

Streszczenie decyzji Komisji

z dnia 14 maja 2008 r.

uznającej koncentrację za zgodną ze wspólnym rynkiem oraz z funkcjonowaniem Porozumienia EOG**(Sprawa COMP/M.4854 — TomTom/Tele Atlas)****(Jedynie wersja w języku angielskim jest autentyczna)****(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

(2008/C 237/12)

W dniu 14 maja 2008 r. Komisja przyjęła decyzję w sprawie połączenia przedsiębiorstw na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 z dnia 20 stycznia 2004 r. w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw, a w szczególności jego art. 8 ust. 1. Nieopatrzoną klauzulą poufności wersję pełnego tekstu decyzji w autentycznym języku postępowania oraz w językach roboczych Komisji można znaleźć na stronie internetowej Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji, pod następującym adresem:

http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

1. STRONY**4. WŁAŚCIWE RYNKI**

1. TomTom NV z siedzibą w Amsterdamie, w Niderlandach, jest producentem przenośnych urządzeń nawigacyjnych (urządzeń PND) i dostawcą oprogramowania nawigacyjnego dla urządzeń nawigacyjnych.

2. Tele Atlas NV z siedzibą w 's-Hertogenbosch, w Niderlandach, jest jednym z dwóch głównych dostawców (w Europie i Ameryce Północnej) baz danych zawierających mapy cyfrowe przeznaczone do nawigacji i innego użytku.

2. DZIAŁANIA

3. W dniu 22 października 2007 r., zgodnie z art. 4 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw, Komisja otrzymała formalne zgłoszenie planowanej koncentracji, w wyniku której przedsiębiorstwo TomTom przejmie w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia całkowitą kontrolę nad przedsiębiorstwem Tele Atlas w drodze publicznej oferty przejęcia.

3. ODESŁANIE SPRAWY ZGODNIE Z ART. 4 UST. 5

4. Strony planowanej koncentracji nie osiągają żadnego z progów alternatywnych ustanowionych w art. 1 ust. 2 i 3 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw. Planowaną koncentrację należało poddać obowiązkowej kontroli na mocy przepisów prawa krajowego dotyczących kontroli łączenia przedsiębiorstw w czterech państwach członkowskich: Niemczech, Niderlandach, Hiszpanii i Portugalii.

5. W dniu 24 sierpnia 2007 r. Komisja otrzymała uzasadniony wniosek złożony przez przedsiębiorstwo TomTom, w którym przedsiębiorstwo wystąpiło o odesłanie sprawy do Komisji zgodnie z art. 4 ust. 5 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw. Żadne państwo członkowskie nie wyraziło sprzeciwu wobec wniosku o odesłanie sprawy do Komisji. W związku z tym uznano, że planowana transakcja posiada wymiar wspólnotowy i została ona zbadana przez Komisję.

4.1. Rynek wyższego szczebla — Bazy danych zawierające mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji

Definicja właściwego rynku produktowego

6. Baza danych zawierająca mapy cyfrowe jest kompilacją danych cyfrowych, która zwykle zawiera: (i) informację geograficzną o położeniu i kształcie każdego obiektu na mapie; (ii) informację o dodatkowych cechach mapy (np. nazwy ulic, adresy, wskazówki dotyczące dojazdu, informacje o zakazie skręcania i ograniczeniach prędkości), a także (iii) informacje na wyświetlaczu. Poza bazą podstawową dostawcy baz danych zawierających mapy cyfrowe dostarczają kilka warstw informacji dodatkowych.

7. Bazy danych zawierające mapy cyfrowe sprzedawane są producentom urządzeń nawigacyjnych, producentom oprogramowania nawigacyjnego i dostawcom aplikacji nienawigacyjnych (np. map internetowych). Bazy danych zawierające mapy cyfrowe służą wielu celom; najważniejsze z nich to: lokalizacja adresów, planowanie trasy i nawigacja.

8. Komisja uznała za niewłaściwe wyodrębnienie oddzielnych rynków produktowych dla baz zawierających mapy cyfrowe w zależności od formatu, w jakim dane są dostarczane klientom lub w zależności od typu urządzenia nawigacyjnych, w którym są używane.

9. Komisja zbadała, czy bazy danych zawierające mapy cyfrowe stosowane do celów nawigacji oraz do celów niezwiązanych z nawigacją, stanowią dwa odrębne właściwe rynki produktowe. Biorąc pod uwagę brak zastępowalności zarówno po stronie popytu jak i po stronie podaży, Komisja doszła do wniosku, że bazy danych zawierające mapy cyfrowe przeznaczone do aplikacji nawigacyjnych oraz te przeznaczone do aplikacji nienawigacyjnych stanowią odrębne rynki produktowe.

10. Ponadto Komisja zbadała, czy rynek zaopatrzenia w bazy danych zawierające mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji powinien być podzielony na mniejsze rynki ze względu na obszar geograficzny, którego dotyczą sprzedawane bazy (¹). Po stronie popytu stopień zastępowalności baz danych zawierających mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji o różnym zasięgu geograficznym jest ograniczony. Stopień zastępowalności po stronie podaży jest również ograniczony, z powodu zasobów i czasu potrzebnego do stworzenia takiej bazy danych od podstaw. Dlatego też Komisja ustaliła, że powinny zostać określone odrębne właściwe rynki produktowe w zależności od obszaru geograficznego, którego dana baza dotyczy. Dokładne określenie właściwych rynków produktowych, (tj. określenie, czy licencje dla pojedynczych państw lub regionów wyznaczają odrębne rynki produktowe, czy też nie) pozostawiono jako kwestię otwartą, jako że nie miała ona wpływu na dokonaną przez Komisję ocenę planowanej transakcji.

Określenie właściwego rynku geograficznego

11. Przedsiębiorstwo Tele Atlas prowadzi dystrybucję swoich produktów z Niderlandów do producentów urządzeń i dostawców oprogramowania na rynku EOG i w innych częściach świata. Przedsiębiorstwo NAVTEQ prowadzi dystrybucję swoich baz danych z USA na rynek EOG i do innych części świata. Główni producenci urządzeń i twórcy oprogramowania mają siedziby w UE, USA, Japonii i Korei Południowej. Żadne kontyngenty, taryfy ani inne bariery handlowe nie ograniczają importu i eksportu danych cyfrowych tego rodzaju. Nie istnieją żadne istotne różnice w sposobie sprzedaży i dystrybucji baz danych zawierających mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji na rynku EOG i w innych częściach świata. Komisja stwierdziła, że jeżeli chodzi o zaopatrywanie w bazy danych zawierające mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji, właściwym rynkiem geograficznym jest rynek światowy.

4.2. Rynek pośredni — Oprogramowanie nawigacyjne

Definicja właściwego rynku produktowego

12. Oprogramowanie nawigacyjne łączy określenie położenia geograficznego za pomocą odbiornika GPS z danymi pochodzącymi z bazy danych zawierającej mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji w celu umożliwienia funkcji nawigacji. Oprogramowanie nawigacyjne kalkuluje trasę i podaje w czasie rzeczywistym informacje o kolejnych etapach. Oprogramowanie nawigacyjne sprzedawane jest jako osobny produkt bądź w pakiecie z bazą danych zawierającą mapy. Wyróżnia się trzy główne typy oprogramowania nawigacyjnego: systemy *on-board*, systemy *off-board* i systemy hybrydowe. Kwestię, czy powinno się wyodrębnić właściwe rynki produktowe ze względu na typ oprogramowania nawigacyjnego pozostawiono otwartą, ponieważ przedsiębiorstwo TomTom dostarcza wyłącznie systemy *on-board*.

(¹) Należy zauważyć, że zasięg geograficzny baz danych zawierających mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji jest, w tym przypadku, cechą produktu istotną dla wyodrębnienia właściwego rynku produktowego. Zasięgu geograficznego bazy danych nie należy mylić z geograficznym zakresem rynku, który omawiany jest oddzielnie poniżej (w części dotyczącej określenia właściwego rynku geograficznego).

13. Komisja uznała za niestosowne wyodrębnienie rynków produktowych na podstawie formatów baz danych wykorzystywanych do wprowadzania danych do oprogramowania nawigacyjnego lub na podstawie typu urządzenia nawigacyjnego, w którym zainstalowane jest oprogramowanie nawigacyjne.

Definicja właściwego rynku geograficznego

14. Oprogramowanie nawigacyjne jest tworzone i dystrybuowane na całym świecie. Klientom udostępnia się oprogramowanie na podstawie licencji tam, gdzie mają swoją siedzibę. Nie istnieją żadne różnice techniczne, bariery handlowe ani prawne, które uzasadniałyby zawężenie zasięgu rynku geograficznego. Dlatego też Komisja stwierdziła, że właściwym rynkiem geograficznym dla oprogramowania nawigacyjnego jest rynek światowy.

4.3. Rynek niższego szczebla — Przenośne urządzenia nawigacyjne (PND)

Definicja właściwego rynku produktowego

15. Obecnie wyróżnia się cztery główne typy urządzeń nawigacyjnych: (i) urządzenia PND (ang. *portable navigation devices*); (ii) urządzenia PDA (ang. *personal digital assistants*); (iii) telefony komórkowe z funkcją nawigacji, a także (iv) urządzenia nawigacyjne wbudowane w deskę rozdzielczą.

16. Badanie rynku przeprowadzone przez Komisję wykazało, że istnieją pewne różnice między urządzeniami PND a innymi typami urządzeń nawigacyjnych. Urządzenie PND jest przede wszystkim urządzeniem nawigacyjnym, natomiast telefon komórkowy z funkcją nawigacji ma szeroką gamę innych funkcji. Różne funkcje urządzeń mają też swoje odzwierciedlenie w ich cenach. Komisja uznała, że urządzenia PND i telefony komórkowe z funkcją nawigacji stanowią odrębne właściwe rynki produktowe. Z podobnych przyczyn — tj. różnych funkcji, różnych cen i różnego stopnia dostosowania do użycia w motoryzacji — Komisja uznała, że urządzenia PND i urządzenia PDA stanowią odrębne rynki produktowe. Urządzenia PND są sprzedawane i wprowadzane do obrotu jako elektroniczny sprzęt powszechnego użytku w punktach sprzedaży detalicznej, natomiast systemy wbudowane w deskę rozdzielczą są instalowane w nowych samochodach podczas produkcji. Urządzenia wbudowane w deskę rozdzielczą mają więcej funkcji, większe ekrany, a także mogą być zintegrowane z systemami bezpieczeństwa samochodów. Różnice te mają swoje odzwierciedlenie w cenach. Różni są też w dużej mierze dostawcy urządzeń PND i urządzeń wbudowanych w deski rozdzielcze, mimo że kilku dostawców urządzeń wbudowanych próbowało wejść na rynek urządzeń PND. Z tych powodów Komisja uznała, że urządzenia PND i urządzenia wbudowane w deski rozdzielcze stanowią odrębne właściwe rynki produktowe.

17. Dla celów niniejszej decyzji właściwym rynkiem produktowym niższego szczebla jest rynek zaopatrzenia w urządzenia PND.

Definicja właściwego rynku geograficznego

18. Urządzenia PND używane w różnych państwach EOG wymagają zasadniczo tego samego sprzętu i oprogramowania. Najwięksi dostawcy urządzeń PND działają i konkurują o klientów w ramach EOG. Większość marek sprzedawana jest w całym EOG, a względna siła czołowych przedsiębiorstw jest podobna na większości rynków krajowych. Istnieje również możliwość znacznej zastępowalności po stronie podaży. Na tej podstawie Komisja stwierdziła, że rynek geograficzny obejmuje co najmniej całe terytorium EOG.

5. WARUNKI RYNKOWE

5.1. Bazy danych zawierające mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji

Udziały w rynku

19. Jest dwóch głównych dostawców baz danych zawierających mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji, które zakresem obejmują obszary państw EOG: Tele Atlas i NAVTEQ. Rynek (rynk) zaopatrzenia w bazy danych zawierające mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji, zakresem swoim obejmujące obszary państw EOG, mogą być w takiej sytuacji uważane za duopol. W zależności od definicji rynku produktowego, udział w rynku przedsiębiorstwa Tele Atlas wynosi (40–60) % , a udział przedsiębiorstwa NAVTEQ wynosi (40–60) %.

Wejście na rynek

20. Nic nie wskazuje na to, że którykolwiek z obecnych dostawców baz danych zawierających mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji działających poza EOG planuje wejść na rynki baz danych zawierających mapy zakresem obejmujące obszary państw EOG. Wejście na rynek amerykańskiego przedsiębiorstwa Facet nie jest pewne, a w każdym razie nie nastąpi na tyle szybko, by ograniczyć działalność obecnych dostawców. Inwestycję od podstaw ze strony przedsiębiorstw oferujących internetowe aplikacje mapowe uznaje się za mało prawdopodobną. Poza przedsiębiorstwem AND — którego produkty wyraźnie nie dorównują produktom przedsiębiorstw Tele Atlas i NAVTEQ — badanie rynku nie wykazało, że którykolwiek z producentów obecnie produkujących bazy danych zawierające mapy nieprzeznaczone do nawigacji zakresem obejmujące obszar Europy zamierza wprowadzić udoskonalenia techniczne, które umożliwią stosowanie tych baz do nawigacji. Nawet gdyby mieli oni zamiar wejść na rynek, to ze względu na znaczący nakład czasu, konieczny do stworzenia od podstaw bazy danych zawierającej mapy dostosowane do nawigacji, potencjalne wejście na rynek nastąpiłoby zbyt późno, by ograniczyć zachowania rynkowe obecnych producentów w perspektywie krótko i średnio-terminowej.
21. Mimo że nie można wykluczyć marginalnego wejścia na rynek, Komisja stwierdziła, że wejście na rynki zaopatrzenia w bazy danych zawierające mapy dostosowane do nawigacji, zakresem obejmujące obszar EOG, nie nastąpiłoby ani we właściwym czasie (tj. wystarczająco szybko i byłoby dość trwałe), ani w wystarczającym stopniu (pod względem zakresu i skali), by zapobiec potencjalnym skutkom połączenia zakłócającym konkurencję lub je uszczuplającym.

5.2. Oprogramowanie nawigacyjne

22. Przedsiębiorstwo Tele Atlas nie prowadzi działalności na rynku zaopatrzenia w oprogramowanie nawigacyjne. Tylko nieznaczna część produkcji oprogramowania nawigacyjnego przedsiębiorstwa TomTom dostarczana jest stronom trzecim. Na rynku handlowym oprogramowania nawigacyjnego największymi dostawcami są przedsiębiorstwa: Navigon z szacowanym udziałem w rynku wynoszącym 25 %, Navn'Go z udziałem 18 % i Destinator z udziałem 15 %. Udział w rynku przedsiębiorstwa TomTom szacowany jest na 6 %.
23. Badanie rynku przeprowadzone przez Komisję wykazało, że bariery, jakie mogą napotkać przedsiębiorstwa wchodzące na rynek, są możliwe do pokonania. Zdecydowana większość producentów urządzeń PND, którzy uczestniczyli w badaniach rynku prowadzonych przez Komisję, stwierdziła, że już są lub będą w stanie opracować wewnętrznie własne oprogramowanie nawigacyjne.

5.3. Urządzenia PND

Udziały w rynku

Udziały ilościowe w rynku EOG (jednostki)		
	Wszystkie przenośne urządzenia — użytek końcowy	Urządzenia PND
TomTom	[30-40]	[30-50]
Mio Tech & Navman	[10-20]	[10-20]
Garmin	[10-20]	[10-20]
MEDION	[0-10]	[0-10]
MyGuide	[0-5]	[0-5]

Tabela 7

Udziały w rynku EOG według wartości (obrotu) w 2006 r.

Udziały w rynku EOG		
	Wszystkie przenośne urządzenia — użytek końcowy	Urządzenia PND
TomTom	[30-50]	[30-50]
Mio Tech & Navman	[10-20]	[10-20]
Garmin	[10-20]	[10-20]
MEDION	[0-5]	[0-5]
MyGuide	[0-5]	[0-5]

Wejście na rynek

24. Bardzo duża liczba przedsiębiorstw, które weszły na rynek w ciągu ostatnich czterech lat wskazuje, że przeszkody utrudniające wejście na rynek nie są znaczne. Jednakże zdecydowana większość przedsiębiorstw wchodzących na rynek — w tym czołowe przedsiębiorstwa ze znacznymi zasobami finansowymi i silnymi markami — nie zdołała uzyskać więcej niż marginalny udział w rynku i zachowuje drugorzędny, niszowy charakter.

6. OCENA

6.1. Zamknięcie dostępu do czynników produkcji na rynkach urządzeń PND i oprogramowania nawigacyjnego

25. Analiza zamknięcia dostępu do czynników produkcji została przeprowadzona zgodnie z Wytocznymi w sprawie oceny niehoryzontalnych połączeń przedsiębiorstw.

Zdolność do zamknięcia dostępu

26. Biorąc pod uwagę udział w rynku przedsiębiorstwa Tele Atlas w wysokości wyższej niż (40–60) %, a także brak strategii przeciwdziałania wymienionych poniżej, Komisja stwierdziła, że podmiot powstały z połączenia dysponuje znaczną siłą rynkową na rynku wyższego szczebla, co jest warunkiem koniecznym zdolności do wykluczenia konkurencji według Wytocznych w sprawie oceny niehoryzontalnych połączeń przedsiębiorstw.
27. Mimo że bazy danych zawierające mapy cyfrowe mają ograniczony udział w cenie urządzenia PND, stanowią one kluczowy komponent, bez którego urządzenia PND nie mogłyby spełniać swojej funkcji.
28. Komisja zbadała, czy istnieją skuteczne i możliwe do wprowadzenia we właściwym czasie strategie przeciwdziałania, które mogłyby być zastosowane przez konkurencyjne przedsiębiorstwa na rynku PND.
29. Przedsiębiorstwo NAVTEQ po połączeniu nadal konkurowałoby z przedsiębiorstwem Tele Atlas, ograniczając w ten sposób zdolność przedsiębiorstwa Tele Atlas do wykluczenia swoich konkurentów. Jednakże wydaje się, że najlepszą odpowiedzią ze strony przedsiębiorstwa NAVTEQ na wzrost cen wprowadzony przez przedsiębiorstwo Tele Atlas byłoby również podniesienie cen, co mogłoby potencjalnie wzmocnić efekt strategii zamknięcia dostępu stosowanej przez podmiot powstały w wyniku połączenia na rynku niższego szczebla.
30. Jest mało prawdopodobne, aby wejście na rynek nowych przedsiębiorstw było skuteczną i zastosowaną we właściwym czasie strategią przeciwdziałania, ograniczającą zdolność podmiotu powstałego w wyniku połączenia do wykluczenia jego konkurentów na rynku niższego szczebla. Jak wspomniano powyżej, Komisja uznała za mało prawdopodobne, aby nowy dostawca baz danych zawierających mapy utworzył bazę zawierającą mapy cyfrowe dostosowane do nawigacji z takim samym zakresem obszarowym i takiej samej jakości jak bazy przedsiębiorstwa Tele Atlas lub NAVTEQ i wprowadził właściwe w czasie ograniczenie dla podmiotu powstałego w wyniku połączenia.
31. Kolejnym potencjalnym czynnikiem, ograniczającym zdolność przedsiębiorstwa Tele Atlas do podnoszenia cen lub obniżania jakości, są pośrednicy, którym przedsiębiorstwo Tele Atlas lub NAVTEQ udzieliło licencji na dostawę bazy danych zawierającej mapy wraz z oprogramowaniem nawigacyjnym. Tacy pośrednicy stanowią jednak efektywne ograniczenie tylko w przypadku, jeśli sami są chronieni przed podnoszeniem cen i obniżaniem jakości.
32. Zdolność przedsiębiorstwa Tele Atlas do wykluczenia swoich konkurentów z rynku niższego szczebla jest ograniczona długoterminową umową zawartą między przedsiębiorstwami Garmin i NAVTEQ, która chroni przedsiębiorstwo Garmin co najmniej do [...]. Ponieważ udział przedsiębiorstwa Garmin w rynku urządzeń PND wynosi mniej niż (10–20) %, nawet biorąc pod uwagę ochronę, jaką ma to przedsiębiorstwo, zdolność podmiotu powstałego w

wyniku połączenia do zamknięcia dostępu nadal będzie wywierać wpływ na dwie trzecie sprzedaży konkurentów przedsiębiorstwa TomTom na rynku niższego szczebla. Jeśli weźmie się pod uwagę, że (producent urządzeń nawigacyjnych) i (dostawca oprogramowania nawigacyjnego) są również częściowo chronieni, prawdopodobne jest, że mniej więcej połowa rynku mogłaby odczuć skutki strategii zamknięcia dostępu.

33. W świetle powyższego Komisja stwierdziła, że istnieje prawdopodobieństwo, iż podmiot powstały w wyniku połączenia będzie miał zdolność do podnoszenia cen lub obniżania jakości/opóźniania dostępu w stosunku do niektórych producentów urządzeń PND i dostawców oprogramowania nawigacyjnego konkurujących z przedsiębiorstwem TomTom.

Bodziec do zamknięcia dostępu

34. Po połączeniu TomTom/Tele Atlas weźmie pod uwagę sposób, w jaki sprzedaż baz danych zawierających mapy konkurentom przedsiębiorstwa TomTom wpłynie na jego zyski nie tylko na rynku niższego szczebla, ale także na rynku wyższego szczebla. Podmiot powstały w wyniku połączenia stanie w obliczu poszukiwania równowagi między utratą zysku na rynku wyższego szczebla a zyskiem uzyskanym na rynku niższego szczebla przez podwyższenie kosztów konkurentom.
35. Z przyczyn przedstawionych poniżej prawdopodobne jest, że przedsiębiorstwo Tele Atlas, podnosząc ceny na rynku wyższego szczebla lub obniżając jakość baz danych zawierających mapy/opóźniając dostęp do aktualizacji, utraciłoby znaczną część sprzedaży na rzecz NAVTEQ, natomiast korzyści z podniesienia cen baz danych konkurentom przedsiębiorstwa TomTom najprawdopodobniej byłyby stonkowo ograniczone.
36. Po pierwsze, ponieważ bazy danych zawierające mapy stanowią średnio mniej niż 10 % ceny hurtowej urządzenia PND, ceny baz danych musiałyby znacznie wzrosnąć, by mieć wpływ na ceny urządzeń PND na rynku niższego szczebla i umożliwić podmiotowi powstałemu w wyniku połączenia przejęcie znacznej części sprzedaży na rynku niższego szczebla. Po drugie, wydaje się, że przynajmniej niektórzy dostawcy urządzeń PND niechętnie przenosiliby podwyżki cen baz danych na ceny urządzeń PND, co jeszcze bardziej zmniejszyłoby wpływ na ceny urządzeń PND. Po trzecie, ochrona przedsiębiorstwa Garmin przed zamknięciem dostępu w związku z jego długoterminową umową z przedsiębiorstwem NAVTEQ ograniczy zyski, które mogłoby uzyskać przedsiębiorstwo TomTom na rynku niższego szczebla, gdyby zastosowało strategię zamknięcia dostępu do czynników produkcji. Po czwarte, koszty związane ze zmianą dostawcy na rynku wyższego szczebla są możliwe do poniesienia. W rezultacie przedsiębiorstwo Tele Atlas, podnosząc ceny baz danych, obniżając ich jakość lub opóźniając dostęp do aktualizacji, straciłoby znaczną część sprzedaży na rzecz NAVTEQ. Wreszcie obniżanie jakości tak naprawdę dotknęłoby tylko klientów przedsiębiorstwa Tele Atlas, jako że przedsiębiorstwo NAVTEQ zapewne kontynuowałoby dostarczanie dobrej jakości baz danych zawierających mapy wszystkim producentom urządzeń PND bez wyjątku. Ważny jest też fakt, że obniżanie jakości baz danych przyniosłoby podmiotowi powstałemu w wyniku połączenia mniejsze zyski niż podniesienie cen, ponieważ, w przeciwieństwie do podniesienia cen, obniżanie jakości nie zwiększyłoby zysku z baz danych zawierających mapy, które przedsiębiorstwo Tele Atlas nadal sprzedawałoby na rynku wyższego szczebla.

37. W celu zmierzenia równowagi między rynkiem wyższego szczebla a rynkiem niższego szczebla, Komisja dokonała ekonometrycznego szacunku elastyczności cen, żeby zmierzyć wyniki sprzedaży, jakie mógłby uzyskać podmiot powstały w wyniku połączenia, gdyby podniósł ceny baz danych zawierających mapy konkurentom przedsiębiorstwa TomTom na rynku niższego szczebla.
38. W pierwszej kolejności Komisja zbadała prawdopodobieństwo zastosowania strategii całkowitego zamknięcia dostępu do czynników produkcji. Gdyby podmiot powstały w wyniku połączenia zaprzestał sprzedaży baz danych zawierających mapy, straciłby wszystkie zyski z baz danych zawierających mapy, a uzyskiwał jedynie dodatkowe zyski ze sprzedaży, jaką mógłby przejąć na rynku niższego szczebla. Jeśli strategia całkowitego zamknięcia dostępu do czynników produkcji miałaby być dla przedsiębiorstwa Tele Atlas opłacalna, musiałoby ono uzyskiwać na rynku niższego szczebla zyski w wysokości przynajmniej wyrównującej straty z baz danych zawierających mapy. Ponieważ ceny baz danych zawierających mapy stanowią stosunkowo niewielki procent ceny urządzeń PND i biorąc pod uwagę szacunki dotyczące elastyczności cen, analiza Komisji wykazała, że przedsiębiorstwo NAVTEQ musiałoby znacznie podnieść ceny, żeby strategia zamknięcia dostępu do czynników produkcji okazała się opłacalna dla podmiotu powstałego w wyniku połączenia. *De facto* z wyliczeń Komisji wynika, że jeżeli przedsiębiorstwo NAVTEQ nie podniesie cen o kilkaset procent, strategia całkowitego zamknięcia dostępu do czynników produkcji nie będzie opłacalna dla przedsiębiorstwa Tele Atlas.
39. Komisja zbadała również prawdopodobieństwo zastosowania strategii częściowego zamknięcia dostępu do czynników produkcji. Komisja stwierdziła, że podmiot powstały w wyniku połączenia osiągnąłby stosunkowo ograniczony wzrost sprzedaży na rynku niższego szczebla przez podniesienie cen baz danych zawierających mapy konkurentom przedsiębiorstwa TomTom, co oznacza, że bodziec do wykluczenia konkurencji byłby słaby. Kolejna analiza wrażliwości przeprowadzona przez Komisję potwierdziła wniosek, że dla podmiotu powstałego w wyniku połączenia żadne podniesienie cen nie byłoby opłacalne. Wyniki tej prostej analizy opłacalności wykazują, że jakiegokolwiek podniesienie cen, które miałyby istotny wpływ na rynek niższego szczebla, nie byłoby opłacalne dla podmiotu powstałego w wyniku połączenia, ponieważ zyski z rynku niższego szczebla byłyby niewystarczające do pokrycia strat poniesionych na rynku wyższego szczebla.
40. Komisja stwierdziła, że podmiot powstały w wyniku połączenia nie miałby żadnego bodźca, żeby podnieść ceny w sposób, który zakłóciłby konkurencję na rynku niższego szczebla urządzeń PND. Zastosowanie strategii zamknięcia dostępu do czynników produkcji na rynku oprogramowania nawigacyjnego wydaje się jeszcze mniej prawdopodobne, biorąc pod uwagę bardziej ograniczoną obecność przedsiębiorstwa TomTom na tym rynku i mniejsze zyski, jakie mógłby uzyskać na rynku oprogramowania.
- Skutki na rynku niższego szczebla*
41. Te same czynniki jakościowe, które wyjaśniały brak bodźca do zastosowania strategii częściowego zamknięcia dostępu, sprawiają również, że taka strategia nie byłaby skuteczna. Na przykład znikomy udział baz danych zawierających mapy w cenie urządzeń PND, potwierdzone ograniczone przeniesienie kosztów na klientów, ograniczone koszty w przypadku zmiany dostawcy i konkurencja z przedsiębiorstwem NAVTEQ, wszystkie te czynniki ograniczają możliwość podniesienia cen przez przedsiębiorstwo Tele Atlas wobec konkurentów przedsiębiorstwa TomTom. Fakt, że przedsiębiorstwo Garmin chronione jest przed podniesieniem cen długoterminową umową z przedsiębiorstwem NAVTEQ, dodatkowo ogranicza możliwe skutki zamknięcia dostępu. W związku z tym Komisja stwierdziła, że planowana transakcja nie zaszkodzi konkurencji na rynku niższego szczebla.
42. Na ogólne oddziaływanie transakcji wpływ będzie miało również zwiększenie efektywności rynku w wyniku połączenia. Komisja oszacowała ogólny wpływ zlikwidowania podwójnej marży przez połączone przedsiębiorstwo, jak również inne przypadki zwiększenia efektywności, takie jak szybsza produkcja lepszych map dzięki zastosowaniu systemu odczytu i przekazywania danych od przedsiębiorstwa TomTom. Te przykłady zwiększenia efektywności rynku utwierdziły Komisję we wniosku, że planowana transakcja nie zakłóci konkurencji.

6.2. Dostęp podmiotu powstałego w wyniku połączenia do informacji poufnych na rynku urządzeń PND

43. Obawy dotyczące zachowania poufności, wyrażone przez strony trzecie, oparte są na założeniu, że klienci przedsiębiorstwa Tele Atlas muszą dzielić się informacjami na temat swoich przyszłych działań konkurencyjnych ze swoim dostawcą map. Obecne umowy nie zobowiązują klientów do przekazywania takich informacji o przyszłych działaniach przedsiębiorstwa Tele Atlas. Jednakże klienci dobrowolnie przekazywali informacje o szacowanym wyniku przyszłej sprzedaży, planach dotyczących produktów i nowych funkcjach w najnowszych wersjach urządzeń.
44. Strony przedstawiły przekonujące dowody, że taka wymiana informacji jest ograniczona i mogłaby być nawet zminimalizowana po połączeniu, bez szkody dla klientów przedsiębiorstwa Tele Atlas, gdyby klienci ci obawiali się wykorzystania przekazywanych informacji przez podmiot powstały w wyniku połączenia.
45. Badanie rynku wykazało, że klienci mogą uniknąć omawiania prognozowanej sprzedaży z przedsiębiorstwem Tele Atlas. Nowi klienci mogą zgodzić się na minimalne wymagane zamówienia, w ten sposób unikając ujawniania wrażliwych informacji na temat wyników przyszłej sprzedaży.
46. Informacje na temat dodatkowych funkcji przyszłych produktów nie muszą być przekazywane przedsiębiorstwu TomTom. Po pierwsze, dodatkowe warstwy dostarczane są przez wiele małych przedsiębiorstw. Dlatego też alternatywni dostawcy mogą być dobrym źródłem dodatkowych funkcji dla przedsiębiorstw przywiązujących dużą wagę do zachowania poufności. Po drugie, klienci czasem zachęcają dostawców baz danych zawierających mapy do inwestowania w nową funkcję lub rozszerzenie zakresu ich baz danych zawierających mapy. Niemniej jednak przedsiębiorstwo Tele Atlas nie podejmuje decyzji inwestycyjnych na podstawie wniosków pojedynczych przedsiębiorstw. Decyzja, by zainwestować w nowe funkcje lub zasięg geograficzny podejmowana jest po konsultacjach z największymi klientami, co oznacza, że większość pomysłów dotyczących nowej zawartości przekazywana jest innym klientom (w tym przedsiębiorstwu TomTom) zanim zostaną podjęte decyzje inwestycyjne. Gdy nowa funkcja zostanie opracowana, oferuje się ją jednocześnie wszystkim klientom przedsiębiorstwa Tele Atlas.

47. Informacje poufne, ujawniane podczas konsultacji technicznych z przedsiębiorstwem Tele Atlas, mogłyby w pewnych okolicznościach zostać przekazane przedsiębiorstwu TomTom. Jednakże, jeśli chodzi o wprowadzanie dodatkowych warstw map, przedsiębiorstwo Tele Atlas dostarcza swoim klientom wszystkie konieczne do tego celu specyfikacje techniczne. Problemy techniczne, które tylko przedsiębiorstwo Tele Atlas potrafi rozwiązać, należą do rzadkości.
48. Po połączeniu przedsiębiorstwo Tele Atlas nadal miałyby powody, aby zapobiegać odchodzeniu klientów do NAVTEQ z powodu obaw dotyczących poufności, ponieważ dodatkowe zyski na rynku niższego szczebla nie zrekompensowałyby wystarczająco utraty klienta, nawet gdyby przedsiębiorstwo NAVTEQ znacznie podniosło swoje ceny. Ponadto wątpliwości co do zachowania poufności mogłyby zaszkodzić reputacji przedsiębiorstwa Tele Atlas, co z kolei zaszkodziłoby działalności prowadzonej przez podmiot powstały w wyniku połączenia, w związku z bazami danych zawierającymi mapy. Z powodu braku bodźców do zastosowania zamknięcia dostępu do czynników produkcji, strony prawdopodobnie zareagowałyby na możliwe obawy co do zachowania poufności np. oferując klientom warunki, które sprawią, że przejście do przedsiębiorstwa NAVTEQ będzie nieatrakcyjne.
49. W świetle powyższego Komisja stwierdziła, że nie jest prawdopodobne, aby planowana transakcja w istotny sposób zakłóciła efektywną konkurencję z powodu obaw dotyczących zachowania poufności.

6.3. Skoordynowane skutki

50. Obecnie nic nie wskazuje na koordynację działań pomiędzy przedsiębiorstwem Tele Atlas i przedsiębior-

stwem NAVTEQ. Wprost przeciwnie — badanie rynku wykazało, że, przed połączeniem, przedsiębiorstwa Tele Atlas i NAVTEQ rywalizowały ze sobą pod względem cen i pod innymi względami. Skuteczna koordynacja wydaje się mało prawdopodobna na rynku baz danych zawierających mapy dostosowane do nawigacji. Koordynacja pod względem cenowym byłaby trudna, ponieważ ceny baz danych zawierających mapy nie są przejrzyste, a podział klientów byłby trudny na rynku urządzeń PND, gdzie pozycja producentów urządzeń PND jest bardzo niestabilna i od 2004 r. na rynek ten weszło wiele przedsiębiorstw. W świetle obecnej charakterystyki rynku, wydaje się również mało prawdopodobne, by można było wprowadzić efektywne mechanizmy nadzoru i odstraszania. Ponadto nie ma wyraźnych dowodów na to, że integracja pionowa przedsiębiorstw TomTom i Tele Atlas stworzyłaby producentom baz danych zawierających mapy większą możliwość koordynacji działań.

51. W związku z tym Komisja stwierdziła, że jest mało prawdopodobne, aby planowana koncentracja wywołała skutki zakłócające konkurencję z powodu koordynacji działań.

7. WNIOSEK

52. Komisja stwierdziła zatem, że planowana koncentracja nie budzi żadnych obaw dotyczących naruszenia zasad konkurencji i nie spowoduje poważnego zakłócenia efektywnej konkurencji w ramach wspólnego rynku lub w znacznej jego części. W związku z tym Komisja uznała koncentrację za zgodną ze wspólnym rynkiem oraz z funkcjonowaniem Porozumienia EOG zgodnie z art. 8 ust. 1 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw i art. 57 Porozumienia EOG.