

52004XC0205(02)

2004 2 5

EUROPOS SĄJUNGOS OFICIALUSIS LEIDINYS

C 31/5

GAIRĖS DĖL HORIZONTALIŲ SUSIJUNGIMŲ VERTINIMO PAGAL TARYBOS REGLAMENTĄ DĖL KONCENTRACIJŲ TARP ĮMONIŲ KONTROLĖS

(2004/C 31/03)

I. ĮVADAS

1. 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės ⁽¹⁾ (toliau – Susijungimų reglamentas) 2 straipsnyje numatoma, kad Komisija, atsižvelgdama į Susijungimų reglamentą, turi vertinti koncentracijas, siekdama nustatyti, ar jos suderinamos ar nesuderinamos su bendrąja rinka. Šiuo tikslu Komisija, remdamasi 2 straipsnio 2 ir 3 dalimis, turi įvertinti, ar koncentracija labai apriboja veiksmingą konkurenciją ar ne, ypač jei sukuriami ar sustiprinami dominuojanti padėtis bendrojoje rinkoje arba didelėje jos dalyje.

2. Atitinkamai Komisija turi atsižvelgti į bet kokią didelę veiksmingos konkurencijos apribojimą, kurį gali sukelti koncentracija. Pagrindinė tokios žalos konkurencijai forma yra dominuojančios padėties sukūrimas ar sustiprinimas. Dominavimo sąvoka buvo apibrėžta atsižvelgiant į 1989 m. gruodžio 21 d. Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 4064/89 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (toliau – Reglamentas Nr. 4064/89) kaip:

„padėtis, kai viena ar kelios įmonės įgyja tokios ekonominės galios, kuri joms leidžia trukdyti išlaikyti veiksmingą konkurenciją atitinkamoje rinkoje, suteikdama galimybę veikti dideliu mastu nepriklausomai nuo savo konkurentų, savo klientų ir, galiausiai, savo vartotojų“ ⁽²⁾.

3. Siekdamas išaiškinti dominavimo sąvoką atsižvelgiant į Reglamentą Nr. 4064/89, Teisingumo Teismas rėmėsi tuo, kad „ji skirta taikyti visoms koncentracijoms, turinčioms Bendrijos elementą, jei šios gali, dėl savo poveikio konkurencijos Bendrijoje struktūrai, pasirodyti esančios nesuderinamos su Sutartyje numatyta neiškraipytos konkurencijos sistema“ ⁽³⁾.

4. Vienos įmonės dominuojančios padėties sukūrimas arba sustiprinimas susijungimu yra labiausiai įprastas pagrindas nustatyti, kad koncentracija labai apriboja veiksmingą konkurenciją. Be to, dominavimo sąvoka taip pat buvo pritaikyta kolektyvinio dominavimo byloms oligopolio aplinkoje. Dėl to tikimasi, kad didžioji dalis koncentracijos nesuderinamumo su bendrąja rinka bylų ir toliau bus grindžiama dominavimo nustatymu. Todėl ši sąvoka numato svarbią nuorodą dėl konkurencinės žalos lygio, pritaikomo nustatant, ar koncentracija gali dideliu mastu riboti veiksmingą konkurenciją, ir todėl dėl intervencijos tikimybės ⁽⁴⁾. Šiuo tikslu šis pranešimas yra skirtas išsaugoti gairėms, kurių galima pasisemti iš ankstesnių sprendimų praktikos,

ir pilnai atsižvelgti į turimą Bendrijos teismų precedentų teisę.

5. Šio pranešimo tikslas – nubrėžti gaires apie tai, kaip Komisija turi vertinti koncentracijas ⁽⁵⁾, kai jose dalyvaujančios įmonės yra ar gali būti konkurentės toje pačioje atitinkamoje rinkoje ⁽⁶⁾. Šiame pranešime tokie susijungimai bus vadinami „horizontaliais susijungimais“. Šiame pranešime pateikiamas analitinis požiūris, kurį Komisija naudoja vertindama horizontalius susijungimus, tačiau jame neįmanoma išsamiai apibūdinti visų galimų tokio požiūrio taikymų. Komisija taiko pranešime aprašytą požiūrį konkreitiems kiekvienos bylos faktams ir aplinkybėms.

6. Šiame pranešime pateiktos gairės remiasi kaupiama Komisijos patirtimi vertinant horizontalius susijungimus pagal Reglamentą Nr. 4064/89 nuo jo įsigaliojimo 1990 m. rugsėjo 21 d. bei Europos Bendrijų Teisingumo Teismo ir Pirmosios instancijos teismo precedentų teise ir šią patirtį plėtoja. Komisija taikys bei toliau plėtos ir tobulins čia pateiktus principus individualiose bylose. Atsižvelgdama į būsimus pokyčius Komisija gali laikas nuo laiko patikslinti šį pranešimą.

7. Komisijos pateiktas Susijungimų reglamento aiškinimas dėl horizontalių susijungimų vertinimo nepažeidžia aiškinimo, kurį gali pateikti Europos Bendrijų Teisingumo Teismas arba Pirmosios instancijos teismas.

II. APŽVALGA

8. Veiksminga konkurencija teikia naudos vartotojams, pvz., žemas kainas, aukštos kokybės produktus, platų prekių ir paslaugų pasirinkimą ir novatoriškumą. Kontroluodama susijungimus Komisija užkerta kelią susijungimams, kurie, žymiai padidindami įmonių įtaką rinkoje, galėtų atimti iš vartotojų tokią naudą. „Įtakos rinkoje padidėjimas“ reiškia vienos ar kelių įmonių galėjimą pelningai padidinti kainas, sumažinti prekių ir paslaugų našumą, pasirinkimą ar kokybę, sumažinti novatoriškumą ar kitaip įtakoti konkurencijos parametrus. Šiame pranešime sąvoka „išaugusios kainos“ dažnai vartojama kaip sutrumpinta sąvoka įvardyti įvairiems būdams, kuriais susijungimas gali sukelti žalą konkurencijai ⁽⁷⁾. Įtakos rinkoje gali turėti ir tiekėjai, ir pirkėjai. Tačiau aiškumo sumetimais šiame dokumente „įtaka rinkoje“ paprastai reiškia tiekėjo įtaką rinkoje. Kai turima galvoje pirkėjo įtaką rinkoje, vartojama sąvoka „pirkėjo įtaka“.

9. Vertindama susijungimo padarinius konkurencijai, Komisija lygina konkurencines sąlygas, kurios atsirastų dėl susijungimo, apie kurį jai pranešta, su sąlygomis, kurios egzistuotų be tokio susijungimo ⁽⁸⁾. Daugeliu atvejų konkurencinės sąlygos, egzistuojančios susijungimo metu, yra tinkamas lyginimo pagrindas susijungimo padariniams įvertinti. Tačiau tam tikromis aplinkybėmis Komisija gali atsižvelgti į būsimus pokyčius rinkoje, kuriuos galima pagrįstai numatyti ⁽⁹⁾. Svarstydama, koks yra tinkamas lyginimo pagrindas, ji visų pirma gali atsižvelgti į galimą įmonių atėjimą ar pasitraukimą, jei susijungimas neįvyktų ⁽¹⁰⁾.

10. Komisijos atliekamas susijungimų vertinimas paprastai apima:

- a) tiriamo produkto ir geografinių rinkų apibrėžimą;
- b) konkurencinį susijungimo vertinimą.

Pagrindinis rinkos apibrėžimo tikslas yra sistemingai nustatyti artimiausius konkurencinius suvaržymus, gresiančius susijungusiam subjektui. Gaires šiuo klausimu galima rasti Komisijos pranešime dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams ⁽¹¹⁾. Konkurenciniam susijungimo vertinimui gali būti svarbios ir įvairios aplinkybės, padedančios apibrėžti atitinkamas rinkas.

11. Šio pranešimą pagrindą sudaro tokie elementai:

- a) Komisijos požiūris į rinkos dalis ir ribines koncentracijos vertes (III skirsnis);
- b) tikimybė, kad susijungimas turės konkurencijai nepalankių padarinių atitinkamose rinkose, nesant kompensacinių veiksmų (IV skirsnis);
- c) tikimybė, kad pirkėjo įtaka veiks kaip veiksnys, kompensuojantis dėl susijungimo atsiradusį įtakos rinkoje padidėjimą (V skirsnis);
- d) tikimybė, kad atėjimas išlaikys veiksmingą konkurenciją atitinkamose rinkose (VI skirsnis);
- e) tikimybė, kad našumas veiks kaip veiksnys, neutralizuojantis žalingus padarinius konkurencijai, kurie kitu atveju atsirastų dėl susijungimo (VII skirsnis);
- f) sąlygos bankrutuojančios įmonės gynybai (VIII skirsnis).

12. Siekdama įvertinti numatomą susijungimo poveikį ⁽¹²⁾ atitinkamoms rinkoms, Komisija analizuoja galimus konkurencijai nepalankius jo padarinius ir atitinkamus kompensacinius veiksmus, pvz., pirkėjo įtaką, atėjimo kliūčių dydį ir galimą našumą, kuriuos pateikia šalys. Išskirtinėmis aplinkybėmis Komisija pateikia, ar išlaikomos sąlygos bankrutuojančios įmonės gynybai.

13. Atsižvelgdama į šiuos elementus Komisija, remdamasi Susijungimų reglamento 2 straipsniu, nustato, ar susijungimas labai apribos veiksmingą konkurenciją, visų pirma sukurdamas ar sustiprindamas dominuojančią padėtį, ir todėl turėtų būti paskelbtas nesuderinamu su bendrąja rinka. Reikėtų pabrėžti, kad šie veiksniai nėra „kontrolinis sąrašas“, mechanškai taikytinas kiekvienoje byloje. Konkurencinė analizė konkrečioje byloje turi būti grindžiama bendru numatomo susijungimo poveikio įvertinimu atsižvelgiant į atitinkamus veiksmus ir sąlygas. Ne visi elementai visada yra svarbūs kiekvienam horizontaliam susijungimui, gali būti, jog ne visus bylos elementus reikės vienodai išsamiai vertinti.

III. RINKOS DALIS IR KONCENTRACIJOS LYGIAI

14. Rinkos dalys ir koncentracijos lygiai suteikia naudingas pirminias nuorodas apie rinkos struktūrą ir konkurencinę abiejų susijungiančių šalių ir jų konkurentų svarbą.

15. Paprastai konkurencinėje analizėje Komisija naudoja esamas rinkos dalis ⁽¹³⁾. Tačiau esamos rinkos dalys gali būti koreguojamos, kad atspindėtų pagrįstai tikrus būsimus pokyčius, pvz., atsižvelgiant į pasitraukimą, atėjimą ar plėtrą ⁽¹⁴⁾. Rinkos dalys po susijungimo apskaičiuojamos remiantis prielaida, kad susijungiančiųjų dalių bendra rinkos dalis po susijungimo lygi jų rinkos dalių iki susijungimo sumai ⁽¹⁵⁾. Gali būti naudojami istoriniai duomenys, jei dalys nepastovios, pvz., kai rinką apibūdina stambūs vienkartiniai užsakymai. Istorinių rinkos dalių pokyčiai gali suteikti naudingos informacijos apie konkurencijos procesą ir galimą būsimą įvairių konkurentų svarbą, pvz., nurodydami, ar įmonės įgijo ar prarado rinkos dalis. Bet kuriuo atveju Komisija nagrinėja rinkos dalis atsižvelgdama į rinkos sąlygas, pvz., ar rinkos pobūdis yra labai dinamiškas, ar rinkos struktūra yra nestabili dėl naujovių ar plėtros ⁽¹⁶⁾.

16. Bendras koncentracijos lygis rinkoje taip pat gali suteikti naudingos informacijos apie konkurencinę padėtį. Siekdama išmatuoti koncentracijos lygius, Komisija dažnai taiko Herfindahl-Hirschman indeksą (HHI) ⁽¹⁷⁾. HHI apskaičiuojamas susumuojant visų rinkoje veikiančių įmonių individualių rinkos dalių kvadratus ⁽¹⁸⁾. HHI suteikia proporcingai didesnę svorį didesnių įmonių rinkos dalims. Nors geriausia yra įtraukti į skaičiavimą visas įmones, informacijos apie labai mažas įmones nebuvimas nėra svarbus, nes tokios įmonės nedaro HHI didesnio poveikio. Nors absoliutinis HHI lygis gali suteikti pradinės informacijos apie rinkoje po susijungimo esantį konkurencinį spaudimą, HHI pokytis (vadinamas „delta“) yra naudingas pakaitinis koncentracijos pokyčio, kurį tiesiogiai sukėlė susijungimas, rodiklis ⁽¹⁹⁾.

Rinkos dalių lygiai

17. Remiantis įsigalėjusia precedentų teise, labai didelės rinkos dalys – 50 % ir daugiau – jau savaime gali rodyti dominuojančią padėtį rinkoje ⁽²⁰⁾. Tačiau mažesni konkurentai gali veikti kaip pakankama ribojanti įtaka, jei, pavyzdžiui, jie turi galimybę ir iniciatyvos didinti savo pasiūlą. Jei susijungime dalyvauja įmonė, kurios rinkos dalis po susijungimo liks mažesnė nei 50 %, tai taip pat gali kelti pavojų konkurencijai atsižvelgiant į kitus veiksnius, pvz., konkurentų stiprumą ir skaičių, pajėgumo suvaržymų buvimą ar mastą, kuriuo susijungiančių šalių produktai yra artimi pakaitalai. Tokiu būdu Komisija keliose bylose nusprendė, kad susijungimai, dėl kurių atsirado įmonės, turinčios nuo 40 % iki 50 % ⁽²¹⁾ rinkos, o tam tikrais atvejais ir mažiau nei 40 % ⁽²²⁾, sukuria arba sustiprina dominuojančią padėtį.
18. Koncentracijos, kurios, dėl ribotos atitinkamų įmonių rinkos dalies, negali riboti veiksmingos konkurencijos, gali būti laikomos suderinamomis su bendrąja rinka. Nepažeidžiant Sutarties 81 ir 82 straipsnių, to požymis ypač egzistuoja, jei atitinkamų įmonių rinkos dalis yra ne didesnė kaip 25 % ⁽²³⁾ bendrosios rinkos arba didelės jos dalies ⁽²⁴⁾.

HHI lygiai

19. Komisija veikiausiai nenustatys pavojų horizontaliai konkurencijai rinkoje, kai HHI po susijungimo yra mažesnis nei 1 000. Tokioms rinkoms paprastai nereikia išsamios analizės.
20. Komisija taip pat veikiausiai nenustatys pavojų horizontaliai konkurencijai, kai HHI po susijungimo yra nuo 1 000 iki 2 000, o delta – mažesnis nei 250, arba kai HHI po susijungimo yra didesnis nei 2 000, delta – mažesnis nei 150, išskyrus, jei yra ypatingų aplinkybių, pavyzdžiui, vienas ar keli iš tokių veiksmų:
- a) susijungime dalyvauja galimai ateisianti arba neseniai atėjusi į rinką įmonė, turinti mažą rinkos dalį;
 - b) viena ar kelios susijungiančios šalys yra svarbūs novatoriai, ir tai neatsispindi jų turimose rinkos dalyse;
 - c) tarp rinkos dalyvių yra didelis kryžminis akcijų valdymas ⁽²⁵⁾;
 - d) viena iš susijungiančių įmonių yra liberalioji įmonė, ir yra didelė tikimybė, kad ji nutrauks koordinuojamą elgseną;
 - e) yra buvusio ar esamo koordinavimo požymių arba palengvinančių veiksmų;

- f) vienos iš susijungiančių šalių rinkos dalis iki susijungimo yra 50 % ar daugiau ⁽²⁶⁾.

21. Kiekvieną iš šių HHI lygių, kartu su atitinkamomis deltomis, galima naudoti kaip pirminį požymį, kad nėra pavojaus konkurencijai. Tačiau jie neleidžia manyti, kad tokie pavojai yra arba kad jų nėra.

IV. GALIMI ANTIKONKURENCINIAI HORIZONTALIŲ SUSIJUNGIMŲ PADARINIAI

22. Yra du pagrindiniai būdai, kuriais horizontalūs susijungimai gali žymiai apriboti veiksmingą konkurenciją, ypač sukurdami arba sustiprindami dominuojančią padėtį:
- a) panaikindami svarbius konkurencinius suvaržymus vienai ar daugiau įmonių, dėl ko padidėtų įtaka rinkoje nesiimant koordinuotos elgsenos (nekoordinuojami padariniai);
 - b) pakeisdami konkurencijos pobūdį tokiu būdu, kad įmonės, kurios anksčiau nekoordinavo savo elgsenos, dabar daug labiau gali koordinuoti ir kelti kainas arba kitaip kenkti veiksmingai konkurencijai. Susijungimas taip pat gali palengvinti veiksmų koordinavimą, padaryti jį stabilesniu ar veiksmingesniu įmonėms, kurios koordinavo savo veiksmus iki susijungimo (koordinuojami padariniai).
23. Komisija vertina, ar susijungimo sukelti pokyčiai sukels bet kurį iš tų padarinių. Vertinant konkretų sandorį gali būti svarbūs abu pirmiau paminėti atvejai.

Nekoordinuojami padariniai ⁽²⁷⁾

24. Susijungimas gali labai apriboti veiksmingą konkurenciją rinkoje, jei pašalina svarbius konkurencijos suvaržymus vienam ar keliems pardavėjams, kurių įtaka rinkoje dėl to išauga. Labiausiai tiesioginis susijungimo padarinys būtų konkurencijos tarp susijungiančių įmonių panaikinimas. Pavyzdžiui, jei iki susijungimo viena susijungiančių įmonių pakėlė savo kainą, ji prarastų kai kuriuos pardavimus kitai susijungiančiai įmonei. Susijungimas panaikina šį konkretų suvaržymą. Nesusijungiančios įmonės toje pačioje rinkoje taip pat gali gauti naudos iš konkurencinio spaudimo sumažėjimo, kuris atsiranda dėl susijungimo, kadangi susijungiančių įmonių kainos padidėjimas gali perkelti tam tikrą paklausos dalį konkuruojančioms įmonėms, kurios savo ruožtu gali nuspręsti, jog yra pelninga pakelti savo kainas ⁽²⁸⁾. Šių konkurencinių suvaržymų sumažėjimas gali žymiai padidinti kainas atitinkamoje rinkoje.

25. Paprastai susijungimas, dėl kurio atsiranda tokie nekoordinuojami padariniai, gali žymiai apriboti veiksmingą konkurenciją sukurdamas arba sustiprindamas dominuojančią vienos įmonės, kuri paprastai turėtų žymiai didesnę rinkos dalį nei artimiausias konkurentas po susijungimo, padėtį. Be to, susijungimai oligopolinėse rinkose ⁽²⁹⁾, susiję su svarbių konkurencinių suvaržymų, kuriuos susijungiančiosios šalys anksčiau taikė viena kitai, panaikinimu ir su konkurencinio spaudimo likusiems konkurentams sumažinimu, taip pat gali, net jei yra maža tikimybė, kad oligopolio nariai koordinuos savo veiksmus, sukelti didelį konkurencijos apribojimą. Susijungimų reglamente paaiškinta, kad visi susijungimai, dėl kurių atsiranda tokie nekoordinuojami padariniai, taip pat laikomi nesuderinamais su bendrąja rinka ⁽³⁰⁾.
26. Daug veiksmų, kurie atskirai imant nebūtinai yra lemiantys, gali turėti įtakos tam, ar susijungimas gali turėti svarbių nekoordinuojamų padarinių. Tokių padarinių tikėtinumui nustatyti nebūtinai turi būti visi tokie veiksniai. Šis sąrašas taip pat nelaikytinas išsamiu.

Susijungiančios įmonės turi dideles rinkos dalis

27. Kuo didesnė rinkos dalis, tuo didesnė tikimybė, kad įmonė turi įtakos rinkoje. Ir kuo daugiau rinkos dalies pridėdama, tuo didesnė tikimybė, kad susijungimas žymiai padidins įtaką rinkoje. Kuo didesnis padidėjimas pardavimų pagrinde, dėl kurio naudojamosi didesnėmis ribomis po kainų padidinimo, tuo didesnė tikimybė, kad susijungiančios įmonės nuspręš, kad toks kainų padidinimas yra naudingas, nepaisant lydinčio našumo sumažėjimo. Nors rinkos dalys ir rinkos dalių pridėjimai nurodo tik pirmuosius įtakos rinkoje ir įtakos rinkoje padidėjimų požymius, paprastai jie yra svarbūs vertinimo veiksniai ⁽³¹⁾.

Susijungiančios įmonės yra artimi konkurentai

28. Produktai gali būti diferencijuoti ⁽³²⁾ atitinkamoje rinkoje taip, kad kai kurie produktai yra artimesni pakaitalai už kitus ⁽³³⁾. Kuo labiau susijungiančių įmonių produktai gali būti tarpusavyje pakeičiami, tuo didesnė tikimybė, kad susijungiančios įmonės žymiai pakels kainas ⁽³⁴⁾. Pavyzdžiui, kai susijungia du gamintojai, siūlantys produktus, kuriuos didelis klientų skaičius laiko savo pirmu ir antru pasirinkimu, tai gali sukelti žymų kainos išaugimą. Taigi faktas, kad šalių varžymasis buvo svarbus konkurencijos rinkoje šaltinis, gali būti pagrindinis veiksnys analizėje ⁽³⁵⁾. Aukštos ribos iki susijungimo ⁽³⁶⁾ taip pat gali padidinti didelio kainos išaugimo galimybę. Labiau tikėtina, kad susijungiančių įmonių noras pakelti kainas bus suvaržytas, jei konkuruojančios įmonės gamina artimus pakaitalus susijungiančių įmonių produktams, nei tada, kai jų siūlomi produktai yra mažiau artimi pakaitalai ⁽³⁷⁾. Todėl mažiau tikėtina, kad susijungimas žymiai apribos veiksmingą konkurenciją, ypač sukurdamas ar sustiprindamas dominuojančią padėtį, jei yra aukštas produktų, kuriuos gamina susijungiančios įmonės,

ir produktų, kuriuos tiekia konkuruojantys gamintojai, sukeičiamumo laipsnis.

29. Jei turima duomenų, sukeičiamumo laipsnį galima įvertinti atliekant klientų pirmenybės tyrimus, pirkimo modelių analizę, atitinkamų produktų kryžminės kainos elastingumo įvertinimą ⁽³⁸⁾ arba nukreipimo koeficientų įvertinimą ⁽³⁹⁾. Pasiūlymų rinkose gali būti įmanoma išmatuoti, ar istoriškai vienos iš susijungiančių šalių pateikti pasiūlymai buvo varžomi kitos susijungiančios šalies buvimo ⁽⁴⁰⁾.
30. Kai kuriose rinkose veikiančioms įmonėms gali būti palyginti lengva ir ne pernelyg brangu perskirstyti savo produktus arba išplėsti savo produktų portfelį. Komisija ypač nagrinėja, ar konkurentų arba susijungiančių šalių galimybė perskirstyti arba išplėsti produktų liniją gali įtakoti susijungiančio subjekto norą kelti kainas. Tačiau produkto perskirstymas arba produkto linijos išplėtimas dažnai būna rizikingas ir reikalauja negrįžtamųjų išlaidų ⁽⁴¹⁾ ir gali būti mažiau pelningas nei esama linija.

Klientai turi ribotas galimybes pakeisti tiekėją

31. Susijungiančių šalių klientams gali būti sunku pasirinkti kitus tiekėjus, nes yra mažai alternatyvių tiekėjų ⁽⁴²⁾ arba jie susidurtų su didelėmis keitimo išlaidomis ⁽⁴³⁾. Tokie klientai yra ypač pažeidžiami kainų padidinimu. Susijungimas gali paveikti tokių klientų gebėjimą apsiginti nuo kainų padidinimo. Taip ypač gali įvykti, jei klientai naudojami abiejų susijungiančių šalių pasiūla taip siekdami konkurencinių kainų. Duomenys apie ankstesnius klientų keitimo modelius ir reakcijas į kainų pokyčius gali suteikti svarbios informacijos šiuo klausimu.

Mažai tikėtina, kad konkurentai padidins pasiūlą, jei išaugs kaina

32. Jei rinkos sąlygos yra tokios, kad susijungiančių šalių konkurentai veikiausiai nepadidins savo pasiūlos žymiai, jei išaugs kainos, susijungiančios įmonės gali turėti stimulą sumažinti našumą iki žemesnio lygio nei jų bendras našumas iki susijungimo, taip pakeldamos kainas rinkoje ⁽⁴⁴⁾. Susijungimas didina stimulą mažinti našumą, suteikdamas susijungiančiai įmonei didesnę pardavimų pagrindą, dėl kurio naudojamosi didesnėmis ribomis, kylančiomis iš kainų išaugimo, sukulto sumažinus našumą.
33. Atvirkščiai, jei rinkos sąlygos yra tokios, kad konkuruojančios įmonės turi pakankamai pajėgumo ir pelningumo pakankamai padidinti našumą, Komisija veikiausiai nenusitatys, kad susijungimas sukurs arba sustiprins dominuojančią padėtį arba kitaip žymiai apribos veiksmingą konkurenciją.
34. Toks našumo padidinimas yra ypač mažai tikėtinas, jei konkurentams taikomi privalomi našumo suvaržymai, o našumo padidinimas yra brangus ⁽⁴⁵⁾, arba jei esamas perteklinis pajėgumas yra žymiai brangesnis nei dabar naudojamas našumas.

35. Nors labiau tikėtina, kad našumo suvaržymai bus svarbūs, jei prekės yra palyginti vienodos, jie gali būti svarbūs ir jei įmonės siūlo skirtingus produktus.

Susijungęs subjektas gali trukdyti konkurentų plėtrai

36. Kai kurie siūlomi susijungimai, jei jiems būtų leista įvykti, žymiai apribotų veiksmingą konkurenciją suteikdami susijungusiai įmonei tokią padėtį, kurioje ji galėtų ir norėtų apsunkinti smulkesnių įmonių ir galimų konkurentų plėtrą arba kitaip apribotų konkuruojančių įmonių pajėgumą konkuruoti. Tokiu atveju konkurentai negali, nei atskirai, nei kartu, pajėgti varžyti susijungusį subjektą tokiu mastu, kad šis negalėtų didinti kainų ar imtis kitų konkurencijai žalingų veiksmų. Pavyzdžiui, susijungęs subjektas gali kontroliuoti arba įtakoti našumų pasiūlą⁽⁴⁶⁾ arba paskirstymo galimybes⁽⁴⁷⁾ tokiu mastu, kad konkuruojančių įmonių plėtra arba atėjimas į rinką būtų pernelyg brangūs. Panašiai, susijungusio subjekto turima patentų⁽⁴⁸⁾ arba kitokios intelektinės nuosavybės (pvz., prekių ženklų⁽⁴⁹⁾) kontrolė gali apsunkinti konkurentų plėtrą arba atėjimą į rinką. Rinkose, kuriose svarbi skirtingų infrastruktūrų ar platformų sąveika⁽⁵⁰⁾, susijungimas gali suteikti susijungusiam subjektui galimybę ir stimulą padidinti konkurentų išlaidas arba sumažinti jų paslaugų kokybę⁽⁵¹⁾. Atlikdama šį vertinimą, Komisija, *inter alia*, gali atsižvelgti į finansinę susijungusio subjekto galią lyginant su jo konkurentais⁽⁵²⁾.

Susijungimas panaikina svarbią konkurencinę jėgą

37. Tam tikros įmonės turi didesnę įtaką konkurencijos procesui nei galima spręsti iš jų rinkos dalių ar panašių matų. Susijungimas, kuriame dalyvauja tokia įmonė, gali pakeisti konkurencijos dinamiką konkurencijai labai žalingu būdu, ypač jei rinka jau yra koncentruota⁽⁵³⁾. Pavyzdžiui, įmonė gali būti neseniai atėjusi į rinką, ir tikimasi, kad ateityje ji vykdys didelį konkurencinį spaudimą kitoms rinkoje esančioms įmonėms.
38. Rinkose, kuriose svarbi konkurencinė jėga yra novatoriškumas, susijungimas gali padidinti įmonės galimybę ir stimulą atnešti į rinką naujovių ir, tokiu būdu, padidinti konkurencinį spaudimą varžovams diegti naujoves toje rinkoje. Alternatyviu atveju veiksmingą konkurenciją gali labai apriboti dviejų svarbių novatorių susijungimas, pvz., dviejų bendrovių su „rengiamais“ produktais, susijusiais su specifine produkto rinka. Panašiai įmonė, turinti palyginti mažą rinkos dalį, nepaisant to gali būti svarbia konkurencine jėga, jei ji turi daug žadančių rengiamų produktų⁽⁵⁴⁾.

Koordinuojami padariniai

39. Kai kurių rinkų struktūra gali būti tokia, kad įmonėms atrodytų įmanoma, ekonomiškai pagrįsta ir todėl pageidautina tolygiai imtis veiksmų rinkoje, kuriais siekiama parduoti didesnėmis kainomis. Susijungimas koncentruotoje rinkoje gali žymiai apriboti veiksmingą konkurenciją sukurdamas arba sustiprindamas kolektyvią dominuojančią padėtį, nes jis sukuria tikimybę, kad įmonės gali koordinuoti savo

elgseną tokiu būdu ir didinti kainas, netgi nesudarydamos susitarimų ir nesiimdamos suderintų veiksmų kaip numatyta Sutarties 81 straipsnyje⁽⁵⁵⁾. (Byla T-102/96, *Gencor* prieš Komisiją, (1999) ECR II-753, 277 pastraipa; Byla T-342/99, *Airtours* prieš Komisiją, (2002) ECR II-2585, 61 pastraipa). Be to, susijungimas gali palengvinti koordinavimą, padaryti jį stabilesniu ar veiksmingesniu įmonėms, kurios koordinavo savo veiksmus dar iki susijungimo, paversdamas koordinavimą tvirtesniu arba leisdamas įmonėms koordinuoti savo veiksmus dar labiau keliant kainas.

40. Koordinavimas gali vykti įvairiomis formomis. Tam tikrose rinkose labiausiai tikėtinas koordinavimas gali vykti laikant kainas aukščiau konkurencinio lygio. Kitose rinkose koordinavimu galima siekti apriboti produkciją arba naujo į rinką įnešto pajėgumo kiekį. Įmonės taip pat gali koordinuoti savo veiksmus padalindamos rinką, pvz., pagal geografines sritis⁽⁵⁶⁾ arba kitus klientų bruožus, arba paskirstydamos sutartis pasiūlymų rinkose.
41. Labiau tikėtina, kad veiksmas bus koordinuojami rinkose, kuriose yra palyginti paprasta pasiekti bendrą susitarimą dėl koordinavimo sąlygų. Be to, kad koordinavimas būtų tolygus, būtinos trys sąlygos. Pirmą, veiksmus koordinuojančios įmonės privalo galėti pakankamu mastu kontroliuoti, ar laikomasi koordinavimo sąlygų. Antra, disciplina reikalauja, kad būtų tam tikros formos patikimas atgrasymo mechanizmas, kurį galima paleisti, jei aptinkamas nukrypimas nuo koordinavimo sąlygų. Trečia, pašaliečių, pvz., veiksmų koordinavime nedalyvaujančių esamų ar būsimų konkurentų bei klientų, reakcija neturėtų kelti pavojaus koordinavimu siekiamiems rezultatams⁽⁵⁷⁾.
42. Komisija nagrinėja, ar būtų įmanoma pasiekti koordinavimo sąlygas ir ar koordinavimas gali būti tolygus. Šiuo atžvilgiu Komisija nagrinėja pokyčius, kuriuos sukelia susijungimas. Rinkoje veikiančių įmonių skaičiaus sumažėjimas savaime gali būti koordinavimą lengvinančiu veiksmu. Tačiau susijungimas taip pat gali padidinti koordinuojamų padarinių tikimybę arba svarbą kitais būdais. Pavyzdžiui, susijungime gali dalyvauti „liberali“ įmonė, kuri anksčiau yra užkirtusi kelią koordinavimui arba jį nutraukusi, pvz., nesekdama jos konkurento atliktu kainų padidiniu, arba pasižymi bruožais, kurie suteikia jai stimulą remti kitokius strateginius pasirinkimus nei norėtų koordinuojantys jos konkurentai. Jei susijungusi įmonė priimtų strategijas, panašias į kitų konkurentų, likusioms įmonėms būtų lengviau koordinuoti savo veiksmus, ir susijungimas padidintų koordinavimo tikimybę, stabilumą ar veiksmingumą.

43. Vertindama koordinuojamų padarinių tikimybę Komisija atsižvelgia į visą turimą svarbią informaciją apie atitinkamų rinkų bruožus, įskaitant ir struktūrines ypatybes, ir įmonių elgseną⁽⁵⁸⁾. Praeityje vykusio veiksmų koordinavimo požymiai yra svarbūs, jei atitinkamos rinkos bruožai labai nekeitė arba tikėtina, jog nekeis artimoje ateityje⁽⁵⁹⁾. Panašiai naujinga gali būti ir informacija apie veiksmų koordinavimą panašiose rinkose.

Susitarimas dėl koordinavimo sąlygų

Nukrypimų monitoringas

44. Labiau tikėtina, kad veiksmai bus koordinuojami, jei konkurentai gali lengvai pasiekti bendrą požiūrį į tai, kaip koordinavimas turėtų veikti. Veiksmus koordinuojančios įmonės turėtų turėti panašų požiūrį į tai, kokie veiksmai būtų laikomi derančiais su suderinta elgsena, o kokie ne.
45. Paprastai kuo mažiau sudėtinga ir kuo stabilesnė ekonominė aplinka, tuo įmonėms lengviau susitarti dėl koordinavimo sąlygų. Pavyzdžiui, veiksmus koordinuoti lengviau, kai veikėjų yra mažiau. Taip pat lengviau koordinuoti vieną vienasrūšio produkto kainą, nei šimtus kainų rinkoje, turinčioje daug skirtingų produktų. Panašiai lengviau koordinuoti kainą, kai paklausa ir pasiūlos sąlygos yra palyginti stabilios, nei tada kai jos nuolat kinta⁽⁶⁰⁾. Šiame kontekste nepastovi paklausa, didelis vidinis kelių įmonių rinkoje augimas arba dažnas naujų įmonių atėjimas gali rodyti, kad esama situacija nėra pakankamai stabili, vadinasi koordinavimas nėra tikėtinas⁽⁶¹⁾. Rinkose, kuriose svarbus inovatoriškumas, koordinavimas gali būti sunkesnis, nes inovacijos, ypač reikšmingos, gali leisti vienai įmonei įgyti didelį privalumą savo konkurentų atžvilgiu.
46. Veiksmų koordinavimas dalinant rinką yra lengvesnis, jei klientai turi nesudėtingus būdingus bruožus, leidžiančius koordinuojančioms įmonėms lengvai juos paskirstyti. Tokie bruožai gali būti grindžiami geografija, kliento tipu ar tiesiog buvimu klientų, kurie paprastai perka iš vienos konkrečios įmonės. Koordinavimas dalinant rinką gali būti palyginti nesudėtingas, jei lengva identifikuoti kiekvieno kliento tiekėją, o koordinavimo priemonė yra esamų klientų paskirstymas dabartiniam jų tiekėjui.
47. Tačiau savo veiksmus koordinuojančios įmonės greta rinkos dalinimo gali rasti kitų būdų įveikti problemoms, kurias kelia ekonominės aplinkos sudėtingumas. Pavyzdžiui, jos gali sukurti paprastas kainodaros taisykles, sumažinančias sunkumus, kylančius koordinuojant didelį kainų skaičių. Vienas tokios taisyklės pavyzdys yra mažo skaičiaus kainodaros punktų sukūrimas, taip sumažintas koordinavimo problema. Kitas pavyzdys – nustatytas santykis tarp tam tikrų bazinių kainų ir tam tikrų kitų kainų, taip kad kainos iš esmės kistų lygiagrečiai. Viešai prieinama svarbiausia informacija, informacijos mainai prekybos asociacijose arba informacija, gauta dalyvaujant bendrame akcijų valdyme ir bendrose įmonėse, taip pat gali padėti įmonėms susitarti dėl koordinavimo sąlygų. Kuo sudėtingesnė rinkos situacija, tuo daugiau skaidrumo ar bendravimo veikiausiai reikės norint susitarti dėl koordinavimo sąlygų.
48. Įmonėms gali būti lengviau susitarti dėl koordinavimo sąlygų, jei jos yra palyginti simetriškos⁽⁶²⁾, ypač išlaidų struktūromis, rinkos dalimis, pajėgumo lygiais ir vertikalios integracijos lygiais⁽⁶³⁾. Struktūriniai ryšiai, pvz., bendras akcijų valdymas ar dalyvavimas bendrose įmonėse, taip pat gali padėti savo veiksmus koordinuojančioms įmonėms suderinti savo motyvus⁽⁶⁴⁾.
49. Savo veiksmus koordinuojančios įmonės dažnai linksta didinti savo dalį rinkoje nukrypdomos nuo koordinavimo sąlygų, pavyzdžiui, mažindamos kainas, siūlydamos slaptas nuolaidas, gerindamos produkto kokybę ar pajėgumą arba mėgindamos laimėti naujų klientų. Tik pagrįsta savalaikių ir pakankamų atsakomųjų veiksmų grėsmė sulaiko įmones nuo nukrypimo. Todėl rinkos turi būti pakankamai skaidrios, kad leistų veiksmus koordinuojančioms įmonėms pakankamu mastu kontroliuoti, ar kitos įmonės nenukrypsta nuo koordinavimo sąlygų, ir tokiu būdu sužinoti, kada imtis atsakomųjų veiksmų⁽⁶⁵⁾.
50. Rinkos skaidrumas dažnai yra didesnis, jei joje yra mažiau aktyvių dalyvių. Be to, skaidrumo lygis dažnai priklauso nuo to, kaip rinkos sandoriai vyksta konkrečioje rinkoje. Pavyzdžiui, skaidrumo galimybė yra didesnė rinkoje, kurioje sandoriai sudaromi viešų mainų būdu arba atvirame aukcione⁽⁶⁶⁾. Ir priešingai, skaidrumas gali būti menkas rinkoje, kurioje dėl sandorių pirkėjai ir pardavėjai konfidencialiai susitaria dvišaliu pagrindu⁽⁶⁷⁾. Vertinant skaidrumo lygį rinkoje svarbiausia yra nustatyti, ką įmonės gali numanyti apie kitų įmonių veiksmus pagal prieinamą informaciją⁽⁶⁸⁾. Veiksmus koordinuojančios įmonės turėtų būti pajėgios su tam tikru tikrumu nustatyti, ar netikėta elgsena yra nukrypimo nuo koordinavimo sąlygų pasekmė. Pavyzdžiui, nestabiliose aplinkose įmonei gali būti sunku sužinoti, ar jos pardavimai sumažėjo dėl bendro žemo paklausa lygio, ar dėl to, kad jos konkurentas pasiūlė ypač žemas kainas. Panašiai, kai svyruoja bendra paklausa arba išlaidų sąlygos, gali būti sunku nuspręsti, ar konkurentas mažina savo kainą, nes tikisi, jog koordinuojamos kainos kris, ar todėl kad nukrypsta nuo susitarimo.
51. Kai kuriose rinkose, kur bendros sąlygos, atrodo, yra tokios, kad nukrypimų monitoringas yra sunkus, įmonės vis dėlto gali imtis veiksmų, kurie palengvina monitoringą, net jei tokie veiksmai atliekami ir dėl kitų tikslų. Tokie veiksmai, pavyzdžiui, pasitarimo-konkurencijos arba palankiausio kliento sąlygos, savanoriškas informacijos skelbimas, pranešimai arba keitimasis informacija prekybos asociacijose, gali padidinti skaidrumą arba padėti konkurentams aiškinti atliktus veiksmus. Kryžminis direktoriavimas, dalyvavimas bendrose įmonėse ir panašūs susitarimai taip pat gali palengvinti monitoringą.

Atgrasymo mechanizmai

52. Koordinavimas nėra tolygus, jei nukrypimo pasekmės nėra pakankamai griežtos, kad įtikintų veiksmus koordinuojančias įmones, jog koordinavimo sąlygų laikymasis joms yra naudingiausias. Taigi būtent būsimų atsakomųjų priemonių grėsmė palaiko koordinavimo tolydumą⁽⁶⁹⁾. Tačiau tokia grėsmė yra tikėtina, tik jei yra pakankamai tikrumo, kad, aptikus vienos iš įmonių nukrypimą, bus paleistas koks nors atgrasymo mechanizmas⁽⁷⁰⁾.

53. Jei atsakomosios priemonės pasirodo tik po ilgo laikotarpio arba jei nėra tikra, kad jų bus imtasi, mažiau tikėtina, jog jų pakaks nukrypimo naudai atverti. Pavyzdžiui, jei rinkai būdingi nedažni stambūs užsakymai, gali būti sunku sukurti pakankamai griežtą atgrasymo mechanizmą, nes pelnas, gautas nukrypus tinkamu metu, gali būti didelis, užtikrintas ir greitas, o baudžiant patirti nuostoliai gali būti maži, neapibrėžti ir atsirasti tik po tam tikro laiko. Atgrasymo mechanizmų įgyvendinimo sparta yra susijusi su skaidrumo klausimu. Jei įmonės gali pastebėti savo konkurentų veiksmus tik po ilgo laikotarpio, panašiai bus atidėtos ir atsakomosios priemonės, ir tai gali turėti įtakos tam, ar jų pakanka atgrasinti nuo nukrypimo.
54. Atgrasymo mechanizmo patikimumas priklauso nuo to, ar kitos veiksmus koordinuojančios įmonės turi stimulo imtis atsakomųjų priemonių. Kai kurie atgrasymo mechanizmai, pvz., laikino kainų karo su pažeidėju pradėjimas arba didelis našumo padidinimas, gali atnešti atsakomąsias priemones vykdančioms įmonėms trumpalaikių ekonominių nuostolių. Tai nebūtinai pašalina stimulą imtis atsakomųjų priemonių, nes trumpalaikiai nuostoliai gali būti mažesni nei ilgalaikė atsakomųjų priemonių nauda, gaunama grąžinant koordinavimo režimą.
55. Atsakomosios priemonės nebūtinai turi vykti toje pačioje rinkoje, kurioje buvo padarytas nukrypimas ⁽⁷¹⁾. Jei koordinuojančios įmonės komerciškai sąveikauja kitose rinkose, šios gali pasiūlyti įvairių atsakomųjų priemonių metodų ⁽⁷²⁾. Atsakomosios priemonės gali įgauti daugybę formų, įskaitant bendrų įmonių ar kitų bendradarbiavimo formų panaikinimą arba akcijų, turimų bendrai valdomose bendrovėse, pardavimą.

Pašaliečių reakcija

56. Kad veiksmų koordinavimas būtų sėkmingas, nekoordinuojančių įmonių ir galimų konkurentų bei klientų veiksmai neturi galėti kelti pavojaus laukiamai koordinavimo naudai. Pavyzdžiui, jei koordinavimu siekiama sumažinti bendrą pajėgumą rinkoje, tai tik pakenks vartotojams, jei veiksmų nekoordinuojančios įmonės negali arba nenori reaguoti į šį sumažinimą pakankamai padidindamos savo pajėgumą ir taip užkirsdomos kelią grynai pajėgumo sumažėjimui ar bent jau paversdamos koordinuotą pajėgumo sumažinimą nepelningu ⁽⁷³⁾.
57. Naujos įmonės atėjimo ir kompensuojamosios klientų perkamosios galios poveikiai analizuojami tolesniuose skirsniuose. Tačiau ypatingas dėmesys teikiamas galimam šių elementų poveikiui koordinavimo stabilumui. Pavyzdžiui, sutelkdamas didelį savo poreikių kiekį vienam tiekėjui arba siūlydamas ilgalaikes sutartis, stambus pirkėjas gali paversti koordinavimą nestabiliu, sėkmingai kviesdamas vieną iš veiksmus koordinuojančių įmonių pažeisti susitarimą ir taip pradėti didelį naują verslą.

Susijungimas su potencialiu konkurentu

58. Koncentracijos, kai jau aktyvi atitinkamoje rinkoje įmonė susijungia su potencialiu konkurentu toje rinkoje, gali turėti panašių konkurencijai žalingų padarinių kaip ir susijungimai dviejų jau aktyvių toje pačioje atitinkamoje rinkoje įmonių ir tokiu būdu labai apriboti veiksmingą konkurenciją, ypač sukurdamas ar sustiprindamas dominuojančią padėtį.
59. Susijungimas su potencialiu konkurentu gali turėti horizontalių antikonkurencinių padarinių, koordinuojamų ar nekoordinuojamų, jei potencialus konkurentas žymiai suvaržo rinkoje aktyvių įmonių elgseną. Taip nutinka, jei potencialus konkurentas turi turto, kurį lengvai gali panaudoti atėjimui į rinką nepatirdamas didesnių negrįžtamųjų išlaidų. Konkurencijai žalingi padariniai taip pat gali atsirasti, jei susijungimo partneris labai tikėtinais patirs reikalingas negrįžtamas išlaidas siekdamas ateiti į rinką per palyginti trumpą laikotarpį, o po to ši bendrovė suvaržytų rinkoje jau aktyvių įmonių elgseną ⁽⁷⁴⁾.
60. Kad susijungimas su potencialiu konkurentu turėtų svarbių antikonkurencinių padarinių, turi būti tenkinamos dvi pagrindinės sąlygos. Pirma, potencialus konkurentas turi jau turėti didelės varžančios įtakos arba turi būti didelė tikimybė, kad jis virs veiksminga konkurencine jėga. Duomenys, kad potencialus konkurentas planuoja ateiti į rinką, smarkiai galėtų padėti Komisijai prieiti tokios išvados ⁽⁷⁵⁾. Antra, turi būti nepakankamas skaičius kitų potencialių konkurentų, galinčių atlaikyti pakankamą konkurencinį spaudimą po susijungimo ⁽⁷⁶⁾.

Susijungimai, sukuriantys ar sustiprinantys pirkėjo įtaką tiekėjų rinkoje

61. Komisija taip pat gali analizuoti, koku mastu susijungęs subjektas padidins savo pirkėjo įtaką tiekėjų rinkose. Viena vertus, susijungimas, kuris sukuria ar sustiprina pirkėjo įtaką rinkoje, gali labai apriboti veiksmingą konkurenciją, ypač jei sukuria ar sustiprina dominuojančią padėtį. Susijungusi įmonė gali pajėgti gauti žemesnes kainas sumažindama savąjį gamybos priemonių pirkimą. Tai savo ruožtu gali sumažinti jos našumą galutinio produkto rinkoje ir taip pakenkti vartotojui ⁽⁷⁷⁾. Tokie padariniai ypač gali atsirasti, jei tiekiantys pardavėjai yra palyginti fragmentuoti. Konkurencija vartotojų rinkose taip pat gali patirti neigiamą poveikį, jei, visų pirma, susijungęs subjektas norėtų naudoti savo pirkėjo įtaką vis-à-vis savo tiekėjus trukdydamas konkurentams ⁽⁷⁸⁾.
62. Kita vertus, padidėjusi pirkėjo įtaką gali būti naudinga konkurencijai. Jei išaugusi pirkėjo galia sumažina gamybos priemonių išlaidas neribodama vartotojų konkurencijos ar bendro našumo, tuomet tikėtina, kad dalis šių išlaidų sumažinimo teks vartotojams mažesnių kainų pavidalu.

63. Todėl siekiant įvertinti, ar susijungimas žymiai apribos veiksmingą konkurenciją sukurdamas ar sustiprindamas pirkėjo įtaką, reikia tirti konkurencines sąlygas tiekėjų rinkose ir įvertinti pirmiau aprašytus galimus neigiamus ar teigiamus padarinius.

V. KOMPENSACINĖ PIRKĖJO ĮTAKA

64. Konkurencinį spaudimą tiekėjui vykdo ne tik konkurentai, jis gali kilti ir iš klientų. Net ir labai didelės rinkos dalis turinčios įmonės negali po susijungimo labai riboti veiksmingą konkurenciją, ypač veikdamos dideliu mastu nepriklausomai nuo savo klientų, jei pastarieji turi kompensacinę pirkėjo įtaką ⁽⁷⁹⁾. Kompensacinę pirkėjo įtaką šiame kontekste reikia suprasti kaip derybinę jėgą, kurią komercinėse derybose pirkėjas turi vis-à-vis pardavėjus dėl savo dydžio, komercinės svarbos pardavėjui ir pajėgumo pasirinkti kitus tiekėjus.
65. Prireikus Komisija svarsto, koku mastu klientai pajėgs pasipriešinti įtakos rinkoje išaugimui, kurią kitu atveju galėtų sukurti susijungimas. Vienas kompensacinės pirkėjo įtakos šaltinis būtų, jei klientas galėtų pagrįstai grasinti per pagrįstą laikotarpį pereisiant prie alternatyvių tiekimo šaltinių, jei tiekėjas nuspręstų padidinti kainas ⁽⁸⁰⁾ ar kitaip pabloginti tiekimo kokybę ar sąlygas. Taip būtų, jei pirkėjas galėtų nedelsdamas pakeisti tiekėjus ⁽⁸¹⁾, pagrįstai grasinti vertikaliai integruotis į tiekėjų pramonę arba remti tiekėjų plėtrą ar atėjimą ⁽⁸²⁾, pavyzdžiui, įtikinti potencialių dalyvių ateiti, išpareigodamas pateikti šiai bendrovei didelius užsakymus. Labiau tikėtina, kad tokią kompensacinę pirkėjo įtaką turės stambūs ir patyrę klientai, nei mažesnės įmonės fragmentuotoje pramonėje ⁽⁸³⁾. Pirkėjas taip pat gali naudotis kompensacine pirkėjo įtaka atsisakydamas pirkti kitus to tiekėjo gaminamus produktus arba, ypač ilgalaikio vartojimo prekių atveju, atidėdamas pirkimus.
66. Tam tikrais atvejais gali būti svarbu ypatingą dėmesį skirti pirkėjų stimulams pasinaudoti savo kaip pirkėjo įtaka ⁽⁸⁴⁾. Pavyzdžiui, į vartotojus orientuota įmonė galbūt nenorės investuoti į naujo atėjimo rėmimą, jei tokio atėjimo nauda, susijusia su žemesnėmis gamybos priemonių išlaidomis, galėtų naudotis ir jos konkurentai.
67. Negalima nustatyti, kad kompensacinę pirkėjo įtaką pakankamai atsveria potencialius neigiamus susijungimo padarinius, jei ji tik užtikrina, kad tam tikras klientų segmentas ⁽⁸⁵⁾, turintis didelę derėjimosi galią, apsaugomas nuo žymaus kainos išaugimo ir pablogėjusių sąlygų po susijungimo ⁽⁸⁶⁾. Be to, nepakanka, kad pirkėjo įtaka egzistuotų tik iki susijungimo, ji turi egzistuoti ir likti veiksminga ir po susijungimo. Taip yra todėl, kad dviejų tiekėjų susijungimas gali sumažinti pirkėjo įtaką, jei susijungimu pašalinama tikėtina alternatyva.

VI. NAUJOS ĮMONĖS ATĖJIMAS

68. Jei naujos įmonės atėjimas į rinką yra palyginti lengvas, susijungimas veikiausiai nesukels didesnio pavojaus konkurencijai. Todėl atėjimo analizė yra svarbi bendro konkurencijos įvertinimo dalis. Kad atėjimą būtų galima laikyti pakankamu konkurenciniu suvaržymu susijungiančioms šalims, turi būti įrodyta, kad jis yra tikėtinas, savalaikis ir pakankamas atgrasinti ar įveikti bet kokius potencialius susijungimo padarinius.

Atėjimo tikimybė

69. Komisija tiria, ar atėjimas yra tikėtinas arba ar potencialus atėjimas gali suvaržyti dalyvių elgseną po susijungimo. Kad atėjimas būtų veiksmingas, jis turi būti pakankamai pelningas, atsižvelgiant į papildomo našumo suteikimo rinkai poveikį kainoms ir potencialius dalyvių atsakus. Taigi atėjimas yra mažiau tikėtinas, jei jis būtų ekonomiškai gyvybingas tik dideliu mastu, taip sukeldamas ryškų kainų lygių sumažėjimą. Atėjimas veikiausiai bus sunkesnis, jei dalyviai gali ginti turimas rinkos dalis siūlydami ilgalaikes sutartis arba duodami tikslingas išankstines kainas nuolaidas tiems klientams, kuriuos mėgina perimti atėjūnas. Be to, atėjimo tikimybę gali sumažinti didelė nepavykusio atėjimo rizika ir išlaidos. Nepavykusio atėjimo išlaidos bus tuo didesnės, kuo didesnis yra su atėjimu susijusių negrįžtančiųjų išlaidų lygis ⁽⁸⁷⁾.
70. Potencialūs atėjūnai gali susidurti su kliūtimis atėjimui, kurios nulemia atėjimo riziką ir išlaidas bei taip turi įtakos atėjimo pelningumui. Kliūtys atėjimui yra specifiniai rinkos bruožai, suteikiantys įmonėms senbuvėms privalumų prieš potencialius konkurentus. Jei kliūtys atėjimui yra mažos, tikimybė, kad atėjimas varžys susijungiančias šalis, yra didesnė. Ir priešingai, jei kliūtys atėjimui mažos, susijungiančių įmonių daromo kainų didinimo atėjimas veikiausiai nevaržys. Istoriniai atėjimo ir pasitraukimo toje pramonės šakoje pavyzdžiai gali suteikti naudingos informacijos apie tokių kliūčių atėjimui dydį.
71. Kliūtys atėjimui gali būti įvairių pavidalų:
- a) teisiniai privalumai apima situacijas, kai norminės kliūtys riboja rinkos dalyvių skaičių, pvz., ribodamos licencijų skaičių ⁽⁸⁸⁾. Jos taip pat apima tarifines ir netarifines prekybos kliūtis ⁽⁸⁹⁾;
 - b) senbuviai taip pat gali naudotis techniniais privalumais, pvz., lengvatiniais priėjimais prie būtinų priemonių, natūralių išteklių ⁽⁹⁰⁾, naujovių bei mokslinių tyrimų ir taikomosios veiklos ⁽⁹¹⁾ arba intelektualinės nuosavybės teisių ⁽⁹²⁾, kurios bet kokiai įmonei apsunkina sėkmingą konkurenciją. Pavyzdžiui, tam tikrose pramonės šakose gali būti sunku gauti būtinų gamybos medžiagų, patentai gali saugoti produktus ar procesus. Kiti veiksniai, pvz., masto ir apimties ekonomija, paskirstymo ir pardavimų tinklai ⁽⁹³⁾, priėjimas prie svarbių technologijų, taip pat gali būti kliūtys atėjimui;

- c) be to, kliūtys atėjimui gali egzistuoti ir dėl tvirtos senbuvų padėties rinkoje. Gali būti sunku ateiti į tam tikrą pramonės šaką, nes patirtis arba reputacija yra būtini siekiant veiksmingai konkuruoti, o atėjūnui ir viena, ir kita gali būti sunkiai gaunama. Šiame kontekste taip pat reikia atsižvelgti į tokius veiksnius kaip vartotojo ištikimybė tam tikram prekės ženklui ⁽⁹⁴⁾, tiekėjų ir klientų ryšių glaudumas, reklamos svarba arba kiti su reputacija susiję privalumai ⁽⁹⁵⁾. Kliūtys atėjimui taip pat apima situacijas, kai senbuviai jau išipareigoję sukurti didelį perteklinį pajėgumą ⁽⁹⁶⁾ arba kai atėjimui gali kliudyti išlaidos, su kuriomis susidurtų klientas rinkdamasis naują tiekėją.
72. Vertinant, ar atėjimas būtų pelningas ar ne, reikia atsižvelgti į laukiamą rinkos raidą. Labiau tikėtina, kad atėjimas bus pelningas rinkoje, kurioje tikimasi didelio augimo ateityje ⁽⁹⁷⁾, nei rinkoje, kuri yra subrendusi arba laukiama, jog ji smuks ⁽⁹⁸⁾. Masto ekonomija arba tinklo poveikiai gali paversti atėjimą nepelningu, nebent atėjūnas galėtų gauti pakankamai didelę rinkos dalį ⁽⁹⁹⁾.
73. Atėjimas yra ypač tikėtinas, jei tiekėjai kitose rinkose jau turi gamybos priemonių, kurias galima panaudoti atėjimui į rinką, taip sumažinant negrįžtamas atėjimo išlaidas. Kuo mažesnis pelningumo skirtumas tarp atėjimo ir neatėjimo iki susijungimo, tuo labiau tikėtinas toks gamybos priemonių persikirstymas.

Savalaikiškumas

74. Komisija tiria, ar atėjimas būtų pakankamai greitas ir ilgalakis, kad atgrasintų nuo naudojimosi įtaka rinkoje arba jį nugalėtų. Tai, kas laikoma tinkamu laikotarpiu, priklauso nuo rinkos bruožų ir dinamikos, taip pat nuo specifinių potencialių atėjūnų pajėgumų ⁽¹⁰⁰⁾. Tačiau paprastai atėjimas laikomas savalaikiu, jei jis įvyksta per dvejus metus.

Pakankamumas

75. Atėjimas turi būti pakankamo masto ir dydžio, kad atgrasintų nuo neigiamų susijungimo padarinių ar juos nugalėtų ⁽¹⁰¹⁾. Mažo mastelio atėjimas, pvz., į tam tikrą rinkos „nišą“, negali būti laikomas pakankamu.

VII. NAŠUMAS

76. Įmonių reorganizacijos, atliekamos susijungimų pavidalu, gali atitikti dinamiškos konkurencijos reikalavimus ir didinti pramonės konkurencingumą, tuo gerindamos ekonomikos augimo sąlygas ir keldamos gyvenimo lygį Bendrijoje ⁽¹⁰²⁾. Įmanoma, kad susijungimo sukeltas našumas neutralizuoja padarinius konkurencijai ir ypač potencialią žalą vartotojams, kurią jie kitu atveju patirtų ⁽¹⁰³⁾. Siekdamą įvertinti, ar susijungimas žymiai apribotų veiksmingą konkurenciją,

ypač sukurdamas arba sustiprindamas dominuojančią padėtį kaip apibrėžta Susijungimų reglamento 2 straipsnio 2 ir 3 dalyje, Komisija atlieka bendrą konkurencinį susijungimo įvertinimą. Atlikdama šį įvertinimą, Komisija atsižvelgia į 2 straipsnio 1 dalyje nurodytus veiksnius, įskaitant techninės ir ekonominės pažangos raidą, su sąlyga, kad ji naudinga vartotojams ir nesudaro kliūčių konkurencijai ⁽¹⁰⁴⁾.

77. Bendrame susijungimo vertinime Komisija atsižvelgia į bet kokią pagrįstą pretenziją dėl našumo. Ji gali nuspręsti, kad, dėl susijungimo sukulto našumo, nėra pagrindo paskelbti susijungimą nesuderinamu su bendrąja rinka pagal Susijungimų reglamento 2 straipsnio 3 dalį. Taip bus tuomet, kai Komisija remdamasi pakankamais įrodymais galės prieiti išvados, kad susijungimo sukurtas našumas gali padidinti susijungusio subjekto galimybes ir stimulą veikti palankiai konkurencijai ir vartotojų labui, taip neutralizuodamas neigiamus padarinius konkurencijai, kuriuos susijungimas sukeltų kitu atveju.
78. Kad Komisija susijungimo vertinime atsižvelgtų į pretenzijas dėl našumo ir galėtų prieiti išvados, jog našumo dėka nėra pagrindo paskelbti, kad susijungimas yra nesuderinamas su bendrąja rinka, našumas turi būti naudingas vartotojams, specifinis susijungimui ir patikrinamas. Turi būti visos šios sąlygos.

Nauda vartotojams

79. Svarbi gairė vertinant našumo pretenzijas yra tai, kad vartotojų padėtis ⁽¹⁰⁵⁾ nepablogės dėl susijungimo. Todėl našumas turėtų būti esminis ir savalaikis, jis iš principo turėtų teikti naudos vartotojams tose atitinkamose rinkose, kuriose tikėtina, kad kitu atveju kiltų pavojus konkurencijai.
80. Susijungimai gali atnešti įvairios su našumu susijusios naudos, dėl kurios gali mažėti kainos ar atsirasti kitokios naudos vartotojams. Pavyzdžiui, sąnaudų taupymas gamyboje ar platinime gali suteikti susijungusiam subjektui galimybę ir stimulą po susijungimo nustatyti žemesnes kainas. Lygiagrečiai poreikiui įsitikinti, ar našumas suteiks grynosios naudos vartotojams, išlaidų našumas, kuris sumažina kintamas arba ribines išlaidas ⁽¹⁰⁶⁾, veikiausiai bus svarbesnis vertinant našumą, nei fiksuotų išlaidų sumažinimas; pirmosios iš principo labiau gali sumažinti kainas vartotojams ⁽¹⁰⁷⁾. Išlaidų sumažinimas, kuris kyla tik iš antikonkurencinio našumo sumažinimo, negali būti laikomas vartotojams naudingu našumu.
81. Vartotojai taip pat gali gauti naudos iš naujų ar patobulintų produktų ar paslaugų, atsirandančių, pavyzdžiui, iš našumo laimėjimų mokslinių tyrimų ir taikomosios veiklos bei inovacijų srityje. Bendra įmonė, įkurta siekiant kurti naują produktą, gali atnešti tokio tipo našumą, į kurį gali atsižvelgti Komisija.

82. Atsižvelgiant į koordinuotus padarinius, našumas gali didinti susijungusio subjekto stimulą didinti produkciją ir mažinti kainas, bei taip sumažinti savo stimulą koordinuoti elgseną rinkoje su kitomis rinkoje esančiomis įmonėmis. Taigi našumas gali sumažinti koordinuotų padarinių atitinkamoje rinkoje pavojų.
83. Bendru atveju, kuo vėliau našumas gali materializuotis ateityje, tuo mažiau svorio Komisija gali jam priskirti. Tai reiškia, kad našumas turi būti savalaikis, jei norima jį laikyti neutralizuojančiu veiksniu.
84. Stimulus susijungusiam subjektui perduoti našumo pasiekimus vartotojams dažnai yra susijęs su likusių įmonių rinkoje konkurencinio spaudimo buvimu ir nuo galimo atėjimo. Kuo didesni galimi neigiami padariniai konkurencijai, tuo labiau Komisija turi įsitikinti, kad pretenduojamas našumas yra esminis, tikėtinaai realizuojamas ir bus pakankamu mastu perduotas vartotojui. Labai mažai tikėtina, kad susijungimas, dėl kurio padėtis rinkoje artėja prie monopolio ar sukuria panašaus lygio įtaką rinkoje, gali būti paskelbtas suderinamu su bendrąja rinka remiantis tuo, kad našumo pasiekimai bus pakankami jo galimiems antikonkurenciniams padariniams neutralizuoti.

Susijungimo specifiškumas

85. Našumas yra svarbus konkurenciniam vertinimui, jei jis yra tiesioginė pranešto susijungimo pasekmė ir negali būti panašiu mastu pasiektas mažiau antikonkurencinėmis alternatyvomis. Tokiomis aplinkybėmis našumas laikomas sukeltu susijungimo ir todėl specifiniu susijungimui⁽¹⁰⁸⁾. Susijungiančios šalys turi laiku pateikti visą atitinkamą informaciją, reikalingą įrodyti, kad nėra ne koncentracinio pobūdžio (pvz., licencinė sutartis arba kooperacinė bendra įmonė) arba koncentracinio pobūdžio (pvz., koncentracinė bendra įmonė arba kitokios struktūros susijungimas) mažiau antikonkurencinui, realiai ir pasiekiamų alternatyvų pretenduojamam našumui išsaugoti nei praneštas susijungimas. Komisija nagrinėja tik tokias alternatyvas, kurios yra pagrįstai praktiškos verslo situacijoje, su kuria susiduria susijungiančios šalys, atsižvelgiant į toje pramonės šakoje įprastą verslo praktiką.

Patikrinamumas

86. Našumas turi būti patikrinamas, kad Komisija galėtų pagrįstai įsitikinti, kad jis gali būti įgyvendintas ir yra pakankamai didelis neutralizuoti potencialiai susijungimo žalai vartotojams. Kuo našumo pretenzijos tikslesnės ir įtikinamesnės, tuo geriau Komisija gali jas įvertinti. Todėl

kai tai pagrįstai įmanoma, našumas ir iš jo kylanti nauda vartotojams turėtų būti išmatuoti. Jei duomenys, reikalingi tiksliai kiekybinei analizei, nėra prieinami, turi būti įmanoma numatyti aiškiai identifikuojamą teigiamą poveikį vartotojams, kuris negali būti nežymus. Bendrai, kuo vėliau planuojamas našumo atsiradimas, tuo mažesnė tikimybė Komisijai gali priskirti faktiniam našumui.

87. Didžioji dalis informacijos, leidžiančios Komisijai įvertinti, ar susijungimas atneš tokį našumą, kuris jai leistų duoti leidimą susijungti, yra tik susijungiančių šalių žinioje. Todėl pranešančiosios šalys privalo reikiamu laiku pateikti visą informaciją, reikalingą parodyti, kad pretenduojamas našumas yra specifinis susijungimui ir tikėtinaai įgyvendinamas. Panašiai pranešančiosios šalys turi parodyti, kokiu mastu našumas gali neutralizuoti bet kokius neigiamus padarinius konkurencijai, kurie kitu atveju kiltų dėl susijungimo, ir taip duoti naudos vartotojams.
88. Duomenys, svarbūs našumo pretenzijoms įvertinti, visų pirma apima vidinius dokumentus, kuriais administracija naudojosi priimdama sprendimą dėl susijungimo, administracijos ataskaitos savininkams ir finansų rinkoms apie laukiamą našumą, istoriniai našumo ir naudos vartotojams pavyzdžiai bei iki susijungimo atlikti išorės ekspertų tyrimai, skirti našumo pasiekimų tipui ir dydžiui bei tam, kokiu mastu ir kokie klientai gali gauti naudos.

VIII. BANKRUTUOJANTI ĮMONĖ

89. Komisija gali nuspręsti, kad kitais atžvilgiais problemiškas susijungimas vis dėlto yra suderinamas su bendrąja rinka, jei viena iš susijungiančių šalių yra bankrutuojanti įmonė. Pagrindinis reikalavimas – kad po susijungimo atsirandančio konkurencinės struktūros pablogėjimo nebūtų galima priskirti susijungimui⁽¹⁰⁹⁾. Taip yra, jei rinkos konkurencinė struktūra blogėtų mažiausiai tokiu pat mastu, jei susijungimas neįvyktų⁽¹¹⁰⁾.
90. Komisija mano, kad toliau pateikti trys kriterijai yra ypač svarbūs taikant „bankrutuojančios įmonės gynybą“. Pirmia, tariamai bankrutuojanti įmonė artimoje ateityje būtų išstumta iš rinkos dėl finansinių sunkumų, jei jos neperimtų kita įmonė. Antra, nėra mažiau antikonkurencinio alternatyvaus įsigijimo būdo nei praneštas susijungimas. Trečia, neįvykus susijungimui, bankrutuojančios įmonės turtas neišvengiamai išeitų iš rinkos⁽¹¹¹⁾.
91. Pranešančiosios šalys turi laiku pateikti visą informaciją, reikalingą įrodyti, kad susijungimą sekantis konkurencinės struktūros pablogėjimas nėra sukeltas susijungimo.

- (¹) 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 139/2004 (OL L 24, 2004 1 29, p. 1).
- (²) Byla T-102/96 Gencor prieš Komisiją (1999) ECR II-753, 200 pastraipa. Žr. Sujungtos bylos C-68/94 ir C-30/95, Prancūzija ir kiti prieš Komisiją (toliau – Kali ir Salz), (1998) ECRI-1375, 221 pastraipa. Išskirtinėmis aplinkybėmis, susijungimas gali sukelti įmonės, kuri nėra praneštojo sandorio šalis, dominuojančios padėties sukūrimą ar sustiprinimą (žr. Bylą IV/M.1383 – Exxon/Mobil, 225–229 punktai; Bylą COMP/M.2434 – Grupo Villar MIR/EnBW/Hidroeléctrica del Cantabrico, 67–71 punktai).
- (³) Taip pat žr. Sujungtas bylas C-68/94 ir C-30/95, Kali ir Salz, 170 pastraipa.
- (⁴) Žr. Susijungimų reglamento 25 ir 26 konstatuojamąsias dalis.
- (⁵) Susijungimų reglamente vartojama sąvoka „koncentracija“ apima įvairių tipų sandorius, pvz., susijungimus, įsigijimus, perėmimus ir tam tikrų tipų bendras įmones. Likusioje šio pranešimo dalyje sąvoka „susijungimas“ bus naudojama kaip koncentracijos sinonimas, taigi apims visų nurodytų tipų sandorius.
- (⁶) Šis pranešimas neapima poveikių konkurencijai, kuriuos susijungimas turi kitose rinkose, vertinimo, įskaitant vertikalius ir konglomeratų poveikius. Jame taip pat nevertinami bendrų įmonių poveikiai, kaip nurodyta Susijungimų reglamento 2 straipsnio 4 dalyje.
- (⁷) Ši pasakymą reikia suprasti kaip apimančią ir situacijas, kai, pvz., kainos sumažėjo mažiau arba yra mažesnė tikimybė, kad jos sumažės, nei būtų be susijungimo, arba kai kainos padidėjo daugiau arba yra didesnė tikimybė, kad jos padidės, nei būtų be susijungimo.
- (⁸) Pagal analogiją, kai susijungimas įgyvendinamas nepranešus, Komisija vertintų susijungimą atsižvelgdama į konkurencines sąlygas, kurios būtų vyraavusios, jei susijungimas nebūtų buvęs įgyvendintas.
- (⁹) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 89/526/EB Byloje IV/M.950 – Hoffman La Roche/Boehringer Mannheim, OL L 234, 1998 8 21, p. 14, 13 punktas; Byla IV/M.1846 – Glaxo Wellcome/SmithKline Beecham, 70–72 punktai; Byla COMP/M.2547 – Bayer/Aventis Crop Science, 324 punktas ir toliau.
- (¹⁰) Žr., pvz., Bylą T-102/96, Gencor prieš Komisiją (1999) ECR II-753, 247–263 pastraipas.
- (¹¹) OL C 372, 1997 12 9, p. 5.
- (¹²) Žr. Bylą T-102/96, Gencor prieš Komisiją, (1999) ECR II-753, 262 pastraipa, ir Bylą T-342/99, Airtours prieš Komisiją, (2002) ECR II-2585, 280 pastraipa.
- (¹³) Dėl rinkos dalių apskaičiavimo taip pat žr. Komisijos pranešimą dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams, OL C 372, 1997 12 9, p. 3, 54–55 pastraipas.
- (¹⁴) Žr., pvz., Bylą COMP/M.1806 – Astra Zeneca/Novartis, 150 ir 415 punktai.
- (¹⁵) Prireikus rinkos dalis galima koreguoti, ypač siekiant atsižvelgti į interesų kontrolę kitose įmonėse (žr., pvz., Bylą IV/M.1383 – Exxon/Mobile, 446–458 punktai; Bylą COMP/M.1879 – Boeing/Hughes, 60–79 punktai; Bylą COMP/JV 55 – Hutchinson/RCPM/ECT, 66–75 punktai) arba kitus susitarimus su trečiosiomis šalimis (žr., pvz., dėl subrangovų Komisijos sprendimą 2001/769/EB Byloje COMP/M.1940 – Framatome/Siemens/Cogema, OL L 289, 2001 11 6, p. 8, 142 punktas).
- (¹⁶) Žr., pvz., Bylą COMP/M.2256 – Philips/Agilent Health Care Technologies, 31–32 punktai, ir Bylą COMP/M.2609 – HP/Compaq, 39 punktas.
- (¹⁷) Žr., pvz., Bylą IV/M.1365 – FCC/Vivendi, 40 punktas; Bylą COMP/JV 55 – Hutchinson/RCPM/ECT, 50 punktas. Prireikus, Komisija gali naudoti ir kitus koncentracijos matavus, pavyzdžiui, koncentracijos koeficientą, kuris matuoja mažo skaičiaus (paprastai – trijų ar keturių) rinkoje lyderiaujančių įmonių bendrą rinkos dalį.
- (¹⁸) Pavyzdžiui, rinkos, kurioje yra penkios įmonės, kurių rinkos dalys yra atitinkamai 40 %, 20 %, 15 %, 15 % ir 10 %, HHI yra $2\,550 (40^2 + 20^2 + 15^2 + 15^2 + 10^2 = 2\,550)$. HHI svyruoja nuo skaičiaus artimo nuliui (rinkoje, sudarytoje iš smulkių įmonių) iki 10 000 (grynos monopolijos atveju).
- (¹⁹) HHI matuojamas koncentracijos padidėjimas gali būti skaičiuojamas nepriklausomai nuo bendros koncentracijos rinkoje, susijungiančių įmonių rinkos dalių sandaugą dauginant iš dviejų. Pavyzdžiui, susijungimas dviejų įmonių, kurių rinkos dalys atitinkamai yra 30 % ir 15 %, padidintų HHI 900 ($30 \times 15 \times 2 = 900$). Šio metodo paaiškinimas yra toks: iki susijungimo susijungiančių įmonių rinkos dalys prisideda prie HHI savo individualiais kvadratais: $(a)^2 + (b)^2$. Po susijungimo šis įnašas yra jų sumos kvadratas: $(a + b)^2$, o tai lygu $(a)^2 + (b)^2 + 2ab$. Todėl HHI padidėjimą atspindi $2ab$.
- (²⁰) Byla T-221/95, Endemol prieš Komisiją, (1999) ECR II-1299, 134 pastraipa, ir Byla T-102/96 Gencor prieš Komisiją, (1999) ECR II-753, 205 pastraipa. Ar dėl susijungimo dominuojanti padėtis sukuriamą ar sustiprinama, yra atskiras klausimas.
- (²¹) Žr., pvz., Bylą COMP/M.2337 – Nestlé/Ralston Purina, 48–50 punktai.
- (²²) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 1999/674/EB Byloje IV/M.1221 – Rewe/Meinl, OL L 274, 1999 10 23, p. 1, 98–114 punktai; Byla COMP/M.2337 – Nestlé/Ralston Purina, 44–47 punktai.
- (²³) Rinkos dalių apskaičiavimas labai priklauso nuo rinkos apibrėžimo. Reikia pabrėžti, kad Komisija nebūtinai turi sutikti su šalių siūlomu rinkos apibrėžimu.
- (²⁴) Susijungimų reglamento 32 konstatuojamoji dalis. Tačiau tokia nuoroda netaikoma atvejams, kai siūlomas susijungimas sukuria arba sustiprina kolektyvią dominuojančią padėtį, kurioje dalyvauja „suinteresuotos įmonės“ ir kitos trečiosios šalys (žr. Bendras bylas C-68/94 ir C-30/95, Kali ir Salz, (1998) ECR I-1375, 171 straipsnio dalis ir toliau; ir Bylą T-102/96, Gencor prieš Komisiją, (1999) ECR II-753, 134 punktas ir toliau).
- (²⁵) Rinkose su kryžminių akcijų valdymu ar bendromis įmonėmis Komisija gali naudoti modifikuotą HHI, kuriuo atsižvelgiama į tokius akcijų valdymus (žr., pvz., Bylą IV/M.1383 – Exxon/Mobil, 256 punktas).

- (26) Žr. 17 straipsnio dalį.
- (27) Dažnai dar vadinami „vienašaliais“ padariniais.
- (28) Tokios laukiamos konkurentų reakcijos gali būti svarbus veiksnys, turintis įtakos susijungusio subjekto stimului didinti kainas.
- (29) Oligopolinė rinka reiškia tokią rinkos struktūrą, kurioje yra ribotas pakankamai didelių įmonių skaičius. Kadangi vienos įmonės elgsena turi juntamos įtakos bendroms rinkos sąlygoms, tuo pačiu, netiesiogiai, ir visų kitų įmonių padėčiai, oligopolinės įmonės yra priklausomos viena nuo kitos.
- (30) Susijungimų reglamento 25 konstatuojamoji dalis.
- (31) Žr. ypač 17 ir 18 pastraipas.
- (32) Produktai gali būti diferencijuoti įvairiais būdais. Pavyzdžiui, diferenciacija gali būti geografinės vietos atžvilgiu, remiantis filialo ar parduotuvių vieta; vieta svarbi mažmeniniam platinimui, bankams, kelionių agentūroms ar degalinėms. Panašiai diferenciacija gali būti grindžiama prekės ženklo įvaizdžiu, techninėmis specifikacijomis, paslaugos kokybe ar lygiu. Reklamos rinkoje lygis gali rodyti įmonės pastangas diferencijuoti savo produktus. Kitų produktų atveju, pirkėjams gali tecti patirti tiekėjo keitimo išlaidas, jei jie nori naudoti konkurento produktą.
- (33) Dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Žr. Komisijos pranešimą dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams, cituota pirmiau.
- (34) Žr., pvz., Bylą COMP/M.2817 – Barilla/BPS/Kamps, 34 punktas; Komisijos sprendimas 2001/403/EB Byloje COMP/M.1672 – Volvo/Scania, OL L 143, 2001 5 29, p. 74, 107–148 punktai.
- (35) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 94/893/EB Byloje IV/M.430 – Procter & Gamble/VP Schickedanz (II), OL L 354, 1994 6 21, p. 32, Byla T-290/94, Kayserberg prieš Komisiją, (1997) II-2137, 153 pastraipa; Komisijos sprendimą 97/610/EB Byloje IV/M.774 – Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM, OL L 247, 1997 9 10, p. 1, 179 punktas; Komisijos sprendimą 2002/156/EB Byloje COMP/M.2097 – SCA/Metsä Tissue, OL L 57, 2002 2 27, p. 1, 94–108 punktai; Byla T-310/01, Schneider prieš Komisiją, (2002) II-4071, 418 punktas.
- (36) Tipiniu atveju svarbi riba (m) yra skirtumas tarp kainos (p) ir prieauginių išlaidų (c) tiekimo dar vieno našumo vieneto, išreikšto kaip kainos procentinis dydis ($m = (p - c)p$).
- (37) Žr., pvz., Bylą IV/M.1980 – Volvo/Renault VI, 34 punktas; Bylą COMP/M.2256 – Philips Agilent/Health Care Solutions, 33–35 punktai; Bylą COMP/M.2537 – Philips/Marconi Medical Systems, 31–34 punktai.
- (38) Paklausos kryžminių kainų elastingumas matuoja mastą, kuriuo reikalaujamo produkto kiekis kinta reaguojant į tam tikro kito produkto kainos kitimą, kai visi kiti veiksniai nekinta. Savos kainos elastingumas matuoja mastą, kuriuo produkto paklausa kinta reaguojant į paties produkto kainos kitimą.
- (39) Nukreipimo koeficientas nuo produkto A prie produkto B matuoja prarastą A produkto pardavimų dalį dėl A kainos padidėjimo, kuri yra perimta produkto B.
- (40) Komisijos sprendimas 97/816/EB Byloje IV/M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, OL L 336, 1997 12 8, p. 16, 58 punktas ir toliau; Byla COMP/M.3083 – GE/Instrumentarium, 125 punktas ir toliau.
- (41) Negrįžtamosios išlaidos yra išlaidos, kurios neatgaunamos pasitraukiant iš rinkos.
- (42) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 2002/156/EB Byloje IV/M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, OL L 336, 1997 12 8, p. 16, 70 punktas.
- (43) Žr., pvz., Bylą IV/M.986 – Agfa Gevaert/DuPont, OL L 211, 1998 7 29, p. 22, 63–71 punktai.
- (44) Žr., pvz., Bylą COMP/M.2187 – CVC/Lenzing, 162–170 punktai.
- (45) Analizuodama galimą konkurentų pajėgumo plėtrą Komisija atsižvelgia į veiksnys, kurie panašūs į aprašytuosius VI skirsnyje dėl atėjimo. Žr., pvz., Bylą COMP/M.2187 – CVC/Lenzing, 162–173 punktai.
- (46) Žr., pvz., Bylą T-221/95, Endemol prieš Komisiją, (1999) ECR II-1299, 167 pastraipa.
- (47) Žr., pvz., Bylą T-22/97, Kesko prieš Komisiją, (1999) ECR II-3775, 141 pastraipa ir toliau.
- (48) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 2001/684/EB Byloje M.1671 – Dow Chemical/Union Carbide OL L 245, 2001 9 14, p. 1, 107–114 punktai.
- (49) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 96/435/EB Byloje IV/M.623 – Kimberly-Clark/Scott, OL L 183, 1996 7 23, p. 1; Byla T-114/02, Babyliiss SA prieš Komisiją („Seb/Moulinex“), (2003) ECR II-000, 343 pastraipa ir toliau.
- (50) Taip, pavyzdžiui, yra tinklų pramonėse, pvz., energetikos, telekomunikacijų ir kitų komunikacijų pramonėse.
- (51) Komisijos sprendimas 99/287/EB Byloje IV/M.1069 – Worldcom/MCI, OL L 116, 1999 5 4, p. 1, 117 punktas ir toliau; Byla IV/M.1741 – MCI Worldcom/Sprint, 145 punktas ir toliau; Byla IV/M.1795 – Vodafone Airtouch/Mannesmann, 44 punktas ir toliau.
- (52) Byla T-156/98 RJB Mining prieš Komisiją (2001) ECR II-337.
- (53) Komisijos sprendimas 2002/156/EB Byloje IV/M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, OL L 336, 1997 12 8, p. 16, 58 punktas; Byla COMP/M.2568 – Haniel/Ytong, 126 punktas.
- (54) Kaip vienos susijungiančios šalies rengiami produktai gali konkuruoti su kitos šalies rengiamais ar esamas produktais, žr., pvz., Bylą IV/M.1846 – Glaxo Wellcome/SmithKline Beecham, 88 punktas.
- (55) Byla T-102/96, Gencor prieš Komisiją, (1999) ECR II-753, 277 pastraipa; Byla T-342/99, Airtours prieš Komisiją, (2002) ECR II-2585, 61 pastraipa.
- (56) Taip gali būti, jei oligopolininkai turėjo tendenciją koncentruoti savo pardavimus skirtingose srityse dėl istorinių priežasčių.

- (57) Byla T-342/99, Airtours prieš Komisiją, (2002) ECR II-2585, 62 pastraipa.
- (58) Žr. Komisijos sprendimą 92/553/EB Byloje IV/M.190 – Nestlé/Perrier, OL L 356, 1992 12 5, p. 1, 117–118 punktai.
- (59) Žr., pvz., Bylą IV/M.580 – ABB/Daimler-Benz, 95 punktas.
- (60) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 2002/156/EB Byloje COMP/M.2097 – SCA/Metsä Tissue, OL L 57, 2002 2 27, p. 1, 148 punktas.
- (61) Žr., pvz., Bylą IV/M.1298 – Kodak/Imation, 60 punktas.
- (62) Byla T-102/96, Gencor prieš Komisiją, (1999) ECR II-753, 222 pastraipa; Komisijos sprendimas 92/553/EB Byloje IV/M.190 – Nestlé/Perrier, OL L 356, 1992 12 5, p. 1, 63–123 punktai.
- (63) Vertinant, ar susijungimas gali padidinti įvairių rinkoje esančių įmonių simetriją, ar ne, našumo pasiekimai gali suteikti svarbių nuorodų (dar žr. šio pranešimo 82 pastraipą).
- (64) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 2001/42/EB Byloje COMP/M.1673 – VEBA/VIAG, OL L 188, 2001 7 10, p. 1, 176–179 punktai; Byla COMP/M.2567 – Nordbanken/Postgirot, 54 punktas.
- (65) Žr., pvz., Bylą COMP/M.2389 – Shell/DEA, 112 punktas ir toliau; ir Bylą COMP/M.2533 – BP/E.ON, 102 punktas ir toliau.
- (66) Dar žr. Komisijos sprendimą 2000/42/EB Byloje IV/M.1313 – Danish Crown/Vestjyske Slagterier, OL L 20, 2000 1 25, p. 1, 176–179 punktai.
- (67) Žr., pvz., Bylą COMP/M.2640 – Nestlé/Schöller, 37 punktas; Komisijos sprendimas 1999/641/EB Byloje COMP/M.1225 – Enso/Stora, OL L 254, 1999 9 29, p. 9, 67–68 punktai.
- (68) Žr., pvz., Bylą IV/M.1939 – Rexam (PLM)/American National Can, 24 punktas.
- (69) Žr. Bylą COMP/M.2389 – Shell/DEA, 121 punktas, ir Bylą COMP/M.2533 – BP/E.ON, 111 punktas.
- (70) Nors atgrasymo mechanizmai kartais vadinami „baudimo“ mechanizmais, to nereiktų suprasti griežta prasme – kad toks mechanizmas būtina individualiai baudžia įmonę, kuri nukrypo. Tikėjimasis, kad koordinavimas gali nutrukti tam tikram laikotarpiui, jei aptinkamas nukrypimas kaip toks, jau savaime gali būti pakankamas atgrasymo mechanizmas.
- (71) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 2000/42/EB Byloje IV/M.1313 – Danish Crown/Vestjyske Slagterier, OL L 20, 2000 1 25, p. 1, 177 punktas.
- (72) Žr. Bylą T-102/96, Gencor prieš Komisiją, (1999) ECR II-753, 281 pastraipa.
- (73) Šie elementai analizuojami panašiai kaip nekoordinuojami padariniai.
- (74) Žr., pvz., Bylą IV/M.1630 – Air Liquide/BOC, 201 punktas ir toliau. Pavyzdys, kai kitos susijungiančios įmonės atėjimas nebuvo pakankamai tikėtinas trumpu ar vidutiniu laikotarpiu (Byla T-158/00, ARD prieš Komisiją, (2003) ECR II-000, 115–127 pastraipos).
- (75) Komisijos sprendimas 2001/98/EB Byloje IV/M.1439 – Telia/Telenor, OL L 40, 2001 2 9, p. 1, 330–331 punktai, ir Byloje IV/M.1681 – Akzo Nobel/Hoechst Roussel Vet, 64 punktas.
- (76) Byla IV/M.1630 – Air Liquide/BOC, 219 punktas; Komisijos sprendimas 2002/164/EB Byloje COMP/M.1853 – EDF/EnBW, OL L 59, 2002 2 28, p. 1, 54–64 punktai.
- (77) Žr. Komisijos sprendimą 1999/674/EB Byloje M.1221 – Rewe/Meinl, OL L 274, 1999 10 23, p. 1, 71–74 punktai.
- (78) Byla T-22/97, Kesko prieš Komisiją, (1999) ECR II-3775, 157 pastraipa; Komisijos sprendimas 2002/156/EB Byloje M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, OL L 336, 1997 12 8, p. 16, 105–108 punktai.
- (79) Žr., pvz., Bylą IV/M.1882 – Pirelli/BICC, 73–80 punktai.
- (80) Žr., pvz., Bylą IV/M.1245 – Valeo/ITT Industries, 26 punktas.
- (81) Netgi mažas klientų skaičius gali neturėti pakankamai pirkėjo įtakos, jei tokie klientai yra „prirakinti“ dėl didelių tiekėjo keitimo išlaidų (žr. Bylą COMP/M.2187 – CVC/Lenzing, 223 punktas).
- (82) Komisijos sprendimas 1999/641/EB Byloje COMP/M.1225 – Enso/Stora, OL L 254, 1999 10 23, p. 9, 89–91 punktai.
- (83) Taip pat gali būti naudinga palyginti koncentraciją kliento pusėje su koncentracija tiekėjo pusėje (Byla COMP/JV 55 – Hutchinson/RCPM/ECT, 119 punktas, ir Komisijos sprendimas 1999/641/EB Byloje COMP/M.1225 – Enso/Stora, OL L 254, 1999 9 29, p. 9, 97 punktas).
- (84) Byla COMP/JV 55 – Hutchinson/RCPM/ECT, 129–130 punktai.
- (85) Komisijos sprendimas 2002/156/EB Byloje COMP/M.2097 – SCA/Metsä Tissue, OL L 57, 2002 2 27, 88 punktas. Diskriminacija kainomis skirtingų kategorijų klientams tam tikrais atvejais gali būti svarbi atsižvelgiant į rinkos apibrėžimą (žr. Komisijos pranešimą dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo, cituota pirmiau, 43 pastraipje).
- (86) Atitinkamai Komisija gali vertinti, ar įvairūs pirkėjai turės kompensacinės pirkėjo įtakos, žr., pvz., Komisijos sprendimą 1999/641/EB Byloje COMP/M.1225 – Enso/Stora, OL L 254, 1999 9 29, p. 9, 84–97 punktai.
- (87) Komisijos sprendimas 97/610/EB Byloje IV/M.774 – Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM, OL L 247, 1997 9 10, p. 1, 184 punktas.
- (88) Byla IV/M.1430 – Vodafone/Airtouch, 27 punktas; Byla IV/M.2016 – France Télécom/Orange, 33 punktas.
- (89) Komisijos sprendimas 2002/174/EB Byloje COMP/M.1693 – Alcoa/Reynolds, OL L 58, 2002 2 28, 87 punktas.
- (90) Komisijos sprendimas 95/335/EB Byloje IV/M.754 – Anglo American Corp./Lonrho, OL L 149, 1998 5 20, p. 21, 118–119 punktai.
- (91) Komisijos sprendimas 97/610/EB Byloje IV/M.774 – Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM, OL L 247, 1997 9 10, p. 1, 184–187 punktai.
- (92) Komisijos sprendimas 94/811/EB Byloje IV/M.269 – Shell/Montecatini, OL L 332, 1994 12 22, p. 48, 32 punktas.

- (⁹³) Komisijos sprendimas 98/327/EB Byloje IV/M.833 – The Coca-Cola Company/Carlsberg A/S, OL L 145, 1998 5 15, p. 41, 74 punktas.
- (⁹⁴) Komisijos sprendimas 98/327/EB Byloje IV/M.833 – The Coca-Cola Company/Carlsberg A/S, OL L 145, 1998 5 15, p. 41, 72–73 punktai.
- (⁹⁵) Komisijos sprendimas 2002/156/EB Byloje COMP/M.2097 – SCA/Metsä Tissue, OL L 57, 2002 2 27, p. 1, 83–84 punktai.
- (⁹⁶) Komisijos sprendimas 2001/432/EB Byloje IV/M.1813 – Industri Kapital Nordkem/Dyno, OL L 154, 2001 6 9, p. 41, 100 punktas.
- (⁹⁷) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 98/475/EB Byloje IV/M.986 – Agfa-Gevaert/Dupont, OL L 211, 1998 7 29, p. 22, 84–85 punktai.
- (⁹⁸) Byla T-102/96, Gencor prieš Komisiją, (1999) ECR II-753, 237 pastraipa.
- (⁹⁹) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 2000/718/EB Byloje IV/M.1578 – Sanitec/Sphinx, OL L 294, 2000 11 22, p. 1, 114 punktas.
- (¹⁰⁰) Žr., pvz., Komisijos sprendimą 2002/174/EB Byloje COMP/M.1693 – Alcoa/Reynolds, OL L 58, 2002 2 28, 31–32, 38 punktai.
- (¹⁰¹) Komisijos sprendimas 91/535/EEB Byloje IV/M.68 – Tetra Pak/Alfa Laval, OL L 290, 1991 10 22, p. 35, 3.4 punktas.
- (¹⁰²) Žr. Susijungimų reglamento 4 konstatuojamąją dalį.
- (¹⁰³) Žr. Susijungimų reglamento 29 konstatuojamąją dalį.
- (¹⁰⁴) Plg. Susijungimų reglamento 2 straipsnio 1 dalies b punktą.
- (¹⁰⁵) Remiantis 2 straipsnio 1 dalies b punktu, sąvoka „vartotojai“ apima tarpinius ir galutinius vartotojus, t. y., susijungimo apimamų produktų vartotojus. Kitaip tariant, šioje nuostatoje vartotojų sąvoka apima potencialius ir (arba) faktinius susijungimo šalių vartotojus.
- (¹⁰⁶) Kintamos išlaidos turėtų būti suvokiamos kaip išlaidos, kurios kinta su produkcijos ar pardavimų lygiu atitinkamu laikotarpiu. Ribinės išlaidos yra išlaidos, susijusios su ribinės produkcijos ar pardavimų plėtra.
- (¹⁰⁷) Paprastai pastoviųjų išlaidų sutaupymams neteikiama tiek reikšmės, kadangi pastoviųjų išlaidų ir vartotojų kainų santykis yra mažiau tiesioginis, bent jau artimiausiu metu.
- (¹⁰⁸) Atsižvelgiant į bendrą principą, pateiktą šio pranešimo 9 pastraipoje.
- (¹⁰⁹) Bendros bylos C-68/94 ir C-30/95, Kali ir Salz, 110 pastraipa.
- (¹¹⁰) Bendros bylos C-68/94 ir C-30/95, Kali ir Salz, 114 pastraipa. Dar žr. Komisijos sprendimą 2002/365/EB Byloje COMP/M.2314 – BASF/Pantochim/Eurodiol, OL L 132, 2002 5 17, p. 45, 157–160 punktai. Šis reikalavimas susijęs su bendru principu, pateiktu šio pranešimo 9 pastraipoje.
- (¹¹¹) Neišvengiamumas, kad bankrutuojančios įmonės turtas pasitrauks iš aptariamų rinkos, gali, ypač susijungimo į monopoliją atveju, būti pagrindu išvadai, kad bankrutuojančios įmonės rinkos dalis bet koku atveju atitektų kitai susijungiančiai šaliai. Žr. Bendras bylas C-68/94 ir C-30/95, Kali ir Salz, 115–116 pastraipos.
-