kommissionen verifierbarheten av dessa effektivitetsvinster, deras sammanslagningsspecifika drag och förmåga att användas till konsumenternas fördel, och drog slutsatsen att transaktionen skulle leda till relevanta effektivitetsvinster enligt det tredelade test som fastställts i de horisontella riktlinjerna för koncentrationer.

3. *Leveranser av små paket utanför EES: Analys land för land*

(51) Enligt resultaten av kommissionens rekonstruktion av marknaden skulle den sammanslagna enheten ha en sammanlagd marknadsandel på mer än 40 % och transaktionen skulle leda till en ökning på mer än 5 % på 13 potentiella rutter för leveranser utanför EES. Dessa marknader motsvarar leveranser utanför EES från sju olika EES-länder, nämligen Belgien, Bulgarien, Estland, Lettland, Litauen, Malta och Slovakien. För Belgien, Bulgarien, Estland och Malta skulle marknaderna i fråga gälla leveranser utanför EES till Nordamerika. För Lettland gäller det marknaderna för leveranser till Nordamerika, Central- och Sydamerika, Mellanöstern och Asien/Stillahavsområdet. När det gäller Litauen och Slovakien gäller det marknaderna för leveranser till Mellanöstern. Slutligen skulle det för Estland, Ungern och Lettland även gälla marknaden för leveranser utanför EES till övriga världen. Kommissionen har också i närmare detalj analyserat de marknader där den sammanslagna enheten skulle ha en måttlig marknadsandel på mindre än 40 % och där den tredje konkurrenten efter transaktionen skulle ha en marknadsandel på mindre än 20 %. Till sist har kommissionen även i närmare detalj analyserat de marknader där den tredje konkurrentens andel skulle vara mindre än den ökning som transaktionen skulle medföra. Sammantaget analyserades utifrån dessa kriterier 52 marknader individuellt och i närmare detalj för följande länder.

(52) *Österrike*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaden för leveranser utanför EES från Österrike till Mellanöstern, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] % efter den tydliga marknadsledaren DHL [50–60] %. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [10–20] %.

(53) *Belgien*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Belgien till Nordamerika, där den sammanslagna enheten skulle bli marknadsledande med en marknadsandel på [40–50] % och en ökning på [5–10] %, följt av UPS med [30–40] % och DHL med [10–20] %. Kommissionen analyserade också i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Belgien till övriga världen, till Central- och Sydamerika, Asien/Stillahavsområdet och Mellanöstern, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] % och den tredje konkurrenten (UPS) efter transaktionen skulle ha en marknadsandel på [10–20] %. På alla dessa fyra marknader skulle DHL förbli marknadsledande med [40–50] %, [50–60] %, [40–50] % respektive [50–60] %.

(54) *Bulgarien*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Bulgarien till Nordamerika, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [40–50] %, med en ökning på [5–10] %. DHL skulle också ha en marknadsandel på [40–50] %, medan UPS skulle vara tredje största konkurrent med en marknadsandel på [10–20] %. Kommissionen analyserade också i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Bulgarien till övriga världen, till Central- och Sydamerika och till Mellanöstern, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] % efter den tydliga marknadsledaren DHL [50–60] % på samtliga tre marknader. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [10–20] %, [5–10] % respektive [10–20] %. Slutligen analyserade även kommissionen i närmare detalj marknaden för leveranser utanför EES från Bulgarien till Asien/Stillahavsområdet, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [20–30] %, efter den tydliga marknadsledaren DHL [60–70] %. Andelen för den tredje konkurrenten (UPS) skulle vara [5–10] %.

(55) *Kroatien*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Kroatien till Asien/Stillahavsområdet, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [20–30] % med en ökning på [5–10] %, efter den tydliga marknadsledaren DHL [60–70] %. UPS skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [5–10] %.

(56) *Cypern*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Cypern till Central- och Sydamerika, Asien/Stillahavsområdet, Mellanöstern och Afrika, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] % med en ökning på [5–10] %. På alla dessa marknader skulle DHL förbli marknadsledande med marknadsandelar på [60–70] %, [60–70] %, [50–60] % respektive [50–60] %. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [0–5] % på marknaderna till Central- och Sydamerika samt till Afrika och [5–10] % på marknaderna till Asien/Stillahavsområdet och Mellanöstern. Kommissionen analyserade även i närmare detalj marknaden för leveranser utanför EES från Cypern till övriga världen, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [20–30] % med en ökning på [5–10] %, efter den tydliga marknadsledaren DHL [60–70] %. UPS skulle ha en marknadsandel på [5–10] %.

(57) *Tjeckien*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Tjeckien till övriga världen och till Mellanöstern, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] % efter den tydliga marknadsledaren DHL, som skulle ha [50–60] % på båda marknaderna. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [10–20] %. Kommissionen analyserade även i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Tjeckien till Central- och Sydamerika och till Asien/Stillahavsområdet, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [20–30] % efter den tydliga marknadsledaren DHL, som skulle ha [60–70] % på båda marknaderna. UPS skulle ha en marknadsandel på [5–10] %.

(58) *Estland*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Estland till världen och till Nordamerika, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [40–50] % respektive [50–60] % med en ökning på [10–20] % respektive [5–10] %. DHL:s andel för marknaden från Estland

till övriga världen skulle också vara [40–50] % och till Nordamerika skulle den vara [20–30] %. UPS skulle hamna på tredje plats med en marknadsandel på [10–20] % på båda dessa marknader. Kommissionen analyserade även i närmare detalj marknaden för leveranser utanför EES från Estland till Asien/Stillahavsområdet, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] %, efter den tydliga marknadsledaren DHL med [50–60] %. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle ha en marknadsandel på [5–10] %.

(59) *Frankrike*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Frankrike till Central- och Sydamerika, Asien/Stillahavsområdet och Mellanöstern, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] % efter den tydliga marknadsledaren DHL med [50–60] %, [40–50] % respektive [50–60] %. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [10–20] % på alla dessa marknader.

(60) *Ungern*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Ungern till övriga världen där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [40–50] % med en ökning på [5–10] %. DHL:s andel skulle också vara [40–50] % och UPS skulle ha en marknadsandel på [10–20] %. Kommissionen analyserade också i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Ungern till Central- och Sydamerika, Asien/Stillahavsområdet, Mellanöstern och Afrika, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] % efter den tydliga marknadsledaren DHL, som skulle ha en marknadsandel på [40–50] %, [50–60] %, [40–50] % respektive [50–60] %. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [10–20] % på alla dessa marknader.

(61) *Irland*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Irland till övriga världen och till Asien/Stillahavsområdet, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] % med en liten ökning på [5–10] % på båda marknaderna, efter den tydliga marknadsledaren DHL som skulle ha [40–50] % respektive [50–60] %. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [10–20] %.

(62) *Lettland*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Lettland till övriga världen, till Nordamerika, till Central- och Sydamerika, till Asien/Stillahavsområdet och till Mellanöstern, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [40–50] %, [50–60] %, [40–50] %, [40–50] % respektive [50–60] %. På dessa marknader skulle DHL ha en marknadsandel på [40–50] %, [20–30] %, [30–40] %, [30–40] % respektive [30–40] %, och UPS skulle vara tredje största konkurrent med [10–20] %, [10–20] %, [20–30] %, [20–30] % respektive [10–20] %.

(63) *Litauen*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaden för leveranser utanför EES från Litauen till Mellanöstern, där den sammanslagna enheten efter transaktionen skulle ha en marknadsandel på [40–50] % med en ökning på [5–10] %. DHL skulle också ha en marknadsandel på [40–50] %, och UPS skulle vara tredje största konkurrent med en marknadsandel på [10–20] %.

(64) *Luxemburg*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Luxemburg till övriga världen, till Central- och Sydamerika och till Mellanöstern, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [20–30] % med en liten ökning på [5–10] %, efter den tydliga marknadsledaren DHL med [60–70] % på samtliga tre marknader. Andelen för den tredje konkurrenten (UPS) skulle vara [5–10] % på alla tre marknaderna. Kommissionen analyserade även i närmare detalj marknaden för leveranser utanför EES från Luxemburg till Nordamerika, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] %, efter den tydliga marknadsledaren DHL med [50–60] %. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [10–20] %.

(65) *Malta*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Malta till Nordamerika, där den sammanslagna enheten skulle bli marknadsledande med en marknadsandel på [40–50] % och en ökning på [10–20] %, följt av UPS med [30–40] % och DHL med [20–30] %.

(66) *Polen*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Polen till Central- och Sydamerika och till Mellanöstern, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] %, efter den tydliga marknadsledaren DHL, som skulle ha en marknadsandel på [40–50] % på båda marknaderna. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [10–20] %.

(67) *Slovakien*: Kommissionen analyserade i närmare detalj marknaden för leveranser utanför EES från Slovakien till Mellanöstern, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [40–50] %, efter den tydliga marknadsledaren DHL [50–60] %. UPS skulle ha en marknadsandel på [0–5] % på denna marknad. Kommissionen analyserade också i närmare detalj marknaderna för leveranser utanför EES från Slovakien till övriga världen, till Central- och Sydamerika och till Afrika, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [30–40] % efter den tydliga marknadsledaren DHL, som skulle ha [50–60] % på samtliga tre marknader. Den tredje konkurrenten (UPS) skulle efter transaktionen ha en marknadsandel på [10–20] %, [5–10] % respektive [0–5] %. Kommissionen analyserade även i närmare detalj marknaden för leveranser utanför EES från Slovakien till Asien/Stillahavsområdet, där den sammanslagna enheten skulle ha en marknadsandel på [20–30] %, efter den tydliga marknadsledaren DHL med [60–70] %. UPS skulle ha en marknadsandel på [5–10] %.

(68) På grundval av kommissionens analys av parternas inlagor, parternas interna handlingar och resultaten av marknadsundersökningen kom kommissionen till följande slutsatser om de ovannämnda marknaderna för leveranser utanför EES till övriga världen och via de större handelsrutterna: Den sammanslagna enheten kommer på de flesta marknader att endast ha måttliga marknadsandelar, FedEx och TNT är inte nära konkurrenter, TNT utgör inte en viktig konkurrenskraftig aktör på dessa marknader, DHL och UPS har den kapacitet som krävs för att effektivt begränsa den sammanslagna enheten också efter transaktionen, en stor del av FedEx marknadsandel på dessa rutter härrör från ett fåtal av parternas stora kunder som enkelt kan byta leverantör, vilket betyder att marknadsandelarna för den sammanslagna enheten är mycket diskutabla, och resultaten från marknadsundersökningen var övervägande positiva eller neutrala när det gäller transaktionens inverkan. Dessutom fann kommissionen att effektivitetsvinster skulle genereras på dessa marknader.

(69) Mot bakgrund av denna bedömning drog följaktligen kommissionen slutsatsen att transaktionen inte påtagligt skulle hämma en effektiv konkurrens på någon av de ovannämnda nationella marknaderna för leveranser av små paket till världen utanför EES eller via de främsta handelsrutterna i världen.

4. *Transaktionens inverkan på små och medelstora företag*

(70) Vissa deltagare i marknadsundersökningen uppgav att transaktionen sannolikt kommer att ha en större inverkan på små och medelstora företag, särskilt i form av prisökningar. Det påstås att TNT för närvarande erbjuder lägre priser än alla andra integrerare, och att TNT därför är den leverantör som föredras av små och medelstora företag som bedriver verksamhet inom e-handel. Enligt dessa marknadsaktörer brukar små och medelstora företag i allmänhet köpa tjänster från en enda leverantör, de förlitar sig på integrerare eftersom de behöver olika typer av tjänster och saknar förhandlingsstyrka, vilket innebär att de ”betalar mest” eftersom de betalar listpriser. Transaktionen skulle sammanfoga två nära konkurrenter och den sammanslagna enheten skulle sannolikt inte längre ha något incitament att agera på ett avvikande sätt gentemot små och medelstora företag.

(71) Kommissionen ansåg att detta inte är fallet av flera skäl. För det första undersökte kommissionen i detalj situationen för små och medelstora företag under den fördjupade undersökningen. Svaren i en enkätundersökning utförd bland små och medelstora företag visade att majoriteten av dessa företag, i likhet med samtliga kunder, i allmänhet hade en positiv eller neutral syn på transaktionen, liksom på den effekt den skulle ha på erbjudna tjänster och kvalitet. Marknadsundersökningen bekräftade heller inte antagandet att små och medelstora företag bara förlitar sig på en enda leverantör eller betalar listpriser. De små och medelstora företag som deltog i marknadsundersökningen, inklusive de som är aktiva inom e-handeln, angav att de i allmänhet anlitar flera leverantörer för sina expressleveranser inom och utanför EES. Majoriteten av de svarande små och medelstora företagen angav också att de förhandlar sig till volymrabatter, medan endast ett fåtal svarande inte förhandlar fram några rabatter alls.

(72) För det andra ansåg kommissionen att TNT av flera skäl inte kan sägas vara avvikande eller marknadsledande inom sektorn små och medelstora företag. Precis som andra operatörers kunder förhandlar TNT:s kunder fram fasta rabatterade priser med TNT i förväg, för att kunna väga in transportkostnader. TNT kommer därför inte att kunna tillämpa fluktuerande priser på sina kunder utifrån det förväntade kapacitetsutnyttjandet av ett specifikt flygplan en viss dag. Den kortsiktiga priselasticiteten för expressleveranser är dessutom mycket låg. Om TNT förutser att dess flyg på en viss rutt kommer att vara i stort sett tomt, skulle rabatter till befintliga eller potentiella kunder därför inte plötsligt kunna skapa en högre efterfrågan på leveranser just den dagen och längs den rutten. Detta bekräftas också av marknadsundersökningen, där majoriteten av små och medelstora företag angav att de ingår ramavtal för längre tidsperioder i stället för att göra ad hoc-inköp när behovet uppstår.

(73) För det tredje är det så att även om TNT har haft enstaka kampanjer som också har varit inriktade på små och medelstora företag är detta inte ett uttryck för en strukturellt annorlunda marknadsställning, utan kan betraktas som en del av ett normalt konkurrensbeteende för att locka kunder. TNT kan inte sägas strukturellt tillämpa överdrivet låga priser som del av en tydlig affärsmodell gentemot små och medelstora företag, och är inte en prissättare på marknaden. TNT har dessutom inte aggressivt expanderat sin marknadsposition inom segmentet små och medelstora företag.

(74) För det fjärde ansåg kommissionen vidare, vilket redan nämnts ovan, att parterna inte var särskilt nära konkurrenter. De verkar heller inte tillhandahålla någon särskild produkt specifikt till en viss grupp av små och medelstora företag, eller rikta in sig på dessa kunder på ett sätt som övriga integrerare inte gör eller skulle kunna göra. Både DHL och UPS tillhandahåller redan skräddarsydda tjänster för små och medelstora företag på sina webbplatser. De allra flesta svarande konkurrenter bekräftade att kraven hos små och medelstora företag när det gäller små paketleveranser inte skiljer sig från andra företags, och att tjänster till små och medelstora företag inte skulle kräva några extra tillgångar eller resurser.

(75) Följaktligen kunde kommissionen, mot bakgrund av det ovan nämnda, konstatera att transaktionen inte heller skulle hindra en effektiv konkurrens vad gäller tjänster till små och medelstora företag.

V. **SLUTSATS**

(76) Av ovan anförda skäl utmynnar beslutet i slutsatsen att transaktionen inte avsevärt kommer att hindra en effektiv konkurrens på den inre marknaden eller någon betydande del av den.

(77) Koncentrationen förklaras följaktligen vara förenlig med den inre marknaden och EES-avtalets funktion i enlighet med artiklarna 2.2 och 8.1 i koncentrationsförordningen samt artikel 57 i EES-avtalet.