

Orientări privind evaluarea concentrărilor orizontale în temeiul Regulamentului Consiliului privind controlul concentrărilor economice între întreprinderi

(2004/C 31/03)

I. INTRODUCERE

1. Articolul 2 din Regulamentul (CE) nr. 139/2004 al Consiliului din 20 ianuarie 2004 privind controlul concentrărilor economice între întreprinderi ⁽¹⁾ (denumit în continuare «Regulamentul privind concentrările economice») prevede evaluarea concentrărilor de către Comisie în sensul Regulamentului privind concentrările economice în scopul de a stabili dacă sunt compatibile sau nu cu piața comună. În acest scop, Comisia trebuie să evalueze, în temeiul articolului 2 alineatele (2) și (3), modul în care o concentrare împiedică sau nu semnificativ concurența efectivă, în special ca rezultat al creării sau consolidării unei poziții dominante pe piața comună sau pe o parte semnificativă a acesteia.

2. În consecință, Comisia trebuie să ia în considerare orice impediment semnificativ în calea concurenței efective, care poate fi generat de o concentrare. Crearea sau consolidarea unei poziții dominante reprezintă o formă primară a unui astfel de prejudiciu concurențial. Conceptul de dominanță a fost definit în contextul Regulamentului (CEE) nr. 4064/89 al Consiliului din 21 decembrie 1989 privind controlul concentrărilor economice între întreprinderi (denumit în continuare «Regulamentul nr. 4064/89»), după cum urmează:

«o situație de putere economică deținută de una sau mai multe întreprinderi ce le permite să împiedice menținerea concurenței efective pe piața relevantă, oferindu-le posibilitatea de a acționa, într-o măsură considerabilă, independent față de proprii concurenți și clienți și, în cele din urmă, față de consumatori,» ⁽²⁾.

3. În scopul interpretării conceptului de dominanță în contextul Regulamentului nr. 4064/89, Curtea de Justiție a făcut trimitere la faptul că acesta «are vocația de a fi aplicat tuturor concentrărilor de dimensiune comunitară, în măsura în care acestea ar putea, din cauza efectului pe care-l au asupra structurii concurenței în Comunitate, să se dovedească incompatibile cu sistemul unei concurențe nedenaturate prevăzut de tratat» ⁽³⁾.

4. Crearea sau consolidarea unei poziții dominante deținute de o singură întreprindere, ca rezultat al unei concentrări economice, constituie temeiul cel mai frecvent pentru a decide dacă o concentrare poate deveni un obstacol semnificativ în calea concurenței efective. În plus, conceptul de dominanță s-a aplicat, de asemenea, în situațiile de oligopol, cazurilor de dominanță colectivă. În consecință, se presupune că majoritatea cazurilor de incompatibilitate a unei concentrări cu piața comună se va fundamenta în continuare pe identificarea unei dominante. Respectivul concept oferă, prin urmare, un indiciu important pentru aprecierea nivelului prejudiciilor aduse concurenței, care se aplică în cazul în care se stabilește că o concentrare poate să împiedice în mod semnificativ concurența efectivă și deci că este oportun să se intervină ⁽⁴⁾. În acest scop, prezenta

comunicare intenționează să mențină orientarea obținută din practica decizională anterioară și luarea deplină în considerare a jurisprudenței instanțelor comunitare.

5. Scopul prezentei comunicări este de a oferi o orientare privind modul în care Comisia evaluează concentrările ⁽⁵⁾ în cazul în care întreprinderile implicate sunt concurenți existenți sau potențiali pe aceeași piață relevantă ⁽⁶⁾. În prezenta comunicare, astfel de concentrări vor fi denumite «concentrări orizontale». Cu toate că prezintă abordarea analitică utilizată de Comisie la evaluarea concentrărilor orizontale, prezenta comunicare nu poate însă oferi detalii privind toate aplicațiile posibile ale acestei abordări. Comisia aplică abordarea descrisă în comunicare faptelor individuale și împrejurărilor specifice fiecărui caz.

6. Orientarea expusă în prezenta comunicare este întocmită și elaborată pe baza experienței evolutive a Comisiei în evaluarea concentrărilor orizontale, în conformitate cu Regulamentul nr. 4064/89, de la intrarea în vigoare a acestuia la 21 septembrie 1990, precum și pe baza jurisprudenței Curții de Justiție și a Tribunalului de Primă Instanță ale Comunităților Europene. Principiile incluse aici vor fi aplicate, dezvoltate ulterior și nuanțate de Comisie în cazurile concrete. Comisia poate revizui periodic prezenta comunicare, în temeiul unor dezvoltări ulterioare.

7. Interpretarea Regulamentului privind concentrările economice de către Comisie, în ceea ce privește evaluarea concentrărilor orizontale, nu aduce atingere posibilei interpretări date de Curtea de Justiție sau de Tribunalul de Primă Instanță al Comunităților Europene.

II. CONSIDERAȚII GENERALE

8. Concurența efectivă aduce beneficii consumatorilor, precum prețuri mici, produse de calitate superioară, o gamă largă de bunuri și servicii, inovații. Prin intermediul controlului concentrărilor, Comisia evită concentrări care ar putea priva consumatorii de aceste beneficii prin creșterea semnificativă a puterii de piață a întreprinderilor. Prin «putere de piață ridicată» se înțelege capacitatea uneia sau mai multor întreprinderi de a majora în mod profitabil prețurile, de a reduce producția, selecția sau calitatea bunurilor și a serviciilor, de a diminua inovația sau de a influența în orice alt mod parametrii concurențiali. În prezenta comunicare, expresia «prețuri ridicate» este frecvent folosită ca o prescurtare a acestor moduri diferite în care o concentrare poate cauza prejudicii concurenței ⁽⁷⁾. Atât furnizorii cât și cumpărătorii pot avea o putere pe piață. Cu toate acestea, pentru mai multă claritate, puterea pe piață se referă de regulă aici la puterea pe piață a unui furnizor. În cazul în care este vorba despre puterea pe piață a unui cumpărător, se va utiliza termenul «puterea de cumpărare».

9. La evaluarea efectelor concurențiale ale unei concentrări, Comisia compară condițiile concurențiale rezultate din concentrarea notificată cu acele condiții care ar fi existat în absența concentrării ⁽⁸⁾. În majoritatea cazurilor, condițiile concurențiale existente în momentul concentrării reprezintă o comparație pertinentă pentru evaluarea efectelor unei concentrări. Cu toate acestea, în anumite cazuri, Comisia poate lua în considerare acele modificări ulterioare ale pieței care pot fi anticipate în mod rezonabil ⁽⁹⁾. Aceasta poate să țină seama atunci când stabilește ce înseamnă o comparație relevantă, în special, de posibila intrare sau ieșire a întreprinderilor pe/de pe piață în situația în care concentrarea nu ar avea loc ⁽¹⁰⁾.

10. Evaluarea concentrărilor de către Comisie implică în mod normal următoarele:

- (a) definirea piețelor relevante ale produsului și a celor geografice;
- (b) evaluarea din punct de vedere concurențial a concentrării.

Scopul principal al definirii pieței este identificarea în mod sistematic a constrângerilor concurențiale imediate cu care se confruntă entitatea rezultată în urma concentrării. Orientarea privind această chestiune poate fi regăsită în Comunicarea Comisiei cu privire la definirea pieței relevante în sensul dreptului comunitar al concurenței ⁽¹¹⁾. Diferitele considerații care conduc la delimitarea piețelor relevante pot fi importante, de asemenea, pentru evaluarea din punct de vedere concurențial a concentrării.

11. Prezenta comunicare este structurată pe următoarele elemente:

- (a) Abordarea cotelor de piață și a pragurilor de concentrare (secțiunea III) de către Comisie.
- (b) Probabilitatea efectelor anticoncurențiale ale unei concentrări pe piețele relevante, în absența factorilor compensatorii (secțiunea IV).
- (c) Probabilitatea ca, în urma concentrării, puterea de cumpărare să acționeze ca un factor compensatoriu al unei creșteri a puterii de piață (secțiunea V).
- (d) Probabilitatea ca intrarea noilor concurenți să mențină concurența efectivă pe piețele relevante (secțiunea VI).
- (e) Probabilitatea ca anumite creșteri în eficiență să acționeze ca factor de contracarare a efectelor negative asupra concurenței care ar rezulta altfel în urma concentrării (secțiunea VII).
- (f) Condițiile de aplicare ale excepției întreprinderii aflate în criză aflate în criză (secțiunea VIII).

12. În scopul evaluării impactului previzibil ⁽¹²⁾ al unei concentrări pe piețele relevante, Comisia analizează posibilele efecte anticoncurențiale ale acesteia, precum și factorii compensatorii relevanți, cum ar fi puterea de cumpărare, importanța barierelor la intrarea și posibilele creșteri în eficiență invocate de părți. În cazuri excepționale, Comisia evaluează dacă sunt îndeplinite condițiile pentru excepția întreprinderii aflate în criză.

13. În temeiul acestor elemente, Comisia stabilește, în conformitate cu articolul 2 din Regulamentul privind concentrările economice, dacă concentrarea ridică obstacole semnificative în calea concurenței efective, în special prin crearea sau consolidarea unei poziții dominante și, în consecință, ar trebui declarată incompatibilă cu piața comună. Trebuie subliniat faptul că acești factori nu reprezintă o «listă de control» aplicată în mod mecanic fiecărui caz în parte. Dimpotrivă, analiza concurențială a unui caz particular se va baza pe o evaluare de ansamblu a impactului previzibil al concentrării, în temeiul factorilor și condițiilor relevante. Nu toate elementele vor fi întotdeauna relevante pentru fiecare concentrare orizontală în parte, și se poate să nu fie necesară analiza tuturor elementelor unui caz la același nivel de detaliere.

III. COTELE DE PIAȚĂ ȘI NIVELURILE DE CONCENTRARE

14. Cotele de piață și nivelurile de concentrare oferă primele indicii utile asupra structurii pieței și a importanței concurențiale atât a părților la concentrare, cât și a concurenților acestora.

15. În mod normal, în analiza sa concurențială ⁽¹³⁾, Comisia utilizează cotele de piață actuale. Cu toate acestea, cotele de piață actuale pot fi adaptate pentru a reflecta în mod rezonabil anumite schimbări ulterioare, de exemplu în ipoteza ieșirii de pe piață, intrării unor noi concurenți sau expansiunii activităților ⁽¹⁴⁾. Cotele de piață rezultate după operațiunea de concentrare se calculează pe baza presupunerii că o cotă de piață combinată a părților la concentrare după concentrare reprezintă suma cotelor acestora de piață, anterior concentrării ⁽¹⁵⁾. Datele anterioare se pot utiliza în cazul în care cotele de piață au fost foarte variabile, de exemplu în cazul în care piața este caracterizată prin comenzi însemnate și neregulate. Modificările cotelor de piață de-a lungul timpului pot furniza informații utile privind procesul concurențial și posibila viitoare importanță a diversilor concurenți, de exemplu prin indicarea câștigului sau a pierderii cotelor de piață de către întreprinderi. În orice caz, Comisia interpretează cotele de piață din punctul de vedere al condițiilor probabile de piață, de exemplu în cazul în care piața are un pronunțat caracter dinamic, și în cazul în care structura pieței este instabilă datorită inovațiilor sau creșterii ⁽¹⁶⁾.

16. Nivelul global de concentrare pe o piață poate, de asemenea, oferi informații utile despre situația concurențială. În scopul măsurării nivelurilor de concentrare, Comisia aplică frecvent Indicele Herfindahl-Hirschman (IHH) ⁽¹⁷⁾. IHH se calculează prin însumarea pătratelor cotelor de piață individuale ale tuturor întreprinderilor de pe piață ⁽¹⁸⁾. IHH atribuie o pondere mai ridicată cotelor de piață ale întreprinderilor mai mari, în mod proporțional. Cu toate că este preferabil ca toate întreprinderile să fie incluse în acest calcul, lipsa de informații cu privire la întreprinderile foarte mici nu prezintă importanță, deoarece aceste întreprinderi nu afectează în mod semnificativ IHH. În timp ce nivelul absolut al IHH poate oferi un indiciu inițial despre presiunea concurențială de pe piață după operațiunea de concentrare, variația IHH (cunoscută sub numele de «delta») constituie un indicator util al modificării gradului de concentrare a pieței, generat în mod direct de către concentrare ⁽¹⁹⁾.

Nivelurile cotelor de piață

17. În conformitate cu jurisprudența constantă, cotele de piață foarte mari – 50 % sau mai mult – pot constitui prin ele însele dovada existenței unei poziții dominante pe piață ⁽²⁰⁾. Cu toate acestea, concurenții mai mici pot exercita o suficientă influență de constrângere în cazul în care, de exemplu, au capacitatea și motivația de a crește propriile lor vânzări. O concentrare incluzând o întreprindere a cărei cotă de piață se va situa sub 50 % la încheierea operațiunii poate ridica probleme concurențiale în privința altor factori, precum puterea și numărul concurenților, prezența unor constrângeri de capacitate sau măsura în care produsele părților la concentrare sunt substitute apropiate. În consecință, Comisia a luat în considerare în mai multe cazuri concentrările din care au rezultat întreprinderi care dețin cote de piață între 40 % și 50 % ⁽²¹⁾ și, în unele cazuri, sub 40 % ⁽²²⁾, și care conduceau la crearea sau consolidarea unei poziții dominante.
18. Concentrările care, datorită cotelor limitate de piață ale întreprinderilor implicate, nu amenință să creeze obstacole în calea concurenței efective, pot fi prezumate a fi compatibile cu piața comună. Fără a aduce atingere articolelor 81 și 82 din tratat, există un indiciu privind această chestiune, în special în cazul în care cota de piață a întreprinderilor implicate nu depășește 25 % ⁽²³⁾, pe piața comună sau pe o parte semnificativă a acesteia ⁽²⁴⁾.

Nivelurile IHH

19. Este puțin probabil să se identifice, de către Comisie, probleme de concurență orizontală pe o piață cu un IHH sub 1 000 la încheierea concentrării. Astfel de piețe nu necesită în mod normal o analiză aprofundată.
20. De asemenea, este puțin probabil să se identifice de către Comisie probleme de concurență orizontală în cazul unei concentrări cu un IHH cuprins între 1 000 și 2 000 la încheierea concentrării și cu o valoare delta sub 250, sau în cazul unui IHH peste 2 000 la încheierea operațiunii și o valoare delta sub 150, cu excepția cazurilor speciale precum, de exemplu, acelea în care sunt prezenți unul sau mai mulți dintre următorii factori:
- (a) o concentrare implică un potențial nou-venit sau un recent nou-venit, cu o cotă mică de piață;
 - (b) una sau mai multe părți la concentrare reprezintă inovatori importanți, în moduri nereflectate de cotele de piață;
 - (c) există participații încrucișate importante între întreprinderile prezente pe piață ⁽²⁵⁾;
 - (d) una dintre întreprinderile care participă la concentrare este o întreprindere cu un comportament imprevizibil, cu o probabilitate ridicată de a perturba conduita coordonată;

- (e) sunt prezente indicii ale coordonării anterioare sau actuale sau ale practicilor de facilitare a coordonării;
- (f) una dintre părțile la concentrare deține o cotă de piață anterioară concentrării de 50 % sau mai mult ⁽²⁶⁾.

21. Fiecare dintre aceste niveluri ale IHH, în combinație cu valorile delta corespunzătoare, poate fi utilizat ca indicator inițial al lipsei de probleme concurențiale. Cu toate acestea, acestea nu dau naștere nici ipotezei existenței, nici a absenței unor astfel de probleme.

IV. POSIBILELE EFECTE ANTICONCURENȚIALE ALE CONCENTRĂRIILOR ORIZONTALE

22. Există două moduri principale în care concentrările orizontale pot crea obstacole semnificative în calea concurenței efective, în special prin crearea sau consolidarea unei poziții dominante:
- (a) prin eliminarea constrângerilor concurențiale importante asupra uneia sau mai multor întreprinderi, care, astfel, ar deține o putere de piață mai mare, fără a recurge la un comportament coordonat (efecte necoordonate);
 - (b) prin modificarea naturii concurenței, astfel încât întreprinderile care anterior nu își coordonau conduita în prezent sunt mai susceptibile să se coordoneze și să crească prețurile sau aduc în orice alt fel prejudicii concurenței efective. O concentrare poate, de asemenea, să faciliteze coordonarea, făcând-o mai stabilă sau mai eficientă pentru acele întreprinderi care se coordonau, anterior concentrării (efecte coordonate).
23. Comisia stabilește dacă modificările generate de concentrare ar produce oricare dintre respectivele efecte. Ambele cazuri menționate anterior pot fi relevante la evaluarea unei anumite operațiuni.

Efecte necoordonate ⁽²⁷⁾

24. O concentrare poate crea obstacole semnificative în calea concurenței efective de pe o piață, prin înlăturarea constrângerilor concurențiale importante asupra unuia sau mai multor vânzători, care, astfel, dobândesc o putere mai mare de piață. Efectul cel mai direct al concentrării va fi dispariția concurenței între întreprinderile implicate în concentrare. De exemplu, în cazul în care anterior concentrării una dintre părțile la concentrare și-ar fi majorat prețul, aceasta ar fi suportat pierderi în vânzări, în favoarea celeilalte părți la operațiune. Concentrarea înlătură această constrângere particulară. Întreprinderile care nu realizează o concentrare pe aceeași piață pot beneficia, de asemenea, de pe urma scăderii presiunii concurențiale care rezultă în urma concentrării, deoarece creșterea prețului la întreprinderile implicate în concentrare poate transfera o anumită parte din cerere către întreprinderile concurente, care, în schimb, pot considera profitabil să crească și prețurile lor ⁽²⁸⁾. Reducerea acestor constrângeri concurențiale poate genera majorări substanțiale de prețuri pe piața relevantă.

25. În general, o concentrare care generează astfel de efecte necoordonate creează obstacole semnificative în calea concurenței efective, prin crearea sau consolidarea poziției dominante a unei singure întreprinderi, una care, în mod tipic, ar deține o cotă de piață considerabil mai însemnată decât întreprinderea care, după încheierea concentrării, este primul său concurent. În plus, concentrările de pe piețele de oligopol⁽²⁹⁾ care implică eliminarea constrângerilor concurențiale importante pe care părțile la concentrare le-au exercitat anterior una asupra celeilalte și o reducere a presiunii concurențiale asupra concurenților rămași poate, chiar și în cazul unei probabilități scăzute de coordonare între membrii oligopolului, să devină, de asemenea, un obstacol însemnat în calea concurenței. Regulamentul privind concentrările economice clarifică faptul că toate concentrările care generează astfel de efecte necoordonate trebuie declarate, de asemenea, incompatibile cu piața comună⁽³⁰⁾.
26. Un număr de factori care, considerați separat, nu sunt decisivi în mod necesar pot influența probabilitatea ca efecte necoordonate importante să apară în urma unei concentrări. Nu este necesară prezența tuturor acestor factori pentru ca respectivele efecte să fie probabile. De asemenea, lista următoare a factorilor nu trebuie considerată exhaustivă.

Părțile la concentrare dețin cote de piață ridicate

27. Cu cât cota de piață este mai mare, cu atât va fi mai mare probabilitatea ca o întreprindere să dețină puterea de piață. Cu cât suma cotelor de piață va fi mai mare, cu atât va fi mai mare probabilitatea ca o concentrare să producă o creștere semnificativă a puterii de piață. Cu cât este mai importantă creșterea clientelei, datorită căreia se obțin marje mai ridicate în urma unei majorări de preț, cu atât mai mare va fi probabilitatea ca părțile la operațiune să considere profitabilă o astfel de majorare a prețului, în ciuda reducerii producției care o însoțește. Deși cotele de piață și sumele cotelor de piață oferă doar indicii inițiale asupra puterii pe piață și a creșterilor acesteia, aceștia sunt, în mod normal, factori importanți ai evaluării⁽³¹⁾.

Părțile la operațiune sunt concurenți apropiați

28. Produsele se pot diferenția⁽³²⁾ în cadrul unei piețe relevante, astfel încât unele produse constituie înlocuitori mai apropiați decât altele⁽³³⁾. Cu cât gradul de substituibilitate între produsele părților la operațiune de concentrare este mai ridicat, cu atât mai mare va fi probabilitatea ca acestea să majoreze prețurile în mod semnificativ⁽³⁴⁾. De exemplu, o concentrare între doi producători care oferă produse pe care un număr substanțial de clienți le consideră drept prima și a doua lor opțiune poate genera o majorare semnificativă a prețurilor. În consecință, faptul că rivalitatea dintre părți a reprezentat o sursă importantă de concurență pe piață poate deveni un factor central al analizei⁽³⁵⁾. Marjele ridicate anterioare concentrării⁽³⁶⁾ pot, de asemenea, să facă mai probabilă majorarea semnificativă a prețurilor. Motivația părților la concentrare de a crește prețurile este mai supusă constrângerilor în cazul în care întreprinderile rivale produc înlocuitori apropiați ai produselor părților la operațiune decât în cazul în care acestea oferă înlocuitori mai puțin apropiați⁽³⁷⁾. În consecință, este mai puțin probabil ca o concentrare să creeze obstacole semnificative în calea concurenței efective, în special prin crearea sau consolidarea unei poziții dominante, în cazul în care există un

nivel ridicat de substituibilitate între produsele părților la concentrare și cele furnizate de producătorii concurenți.

29. În cazul în care există date disponibile, gradul de substituibilitate poate fi evaluat prin intermediul sondajelor privind preferințele clienților, al analizei structurii de cum-părare, al estimării elasticităților încrucișate ale prețurilor produselor implicate⁽³⁸⁾ sau al coeficienților de variație⁽³⁹⁾. Pe piețele care funcționează pe bază de licitații, este posibil să se determine dacă, în trecut, ofertele prezentate de una dintre părțile la concentrare a fost constrânsă prin prezența celeilalte părți la operațiune⁽⁴⁰⁾.
30. Pe unele piețe, repoziționarea produselor sau extinderea portofoliului lor de produse de către întreprinderile active poate fi relativ ușoară și nu foarte costisitoare. Comisia examinează în special, dacă posibilitatea de repoziționare sau extinderea liniei de producție de către concurenți sau de către părțile la concentrare influențează motivația entității rezultate în urma concentrării de a majora prețurile. Cu toate acestea, repoziționarea produselor sau extinderea liniei de producție implică adesea riscuri și costuri nerecuperabile ridicate⁽⁴¹⁾, fiind mai puțin profitabilă decât linia actuală de producție.

Clienții au posibilități limitate de a schimba furnizorul

31. Clienții părților la concentrare pot întâmpina dificultăți la schimbarea furnizorilor, deoarece există puțini furnizori alternativi⁽⁴²⁾ sau deoarece costurile implicate de schimbare ar fi semnificative⁽⁴³⁾. Astfel de clienți sunt deosebit de vulnerabili la majorările de prețuri. Concentrarea poate afecta capacitatea acestor clienți de a se proteja împotriva creșterilor de prețuri. Acest fapt este valabil, în special, în cazul clienților care au recurs la o dublă aprovizionare, de la ambele întreprinderi care participă la concentrare, pentru a obține prețuri competitive. Dovezile privind tendințele de schimbare a furnizorilor aplicate în trecut de clienți și reacțiile la modificările de preț pot oferi informații esențiale cu privire la acest aspect.

Concurenții sunt puțin susceptibili să mărească producția lor în cazul creșterii prețurilor

32. În cazul în care condițiile pieței sunt de așa natură încât este puțin probabil ca respectivi concurenți ai părților la concentrare să își mărească oferta în mod semnificativ în cazul creșterii prețurilor, întreprinderile care participă la concentrare ar putea fi stimulate să reducă producția sub nivelurile totale anterioare concentrării, majorând astfel prețurile pe piață⁽⁴⁴⁾. Concentrarea impulsionează reducerea productivității, oferind entității rezultate în urma concentrării o gamă de clienți mai mare, din care să obțină marje mai ridicate rezultate dintr-o majorare a prețurilor în urma reducerii producției.
33. Dimpotrivă, în cazul în care condițiile pieței sunt de așa natură încât întreprinderile concurente au o capacitate satisfăcătoare, considerând profitabilă extinderea suficientă a producției, este puțin probabil să se stabilească de către Comisie că operațiunea de concentrare va crea sau va consolida o poziție dominată sau că va crea alt fel de obstacole semnificative în calea concurenței efective.
34. O astfel de extindere a producției este puțin probabilă, în special în cazul în care concurenții sunt afectați de anumite constrângeri obligatorii de capacitate, iar extinderea capacității este costisitoare⁽⁴⁵⁾ sau în cazul în care exploatarea capacității excedentare este în mod semnificativ mai costisitoare de realizat decât a capacității utilizate în mod curent.

35. Deși constrângerile de capacitate au o importanță mai ridicată în cazul în care bunurile sunt relativ omogene, acestea pot fi, de asemenea, importante în cazul în care întreprinderile oferă produse diferențiate.

Entitatea rezultată în urma concentrării este capabilă să împiedice expansiunea concurenților

36. Unele concentrări propuse, în cazul în care ar fi autorizate, ar crea obstacole semnificative în calea concurenței efective, plasând entitatea rezultată în urma concentrării într-o poziție în care ar avea capacitatea și motivația de a împiedica expansiunea întreprinderilor mai mici și a concurenților potențiali sau de a restricționa într-un alt mod capacitatea concurențială a întreprinderilor rivale. Într-un astfel de caz, concurenții, fie individual, fie ca ansamblu, nu vor fi în măsură să constrângă entitatea rezultată în urma concentrării într-o astfel de măsură încât aceasta să nu majoreze prețurile sau să ia alte măsuri în detrimentul concurenței. De exemplu, entitatea rezultată în urma concentrării poate deține un asemenea nivel de control sau de influență asupra ofertei de resurse necesare producției⁽⁴⁶⁾ sau asupra posibilităților de distribuție⁽⁴⁷⁾, încât expansiunea sau intrarea întreprinderilor concurente să fie mai costisitoare. În mod similar, controlul entității rezultate în urma concentrării asupra brevetelor⁽⁴⁸⁾ sau asupra altor tipuri de proprietate intelectuală (de ex. mărci⁽⁴⁹⁾) poate îngreuna expansiunea sau intrarea concurenților pe piață. Pe acele piețe în care interoperabilitatea dintre diferite infrastructuri sau platforme este importantă⁽⁵⁰⁾, o concentrare poate conferi entității rezultate în urma concentrării capacitatea și motivația de a majora costurile sau de a scădea calitatea serviciilor concurenților săi⁽⁵¹⁾. Pentru efectuarea acestei evaluări, Comisia poate lua în considerare, *inter alia*, puterea financiară a entității rezultate în urma concentrării în raport cu concurenții săi⁽⁵²⁾.

Concentrarea înlătură o importantă forță concurențială

37. Unele întreprinderi exercită asupra procesului concurențial o influență mai mare decât ar sugera cotele lor de piață sau orice indicator similar. O concentrare care implică o astfel de întreprindere poate modifica în mod semnificativ și anticoncurențial jocul concurenței, în special în cazul în care piața este deja concentrată⁽⁵³⁾. De exemplu, o întreprindere poate fi un nou-venit recent, care este așteptat să exercite în viitor o presiune concurențială semnificativă asupra celorlalte întreprinderi de pe piață.
38. Pe acele piețe în care inovația reprezintă o importantă forță concurențială, o concentrare poate crește capacitatea și motivația unei întreprinderi de a aduce noi inovații pe piață și, astfel, de a crea o presiune concurențială asupra rivalilor pentru a inova pe această piață. În schimb, concurența efectivă poate fi limitată în mod semnificativ de o concentrare între doi inovatori importanți, de exemplu între două întreprinderi care sunt în curs de a dezvolta anumite produse adresate unei piețe de produse specifică. În mod similar, o întreprindere care deține o cotă de piață relativ redusă poate, cu toate acestea, să devină o importantă forță concurențială în cazul în care deține produse în curs de dezvoltare promițătoare⁽⁵⁴⁾.

Efecte coordonate

39. Pe unele piețe, structura este de așa natură încât întreprinderile consideră drept posibil, rațional din punct de vedere economic și, în consecință, preferabil, să adopte o conduită susținută de acțiune pe piață, cu scopul de a vinde la prețuri

ridicate. O concentrare pe o piață concentrată poate crea obstacole semnificative în calea concurenței efective, prin crearea sau consolidarea unei poziții dominante colective, deoarece aceasta crește probabilitatea ca întreprinderile să-și coordoneze astfel comportamentul și să majoreze astfel prețurile, chiar fără să încheie un acord sau să recurgă la o practică concertată, în sensul articolului 81 din tratat⁽⁵⁵⁾. O concentrare poate, de asemenea, facilita coordonarea, făcând-o mai stabilă sau mai eficientă pentru întreprinderile care se coordonau deja anterior concentrării, fie prin intensificarea coordonării, fie permițând întreprinderilor să se coordoneze la nivelul unor prețuri și mai ridicate.

40. Coordonarea poate lua diverse forme. Pe unele piețe, cea mai probabilă coordonare implică menținerea prețurilor deasupra nivelului concurențial. Pe alte piețe, coordonarea poate avea drept scop limitarea producției sau a nivelului noii capacități introduse pe piață. Întreprinderile se pot coordona, de asemenea, prin divizarea pieței, de exemplu în zone geografice⁽⁵⁶⁾, în funcție de caracteristicile clienților sau prin alocarea contractelor pe piețele care funcționează pe baza de licitații.
41. Apariția coordonării devine mai probabilă pe piețele în care este relativ simplu să se ajungă la un acord comun asupra modalităților de desfășurare. În plus, sunt necesare trei condiții pentru durabilitatea coordonării. În primul rând: întreprinderile care se coordonează trebuie să aibă capacitatea de a monitoriza la un nivel satisfăcător respectarea condițiilor coordonării. În al doilea rând: disciplina solicită existența unei forme a unui mecanism de descurajare plauzibil, care poate fi activat în caz de constatare a unei abateri. În al treilea rând: reacțiile părților terțe, precum concurenți existenți și viitori care nu participă la coordonare precum și clienți, nu trebuie să pericliteze rezultatele preconizate ale coordonării⁽⁵⁷⁾.
42. Comisia examinează posibilitatea îndeplinirii condițiilor de coordonare și probabilitatea durabilității coordonării. În acest sens, Comisia ia în considerare modificările generate de concentrare. Reducerea numărului de întreprinderi de pe o piață poate, prin ea însăși, să reprezinte un factor care facilitează coordonarea. Cu toate acestea, o concentrare poate, de asemenea, să crească probabilitatea sau semnificația efectelor coordonate în alte moduri. De exemplu, o concentrare poate implica o întreprindere cu un comportament imprevizibil care în trecut a împiedicat sau întrerupt coordonarea, prin neaplicarea, de exemplu, a majorării prețurilor practică de către concurenții săi, sau care prezintă caracteristici care o motivează să favorizeze alegeri strategice diferite față de cele preferate de concurenții săi cu care se coordonează. În cazul în care entitatea rezultată în urma concentrării ar adopta strategii asemănătoare celorlalți concurenți, coordonarea ar fi mai accesibilă întreprinderilor rămase, și probabilitatea, stabilitatea sau eficiența coordonării ar fi mai ridicate în cazul respectivei concentrări.
43. La evaluarea probabilității efectelor coordonate, Comisia ține seama de toate informațiile relevante disponibile cu privire la caracteristicile piețelor implicate, incluziv atât aspecte de structură, cât și comportamentul anterior al întreprinderilor⁽⁵⁸⁾. Dovezile referitoare la coordonarea în trecut sunt importante în cazul în care caracteristicile pieței relevante nu s-au modificat în mod considerabil și nici nu există o astfel de probabilitate în viitorul apropiat⁽⁵⁹⁾. Dovezile referitoare la coordonarea pe piețe asemănătoare pot constitui, de asemenea, informații utile.

Îndeplinirea condițiilor de coordonare

44. Probabilitatea apariției coordonării este mai mare în cazul în care concurenții pot ajunge fără dificultate la o percepție comună asupra modului de funcționare a coordonării. Întreprinderile care se coordonează trebuie să aibă concepții asemănătoare privind acțiunile pe care le consideră a fi în conformitate cu comportamentul coordonat și cele care nu corespund.
45. În general, cu cât mediul economic este mai puțin complex și mai stabil, cu atât mai ușor întreprinderile vor ajunge la un acord comun cu privire la condițiile de coordonare. De exemplu, este mai simplă coordonarea câtorva participanți decât cea a mai multora. De asemenea, este mai simplă coordonarea prețului unui singur produs omogen decât cea a sute de prețuri pe o piață cu multe produse diferențiate. În mod similar, este mai simplă coordonarea unui preț în cazul în care condițiile de cerere și ofertă sunt relativ constante decât în cazul în care acestea se află în continuă schimbare⁽⁶⁰⁾. În acest context, cererea foarte instabilă, creșterea internă semnificativă a unor întreprinderi pe piață sau intrarea frecventă a unor noi întreprinderi pot indica faptul că situația actuală nu este suficient de stabilă pentru a fi probabilă coordonarea⁽⁶¹⁾. Pe piețele unde inovația este importantă, coordonarea poate fi mai dificilă, deoarece inovațiile, în special cele semnificative, pot permite unei întreprinderi să câștige un avantaj major asupra concurenților săi.
46. Coordonarea prin intermediul divizării pieței va fi mai simplă în cazul în care clienții prezintă caracteristici simple, care permit întreprinderilor care se coordonează alocarea simplă a lor. Astfel de caracteristici pot fi de natură geografică; legate de tipul de clienți sau, pur și simplu, de existența unor clienți care în mod normal cumpără de la o anumită întreprindere. Coordonarea cu ajutorul divizării pieței poate fi relativ simplă, în cazul în care identificarea fiecărui furnizor al fiecărui client se efectuează cu ușurință, iar instrumentul de coordonare este reprezentat de repartizarea clienților existenți la furnizorii lor corespunzători.
47. Întreprinderile care se coordonează pot, cu toate acestea, să găsească și alte modalități decât divizarea pieței pentru a depăși problemele rezultate din mediile economice complexe. Acestea pot, de exemplu, să stabilească niște norme simple de determinare a prețurilor, care reduc complexitatea coordonării unui număr ridicat de prețuri. Un exemplu de astfel de normă este stabilirea unui număr redus de puncte de determinare a prețurilor, reducându-se, în consecință, problema coordonării. Un alt exemplu ar fi o relație fixă între anumite prețuri de bază și o serie de alte prețuri, astfel încât prețurile să se deplaseze practic în paralel. Informațiile cheie disponibile publicului, schimbul de informații prin intermediul asociațiilor profesionale sau informațiile primite prin intermediul participațiilor încrucișate sau al participațiilor în cadrul întreprinderilor în comun pot, de asemenea, să ajute întreprinderile să respecte condițiile de coordonare. Cu cât situația pieței este mai complexă, cu atât mai stringentă va fi necesitatea unei transparențe sporite sau a comunicării, în scopul obținerii unui acord comun privind condițiile coordonării.
48. Obținerea unui acord comun referitor la condițiile coordonării va fi mai accesibilă întreprinderilor în cazul în care acestea sunt relativ simetrice⁽⁶²⁾, în special în ceea ce privește structurile costurilor, cotele de piață, nivelurile de producție și de integrare verticală⁽⁶³⁾. Legăturile structurale, precum participațiile încrucișate sau participațiile în cadrul întreprinderilor în comun pot contribui, de asemenea, la alinierea motivațiilor între întreprinderile care se coordonează⁽⁶⁴⁾.

Monitorizarea abaterilor

49. Întreprinderile care se coordonează sunt adesea tentate să își majoreze cota de piață prin abaterea de la condițiile de coordonare, de exemplu prin scăderea prețurilor, oferirea în secret de reduceri, îmbunătățirea calității produselor sau a capacității de producție sau prin încercarea de a atrage noi clienți. Numai amenințarea credibilă cu represalii suficiente și aplicate în timp util pot să le împiedice de la aceasta. În consecință, piețele trebuie să fie suficient de transparente pentru a permite întreprinderilor care se coordonează să monitorizeze la un nivel satisfăcător eventualele abateri ale altor întreprinderi și astfel să poată ști când este nevoie să recurgă la represalii⁽⁶⁵⁾.
50. Adesea, transparența pe piață este cu atât mai ridicată cu cât numărul participanților activi pe piață este mai redus. În plus, gradul de transparență depinde adesea de modul în care au loc operațiunile pe o anumită piață. De exemplu, probabilitatea unei transparențe ridicate este mai mare pe o piață în care operațiunile sunt publice sau se desfășoară în cadrul unei licitații deschise cu strigare⁽⁶⁶⁾. Dimpotrivă, nivelul de transparență poate fi scăzut pe o piață în care operațiunile sunt negociate în mod confidențial între cumpărători și vânzători, pe bază bilaterală⁽⁶⁷⁾. La evaluarea gradului de transparență de pe piață, elementul cheie este identificarea acelor întreprinderi care pot face deducții privind acțiunile celorlalte întreprinderi, pe baza informațiilor disponibile⁽⁶⁸⁾. Întreprinderile care se coordonează trebuie să aibă capacitatea de a interpreta cu o oarecare certitudine dacă comportamentul imprevizibil este rezultatul abaterii de la condițiile de coordonare. De exemplu, în mediile instabile poate fi dificil pentru o întreprindere să stabilească dacă pierderile sale în vânzări se datorează unui nivel global scăzut al cererii sau unui concurent care oferă prețuri deosebit de scăzute. În mod similar, în cazul în care cererea globală sau condițiile de cost fluctuează, este dificil de estimat dacă un concurent scade prețul deoarece se așteaptă la o scădere coordonată a prețurilor sau deoarece se abate de la condițiile de coordonare.
51. Pe unele piețe în care condițiile generale par să pună în dificultate monitorizarea abaterilor, întreprinderile pot, cu toate acestea, să adopte practici care au ca efect facilitarea sarcinii de monitorizare, chiar și în cazul în care respectivele practici nu sunt aplicate special în acest scop. Practicile respective, precum clauzele de coordonare la nivelul concurenței sau clauza clientului celui mai favorizat, publicarea voluntară de informații și de anunțuri sau schimbul de informații prin asociațiile profesionale pot crește transparența sau pot ajuta concurenții să interpreteze alegerile făcute. Funcțiile de conducere încrucișate, participarea în cadrul întreprinderilor în comun și aranjamentele similare pot, de asemenea, să faciliteze monitorizarea.

Mecanisme de descurajare

52. Coordonarea este durabilă doar în cazul în care consecințele abaterii sunt suficient de grave pentru a convinge întreprinderile care se coordonează de faptul că este în interesul lor să adere la condițiile de coordonare. În consecință, pericolul unor viitoare represalii conferă durabilitate coordonării⁽⁶⁹⁾. Cu toate acestea, pericolul este plauzibil doar în cazul în care, atunci când se identifică o abatere din partea uneia dintre întreprinderi, există suficientă certitudine că se va activa un mecanism de descurajare⁽⁷⁰⁾.

53. Represaliile care se manifestă după un interval lung de timp sau a căror aplicare nu este certă au șanse mai scăzute de compensare a beneficiilor rezultate în urma unei abateri. De exemplu, în cazul în care o piață se caracterizează prin comenzi sporadice și semnificative, punerea în aplicare a unui mecanism de descurajare suficient de drastic poate întâmpina dificultăți, deoarece câștigurile rezultate din abateri la momentul oportun pot fi însemnate, sigure și imediate, în timp ce pierderile de pe urma sancționării pot fi neînsemnate și nesigure, materializându-se doar după un anumit timp. Viteza de aplicare a mecanismelor de descurajare este legată de aspectul de transparență. În cazul în care întreprinderile pot observa acțiunile concurenților lor doar cu o întârziere considerabilă, represaliile vor fi și ele tardive, iar această întârziere poate compromite aspectul lor de descurajare.
54. Credibilitatea mecanismului de descurajare depinde de cât de motivate sunt celelalte întreprinderi care se coordonează pentru a recurge la represalii. Unele mecanisme de descurajare, precum sancționarea părții care s-a abatut prin lansarea temporară a unui război al prețurilor sau prin creșterea semnificativă a productivității pot genera o pierdere economică pe termen scurt, în cazul întreprinderilor care aplică represalii. Aceasta nu înlătură neapărat motivația de a recurge la represalii deoarece pierderea pe termen scurt poate fi mai mică decât avantajul pe termen lung al represaliilor rezultat din revenirea la sistemul de coordonare.
55. Represaliile nu trebuie să se desfășoare în mod obligatoriu pe aceeași piață în care a avut loc abaterea ⁽⁷¹⁾. În cazul în care întreprinderile care se coordonează sunt prezente de asemenea pe alte piețe, acestea le pot furniza diverse metode de represalii ⁽⁷²⁾. Represaliile pot avea mai multe forme, inclusiv desființarea întreprinderilor în comun sau a altor forme de cooperare, precum și vânzarea de acțiuni în cadrul întreprinderilor deținute în comun.

Reacțiile terțelor părți

56. Pentru a fi o coordonare de succes acțiunile întreprinderilor care nu se coordonează și ale potențialilor concurenți, precum și ale clienților, nu trebuie să poată pune în pericol rezultatul așteptat de la coordonare. De exemplu, în cazul în care scopul coordonării este reducerea productivității globale a pieței, acest fapt va afecta clienții doar în cazul în care întreprinderile care nu se coordonează nu sunt capabile sau nu au nici o motivație pentru a răspunde respectivei reduceri prin creșterea propriei lor productivități în mod suficient pentru a evita o scădere netă a capacității sau, cel puțin, pentru a face neprofitabilă reducerea coordonată a productivității ⁽⁷³⁾.
57. Efectele intrării de noi concurenți pe piață și ale puterii compensatorii de cumpărare a clienților sunt analizate în cadrul secțiunilor următoare. Cu toate acestea, se acordă o atenție specială posibilului impact al acestor elemente asupra stabilității coordonării. De exemplu, un cumpărător important poate determina instabilitatea coordonării prin atragerea cu succes a uneia dintre întreprinderile se coordonează spre abatere, în scopul câștigării unor activități semnificative noi, toate acestea prin concentrarea unui volum însemnat al cerințelor sale pe un singur furnizor sau prin oferirea de contracte pe termen lung.

Concentrarea cu un concurent potențial

58. O concentrare care reunește o întreprindere deja activă pe o piață relevantă cu un concurent potențial pe respectiva piață poate avea efecte anticoncurențiale similare concentrărilor între două întreprinderi deja active pe aceeași piață relevantă, creând astfel obstacole semnificative în calea concurenței efective, în special prin crearea sau consolidarea unei poziții dominante.
59. O concentrare cu un concurent potențial poate genera efecte anticoncurențiale orizontale, fie că este coordonată sau necoordonată, în cazul în care concurentul potențial constrânge în mod semnificativ comportamentul întreprinderilor active pe piață. Aceasta este valabil în cazul în care concurentul potențial deține active care pot fi utilizate cu ușurință pentru a intra pe piață, fără a genera costuri nerecuperabile semnificative. Efectele anticoncurențiale pot apărea, de asemenea, în cazul în care partenerul la concentrare este susceptibil să suporte costurile nerecuperabile necesare pentru intrarea pe piață într-un interval de timp relativ scurt, respectiva întreprindere limitând ulterior comportamentul întreprinderilor active pe piață în momentul respectiv ⁽⁷⁴⁾.
60. Pentru ca o concentrare cu un concurent potențial să genereze efecte anticoncurențiale semnificative trebuie îndeplinite două condiții de bază. În primul rând: potențialul concurent trebuie să exercite deja o influență constrângătoare semnificativă sau trebuie să existe o probabilitate ridicată de transformare a acestuia într-o forță concurențială efectivă. Dovezile privind faptul că un concurent potențial plănuiește să intre pe o piață într-un mod semnificativ ar putea ajuta Comisia să ajungă la o astfel de concluzie ⁽⁷⁵⁾. În al doilea rând: nu trebuie să existe un număr suficient de concurenți potențiali care ar putea menține o presiune concurențială suficientă ulterior concentrării ⁽⁷⁶⁾.

Concentrarea care creează sau consolidează puterea de cumpărare pe piețele din amonte

61. Comisia poate, de asemenea, să analizeze în ce măsură entitatea rezultată în urma concentrării își mărește puterea de cumpărare pe piețele din amonte. Pe de o parte, o concentrare care creează sau consolidează puterea de de piață a unui cumpărător poate crea obstacole semnificative în calea concurenței, în special prin crearea sau consolidarea unei poziții dominante. Entitatea rezultată în urma concentrării poate fi în poziția de a obține prețuri mai scăzute, prin reducerea propriilor achiziții de bunuri sau de resurse destinate producției. Acest fapt poate determina, la rândul său, reducerea nivelului de producție al întreprinderii pe piața finală a produselor și astfel poate aduce prejudicii bunăstării consumatorilor ⁽⁷⁷⁾. Astfel de efecte pot apărea, în special, în cazul în care vânzătorii din amonte sunt relativ dispersați. Concurența pe piețele din aval ar putea fi afectată, de asemenea, în mod negativ, în cazul special în care entitatea rezultată în urma concentrării ar face uz de puterea sa de cumpărare în raport cu furnizorii săi pentru a-și bloca rivalii ⁽⁷⁸⁾.
62. Pe de altă parte, o putere de cumpărare crescută ar putea fi benefică pentru concurență. În cazul în care puterea de cumpărare mărită reduce costurile resurselor utilizate, fără a restrânge concurența din aval sau producția totală, o parte a acestor reduceri de costuri poate fi transferată asupra consumatorilor sub formă de prețuri mai scăzute.

63. Pentru a evalua dacă o anumită concentrare ar crea obstacole considerabile în calea concurenței efective prin crearea sau consolidarea puterii de cumpărare, este necesară prin urmare o analiză a condițiilor concurențiale de pe piețele din amonte și o evaluare a posibilelor efecte pozitive și negative descrise anterior.

V. PUTEREA DE CUMPĂRARE COMPENSATORIE

64. Presiunea concurențială asupra unui furnizor nu este exercitată doar de concurenți, ci poate proveni, de asemenea, de la clienții acestuia. Nici chiar întreprinderile cu cote de piață ridicate nu sunt capabile, după concentrare, să creeze obstacole semnificative în calea concurenței efective, în special prin funcționarea, într-o mare măsură, în mod independent față de clienții lor, în cazul în care aceștia din urmă dețin o putere de cumpărare compensatorie⁽⁷⁹⁾. În acest context, puterea de cumpărare compensatorie trebuie privită ca o putere de negociere a cumpărătorului față de vânzător, în cadrul negocierilor comerciale datorită dimensiunii sale, relevanței sale comerciale pentru vânzător, precum și capacității respectivului cumpărător de a apela la furnizori alternativi.
65. În cazurile relevante, Comisia examinează în ce măsură clienții sunt capabili să contracareze creșterea puterii de piață pe care ar putea altfel s-o genereze o concentrare. Faptul că un client poate amenința în mod plauzibil cu recurgerea la surse alternative de furnizare, într-un interval de timp rezonabil, în situația în care furnizorul ar decide majorarea prețurilor⁽⁸⁰⁾ sau deprecierea calității sau a condițiilor de livrare, ar constitui o sursă de putere de cumpărare compensatorie. Aceasta se aplică în cazul în care cumpărătorul ar putea să apeleze de îndată la alți furnizori⁽⁸¹⁾, ar amenința în mod plauzibil cu integrarea verticală pe piața din amonte sau cu susținerea expansiunii sau a intrării pe piață⁽⁸²⁾ în amonte, convingând, de exemplu, un potențial nou-venit să intre pe piață prin încredințarea de comenzi substanțiale întreprinderii în cauză. Acest tip de putere de cumpărare compensatorie va fi mai des întâlnit la clienții mari și complecși decât la întreprinderile mici, într-o industrie dispersată⁽⁸³⁾. Un cumpărător poate, de asemenea, exercita o putere de cumpărare compensatorie prin refuzul de a achiziționa alte produse fabricate de către furnizor sau, în special în cazul bunurilor durabile, prin întârzierea achizițiilor.
66. În unele cazuri, poate fi important să se acorde o atenție deosebită motivațiilor cumpărătorilor de a face uz de puterea lor de cumpărare⁽⁸⁴⁾. De exemplu, este probabil ca o întreprindere din aval să nu fie dispusă să facă o investiție prin finanțarea unei noi intrări pe piață în cazul în care concurenții săi ar profita și ei de costurile mai scăzute cu resursele determinate de această intrare.
67. Puterea de cumpărare compensatorie nu poate fi considerată suficientă pentru a compensa potențialele efecte negative ale unei concentrări în cazul în care aceasta garantează doar că un anumit segment de clienți⁽⁸⁵⁾, cu o capacitate de negociere specială, este protejat de prețurile semnificativ mai mari sau de condițiile precare apărute în urma concentrării⁽⁸⁶⁾. În plus, existența puterii de cumpărare anterior concentrării nu este suficientă, aceasta trebuind să fie prezentă și să se mențină în stare efectivă și ulterior concentrării. Acest fapt se datorează scăderii puterii de cumpărare prin concentrarea realizată între doi furnizori, în cazul în care aceasta înlătură, în acest mod, o alternativă credibilă.

VI. INTRAREA PE PIAȚĂ

68. În cazul în care intrarea pe o piață este suficient de accesibilă, este puțin probabil ca o concentrare să reprezinte un pericol anticoncurențial considerabil. În consecință, analiza intrării pe piață constituie un element important al evaluării concurențiale globale. Pentru ca intrarea să fie considerată o constrângere concurențială suficientă asupra părților la concentrare, trebuie să se dovedească faptul că aceasta este probabilă, că s-ar produce în timp util și ar fi suficientă pentru descurajarea sau combaterea oricărui posibil efect anticoncurențial al concentrării.

Probabilitatea intrării pe piață

69. Comisia examinează dacă intrarea pe piață sau intrarea potențială pe piață ar putea constrânge comportamentul întreprinderilor existente în urma concentrării. Pentru ca intrarea pe piață să fie probabilă, trebuie să fie suficient de profitabilă, având în vedere efectele pe care producția suplimentară introdusă pe piață le are asupra prețurilor, precum și posibilele reacții ale participanților existenți. În consecință, intrarea este mai puțin probabilă în cazul în care ar fi viabilă doar la o scară economică largă, generând astfel niște niveluri deosebit de scăzute ale prețurilor. Intrarea este susceptibilă să fie, totodată, mai dificilă în cazul în care participanții existenți sunt în măsură să își protejeze propriile cote de piață prin încheierea de contracte pe termen lung sau oferirea unor reduceri de prețuri orientate și preferențiale acelor clienți pe care noul-venit încearcă să îi atragă. În plus, riscurile ridicate și costurile unei intrări fără succes pe piață pot limita probabilitatea intrării. Costurile unei intrări eșuate vor fi cu atât mai ridicate cu cât valoarea costurilor nerecuperabile asociate intrării este mai mare⁽⁸⁷⁾.
70. Potențialii nou-veniți se pot confrunta cu bariere la intrare, fapt care generează riscuri și costuri de intrare, având astfel un impact asupra profitabilității intrării. Barierele la intrare reprezintă caracteristici specifice ale pieței, care oferă întreprinderilor existente avantaje asupra concurenților potențiali. În cazul în care barierele la intrare sunt nesemnificative, constrângerea exercitată de intrare asupra părților la concentrare este mai probabilă. Dimpotrivă, în cazul în care barierele la intrare sunt ridicate, majorările de prețuri de către întreprinderile care participă la concentrare nu ar fi constrânse în mod considerabil de către intrarea pe piață. Exemplele din trecut de intrare și ieșire din sector pot furniza informații utile cu privire la dimensiunea barierei la intrare.
71. Barierele la intrare pot lua diferite forme:
- (a) Avantajele legale includ situații în care barierele de reglementare limitează numărul participanților pe piață, de exemplu prin restrângerea numărului de licențe⁽⁸⁸⁾. Acestea acoperă, de asemenea, barierele comerciale tarifare și netarifare⁽⁸⁹⁾.
 - (b) Participanții existenți pot beneficia, de asemenea, de avantaje tehnice, precum accesul preferențial la instalații esențiale, resurse naturale⁽⁹⁰⁾, inovații, cercetare și dezvoltare⁽⁹¹⁾ sau la drepturile de proprietate intelectuală⁽⁹²⁾, ceea ce creează pentru orice întreprindere dificultatea de a concura cu succes. De exemplu, în anumite sectoare, obținerea resurselor materiale esențiale poate fi dificilă sau produsele și procesele sunt protejate de brevete. Alți factori, precum economiile de scară și cele intensive, rețelele de distribuție și de vânzare⁽⁹³⁾, precum și accesul la tehnologiile importante, pot constitui de asemenea bariere la intrarea pe piață.

- (c) În plus, barierele la intrare pot exista, de asemenea, datorită poziției determinate a întreprinderilor existente pe piață. Intrarea pe o anumită piață poate fi dificilă în special din cauză că sunt necesare experiența sau reputația pentru a concura efectiv, ambele fiind dificil de obținut pentru un nou-venit. În acest context, se vor lua în considerare factori precum fidelitatea consumatorului față de o anumită marcă ⁽⁹⁴⁾, relațiile strânse dintre furnizori și clienți, importanța promovării sau a publicității sau alte avantaje legate de reputație ⁽⁹⁵⁾. Barierele la intrare includ, de asemenea, situațiile în care participanții existenți s-au angajat deja să creeze o capacitate excedentară substanțială ⁽⁹⁶⁾ sau acelea în care costurile suportate de clienți la schimbarea furnizorului pot crea obstacole în calea intrării noilor concurenți.
72. Evoluția preconizată a pieței trebuie luată în considerare când se evaluează dacă intrarea pe piață este profitabilă sau nu. Intrarea pe o piață despre care se estimează că va înregistra o creștere viitoare substanțială ⁽⁹⁷⁾ este mai probabil să fie profitabilă decât intrarea pe o piață matură sau care se așteaptă să intre în declin ⁽⁹⁸⁾. Economii de scară sau efectele de rețea pot face intrarea pe piață neprofitabilă dacă noul-venit nu obține o cotă de piață suficient de ridicată ⁽⁹⁹⁾.
73. Intrarea pe piață este probabilă în cazul în care furnizorii de pe alte piețe dețin deja instalațiile de producție care ar putea fi folosite la intrarea pe piața în cauză, reducând astfel costurile de intrare nerecuperabile. Cu cât diferența de profitabilitate între intrarea pe piață și absența intrării înainte de fuziune este mai redusă, cu atât este mai probabilă o astfel de realocare a facilităților de producție.
77. La evaluarea globală a unei concentrări, Comisia analizează argumentele determinate de creșterile în eficiență invocate și probate. Aceasta poate stabili că, drept urmare a creșterilor în eficiență pe care le produce concentrarea, nu există nici un motiv pentru a declara concentrarea incompatibilă cu piața comună, în temeiul articolului 2 alineatul (3) din Regulamentul privind concentrările economice. Aceasta se aplică în cazul în care Comisia este în măsură să deducă, pe baza unor dovezi suficiente, faptul că acele creșteri în eficiență generate de concentrare pot mări capacitatea și motivația entității rezultate în urma concentrării de a acționa în favoarea competitivității în beneficiul consumatorilor, contracarând astfel efectele negative asupra concurenței pe care le-ar avea altfel concentrarea.
78. Pentru ca, la evaluarea concentrării de către Comisie, aceasta să țină seama de creșterile în eficiență invocate și să fie în măsură să ajungă la concluzia că, în urma creșterilor în eficiență, nu există motive pentru a declara concentrarea incompatibilă cu piața comună, creșterile în eficiență trebuie să fie în beneficiul consumatorilor, specifice concentrării și verificabile. Aceste condiții sunt cumulative.

Intrarea în timp util

74. Comisia examinează dacă intrarea ar fi suficient de rapidă și de durabilă pentru a descuraja sau a combate exercițiul puterii de piață. Perioada oportună depinde de caracteristicile și de dinamica pieței, precum și de capacitățile specifice ale potențialilor nou-veniți ⁽¹⁰⁰⁾. Cu toate acestea, în mod normal, intrarea pe piață este considerată în timp util doar în cazul în care are loc în termen de doi ani.

Intrarea suficientă

75. Intrarea trebuie să aibă un domeniu de aplicare și o amplitudine suficiente pentru a descuraja sau a combate efectele anticoncurențiale ale concentrării ⁽¹⁰¹⁾. Intrarea la o scară redusă, de exemplu pe o anumită «nișă» de piață, s-ar putea să nu fie considerată ca fiind suficientă.

VII. CREȘTERI ÎN EFICIENȚĂ

76. Restructurărilor întreprinderilor, sub formă de concentrări, ar putea respecta cerințele concurenței dinamice și sunt în măsură să ridice nivelul de competitivitate al industriei, îmbunătățind astfel condițiile creșterii și ridicării nivelului de trai în Comunitate ⁽¹⁰²⁾. Este posibil ca acele creșteri de eficiență generate de o concentrare să contracareze efectele asupra concurenței și, în special, posibilele prejudicii aduse consumatorilor pe care le-ar fi provocat altfel ⁽¹⁰³⁾. Pentru a evalua dacă o concentrare ar crea obstacole considerabile în

Avantaje pentru consumatori

79. Principalul punct de referință în evaluarea creșterilor în eficiență invocate este ca, în urma concentrării, consumatorii ⁽¹⁰⁵⁾ să nu se găsească într-o situație mai precară. În acest scop, creșterile în eficiență trebuie să fie substanțiale și să se producă în timp util, fiind, în principiu, în avantajul consumatorilor de pe acele piețe relevante în care este altfel probabil să apară probleme de concurență.
80. Concentrările pot genera diverse tipuri de creșteri în eficiență care pot da naștere unor prețuri mai scăzute sau altor avantaje pentru consumatori. De exemplu, economiile de costuri de producție sau de distribuție pot oferi entității rezultate în urma concentrării capacitatea și motivația de a aplica prețuri mai mici în urma concentrării. În funcție de nevoia de a determina dacă creșterile în eficiență vor fi în beneficiul net al consumatorilor, este mai probabil ca creșterile în eficiență legate de costuri care duc la reduceri ale costurilor variabile sau marginale ⁽¹⁰⁶⁾ să fie mai relevante pentru evaluarea creșterilor în eficiență decât reducerile de costuri fixe; în principiu, este probabilitatea este mai mare ca primele să genereze prețuri mai scăzute pentru consumatori ⁽¹⁰⁷⁾. Reducerile de costuri rezultate pur și simplu din reducerile anticoncurențiale ale producției nu pot fi considerate creșteri în eficiență în beneficiul consumatorilor.
81. Consumatorii pot beneficia, de asemenea, de pe urma produselor sau a serviciilor noi sau îmbunătățite, de exemplu în urma creșterilor în eficiență în domeniul cercetării și dezvoltării și al inovațiilor. O întreprindere în comun înființată pentru a dezvolta un nou produs poate crea tipul de creșteri în eficiență care pot fi luate în considerare de Comisie.

82. În contextul efectelor coordonate, creșterile în eficiență pot crește motivația entității rezultate în urma concentrării de a crește producția și de a scădea prețurile, limitându-i astfel motivația de a-și coordona comportamentul pe piață cu alte întreprinderi de pe respectiva piață. Creșterile în eficiență pot, așadar, să conducă la reducerea riscurilor de efecte coordonate pe piața relevantă.
83. În general, cu cât materializarea creșterilor în eficiență se va produce mai târziu în viitor, cu atât ponderea pe care le-o va atribui Comisia va fi mai mică. Acest fapt implică necesitatea ca, pentru a fi considerate un factor de contracarare, respectivele creșteri în eficiență să se producă în timp util.
84. Motivația entității rezultate în urma concentrării de a transfera creșterile în eficiență asupra consumatorilor este adesea legată de existența unei presiuni concurențiale din partea întreprinderilor rămase pe piață și a concurenților potențiali. Cu cât sunt mai accentuate posibilele efecte negative asupra concurenței, cu atât mai mult Comisia trebuie să se asigure că creșterile în eficiență invocate sunt substanțiale, realizabile și transferabile consumatorului, la un nivel satisfăcător. Este foarte puțin probabil ca o concentrare care generează o poziție de piață apropiată de cea de monopol sau un nivel similar de putere de piață să poată fi declarată compatibilă cu piața comună, pe motiv că creșterile în eficiență ar fi suficiente pentru a contracara posibilele sale efecte anticoncurențiale.

Creșteri în eficiență specifice concentrării

85. Creșterile de eficiență sunt relevante pentru evaluarea concurențială, în cazul în care reprezintă o consecință directă a concentrării notificate, neputând fi obținute la un nivel similar prin alternative mai puțin anticoncurențiale. În aceste împrejurări, creșterile în eficiență sunt considerate a fi generate de concentrare și, în consecință, specifice acesteia ⁽¹⁰⁸⁾. Părțile la concentrare trebuie să furnizeze în timp util toate informațiile relevante, necesare pentru a demonstra că nu există opțiuni alternative mai puțin anticoncurențiale, realiste și realizabile, de natură neconcentrativă (de exemplu un acord de licențiere sau o întreprindere în comun de cooperare) sau de natură concentrativă (de exemplu o întreprindere în comun concentrativă sau o concentrare structurată în mod diferit), decât concentrarea notificată, care să mențină creșterile în eficiență invocate. Comisia ține seama doar de opțiunile care se pot aplica în mod rezonabil în situația comercială în care se află părțile la concentrare în ceea ce privește practicile comerciale stabilite în sectorul de activitate în cauză.

Caracterul verificabil

86. Creșterile în eficiență trebuie să fie verificabile, astfel încât Comisia să se poată asigura în mod rezonabil că creșterile în eficiență se pot materializa și sunt suficient de semnificative încât să contracareze posibilele prejudicii pe care concentrarea le-ar putea aduce consumatorilor. Cu cât sunt mai precise și mai convingătoare creșterile în eficiență invocate, cu atât mai bine va putea Comisia să le evalueze. Acolo

unde este în mod rezonabil posibil ar trebui estimate creșterile în eficiență și beneficiul pentru consumatori. În cazul în care nu sunt disponibile datele necesare unei analize cantitative exacte, trebuie să fie posibilă prevederea unui impact determinabil pozitiv asupra consumatorilor, și nu unul marginal. În general, cu cât momentul de început al creșterilor în eficiență este proiectat mai departe în viitor, cu atât mai redusă va fi probabilitatea atașată de Comisie creșterilor în eficiență realizate.

87. Majoritatea informațiilor care permit Comisiei să evalueze dacă respectiva concentrare va produce tipul de creșteri în eficiență care i-ar permite să autorizeze o concentrare se află exclusiv în posesia părților la concentrare. În consecință, revine părților care fac notificarea obligația de a furniza în timp util toate informațiile relevante necesare pentru a demonstra că creșterile în eficiență invocate sunt specifice concentrării și realizabile. În mod similar, revine părților care fac notificarea să demonstreze în ce măsură creșterile în eficiență pot contracara orice efect negativ asupra concurenței care altfel ar rezulta în urma concentrării aducând astfel avantaje consumatorilor.
88. Dovezile relevante pentru evaluarea creșterilor în eficiență invocate includ, în special, documentele interne folosite de conducerea întreprinderii pentru a decide asupra concentrării, declarațiile conducerii către proprietari și către piețele financiare în legătură cu creșterile în eficiență preconizate, exemplele anterioare de creșteri în eficiență și de beneficii aduse consumatorilor, precum și studiile experților externi, anterioare concentrării, privind tipul și amploarea creșterilor în eficiență și gradul în care consumatorii pot beneficia de acestea.

VIII. ÎNTRERINDERE ÎN CRIZĂ

89. Comisia poate stabili că o anumită concentrare economică, de altfel problematică, este, cu toate acestea, compatibilă cu piața comună, în cazul în care una dintre părțile la concentrare este o întreprindere în criză. Cerința principală este ca deteriorarea structurii concurențiale ulterior concentrării să nu poată avea drept cauză respectiva concentrare ⁽¹⁰⁹⁾. Aceasta se va întâmpla atunci când structura concurențială a pieței s-ar deteriora, într-o măsură cel puțin egală, în absența concentrării ⁽¹¹⁰⁾.
90. Comisia consideră că următoarele trei criterii sunt deosebit de relevante pentru aplicarea «excepției întreprinderii în criză». În primul rând: presupusa întreprindere în criză ar fi forțată să iasă de pe piață într-un viitor apropiat, din cauza dificultăților financiare, în cazul în care nu va fi preluată de o altă întreprindere. În al doilea rând: nu există opțiuni mai puțin anticoncurențiale de achiziționare decât concentrarea notificată. În al treilea rând: în absența concentrării, activele întreprinderii în criză ar ieși în mod inevitabil de pe piață ⁽¹¹¹⁾.
91. Revine părților care fac notificarea obligația de a furniza în timp util toate informațiile relevante necesare pentru a demonstra că deteriorarea structurii concurențiale în urma concentrării nu este provocată de concentrare.

- (¹) Regulamentul (CE) nr. 139/2004 al Consiliului din 20 ianuarie 2004 (JO L 24, 29.1.2004, p. 1).
- (²) Cauza T-102/96, Gencor c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-753, considerentul 200. A se vedea Cauzele conexate C-68/94 și C-30/95, Franța și alții c. Comisiei (denumit în continuare «Kali și Salz»), Culegere 1998, p. I-1375, considerentul 221. În împrejurări excepționale, o concentrare poate cauza crearea sau consolidarea unei poziții dominante a unei întreprinderi care nu este parte la operațiunea notificată (A se vedea Cauza IV/M.1383 – Exxon/Mobil, punctele 225-229; Cauza COMP/M.2434 – Grupo Villar MIR/EnBW/Hidroelectrica del Cantabrico, punctele 67-71).
- (³) A se vedea și Cauzele conexate C-68/94 și C-30/95, Kali și Salz, considerentul 170.
- (⁴) A se vedea motivele (25) și (26) din Regulamentul privind concentrările economice.
- (⁵) Termenul «concentrare» utilizat în cadrul Regulamentului privind concentrările economice reglementează diferite tipuri de operațiuni, precum fuziunile, achizițiile, preluările de control și anumite tipuri de societăți în comun. În prezenta comunicare, cu excepția cazurilor în care se specifică altfel, termenul «concentrare» desemnează toate aceste tipuri de operațiuni.
- (⁶) Prezenta comunicare nu reglementează evaluarea efectelor concurenței pe care o concentrare le are asupra altor piețe, inclusiv efectele verticale și conglomerate. Aceasta nu reglementează nici evaluarea efectelor unei societăți în comun menționate astfel cum este prevăzut la articolul 2 alineatul (4) din Regulamentul privind concentrările economice.
- (⁷) Expresia se referă, de asemenea, la situații în care, de exemplu, reducerile de preț sunt mai puțin importante sau mai puțin probabile decât ar fi fost altfel în absența concentrării și creșterile de preț sunt mai mari sau mai probabile decât dacă ar fi fost altfel în absența concentrării.
- (⁸) Prin analogie, în cazul punerii în aplicare a unei concentrări, fără notificare, Comisia va evalua concentrarea în funcție de condițiile concurențiale care ar fi existat în absența concentrării puse în aplicare.
- (⁹) A se vedea Decizia 98/526/CE a Comisiei în Cauza IV/M.950 – Hoffmann La Roche/Boehringer Mannheim, JO L 234, 21.8.1998, p. 14, punctul 13; Cauza IV/M.1846 – Glaxo Wellcome/SmithKline Beecham, punctele 70-72; Cauza COMP/M.2547 – Bayer/Aventis Crop Science, punctele 324 și urm.
- (¹⁰) A se vedea Cauza T-102/96, Gencor c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-753, considerentele 247-263.
- (¹¹) JO C 372, 9.12.1997, p. 5.
- (¹²) A se vedea Cauza T-102/96, Gencor c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-753, considerentul 262, și Cauza T-342/99, Airtours c. Comisiei, Culegere 2002, p. II-2585, considerentul 280.
- (¹³) În ceea ce privește calculul cotelor de piață, a se vedea și Comunicarea Comisiei privind definiția pieței relevante în sensul dreptului comunitar al concurenței, JO C 372, 9.12.1997, p. 3, punctele 54-55.
- (¹⁴) A se vedea, de exemplu, Cauza COMP/M.1806 – Astra Zeneca/Novartis, punctele 150 și 415.
- (¹⁵) În cazul în care sunt relevante, cotele de piață pot fi ajustate, în special pentru a ține seama de pachetele de control deținute în alte societăți (A se vedea, de exemplu, Cauza IV/M.1383 – Exxon/Mobil, punctele 446-458; Cauza COMP/M.1879 – Boeing/Hughes, punctele 60-79; Cauza COMP/JV 55 – Hutchison/RCPM/ECT, punctele 66-75), sau de alte acorduri cu părți terțe (A se vedea, de exemplu, în ceea ce privește subcontractanții, Decizia 2001/769/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1940 – Framatome/Siemens/Cogema, JO L 289, 6.11.2001, p. 8, punctul 142).
- (¹⁶) A se vedea, de exemplu, Cauza COMP/M.2256 – Philips/Agilent Health Care Technologies, punctele 31-32, și Cauza COMP/M.2609 – HP/Compaq, punctul 39.
- (¹⁷) A se vedea Cauza IV/M.1365 – FCC/Vivendi, punctul 40; Cauza COMP/JV 55 – Hutchison/RCPM/ECT, punctul 50. Comisia poate utiliza, de asemenea, dacă este cazul, alte măsuri de concentrare, precum, de exemplu, indicii de concentrare care măsoară cota de piață totală a unui număr redus (de obicei trei sau patru) de societăți importante de pe o piață.
- (¹⁸) De exemplu, o piață care cuprinde cinci societăți cu cote de piață de 40 %, 20 %, 15 %, 15 % și respectiv 10 % are un IHH de 2 550 ($40^2 + 20^2 + 15^2 + 15^2 + 10^2 = 2 550$). IHH poate varia de la aproape zero (pe o piață atomistă) până la 10 000 (în cazul unui monopol pur).
- (¹⁹) Creșterea concentrării astfel cum este măsurată cu ajutorul IHH poate fi calculată separat de concentrarea globală a pieței, prin dublarea produsului cotelor de piață ale societăților care participă la concentrare. De exemplu, o concentrare între două societăți cu cote de piață de 30 % și respectiv 15 % ar majora IHH cu 900 ($30 \times 15 \times 2 = 900$). Explicația acestei tehnici este următoarea: Anterior concentrării, cotele de piață ale societăților care participă la concentrare contribuie la IHH, prin valoarea pătratelor lor individuale: $(a)^2 + (b)^2$. Ulterior concentrării, contribuția constă în pătratul sumei acestora: $(a + b)^2$, egal $(a)^2 + (b)^2 + 2ab$. În consecință, creșterea IHH este reprezentată de $2ab$.
- (²⁰) Cauza T-221/95, Endemol c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-1299, considerentul 134, și Cauza T-102/96, Gencor c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-753, considerentul 205. Crearea sau consolidarea unei poziții dominante ca rezultat al unei concentrări economice este o chestiune separată.
- (²¹) A se vedea Cauza COMP/M.2337 – Nestlé/Ralston Purina, punctele 48-50.
- (²²) A se vedea, de exemplu, Decizia 1999/674/CE a Comisiei în Cauza IV/M.1221 – Rewe/Meinl, JO L 274, 23.10.1999, p. 1, punctele 98-114; Cauza COMP/M.2337 – Nestlé/Ralston Purina, punctele 44-47.
- (²³) Calculul cotelor de piață depinde în mod determinant de definirea pieței. Trebuie subliniat faptul că nu este obligatorie acceptarea, de către Comisie, a definiției pieței propusă de părți.
- (²⁴) Motivul 32 din Regulamentul privind concentrările economice. Cu toate acestea, o astfel de indicație nu se aplică în cazurile în care concentrarea propusă creează sau consolidează o poziție dominantă colectivă între «întreprinderile implicate» și alte părți terțe (a se vedea Cauzele conexate C-68/94 și C-30/95, Kali și Salz, Culegere 1998, p. I-1375, considerentele 171 și urm.; și Cauza T-102/96, Gencor c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-753, considerentele 134 și urm.).
- (²⁵) Pe piețele cu participatii încrucișate sau societăți în comun Comisia poate utiliza un IHH modificat, care ia în calcul astfel de participatii încrucișate (a se vedea Cauza IV/M.1383 – Exxon/Mobil, punctul 256).

- (26) A se vedea punctul 17.
- (27) Denumite frecvent și efecte «unilaterale».
- (28) Astfel de reacții preconizate din partea concurenților pot reprezenta un factor relevant, influențând motivația entității rezultate în urma concentrării de a majora prețurile.
- (29) O piață de oligopol reprezintă o structură de piață cu un număr limitat de societăți mari. Deoarece comportamentul unei societăți are un impact semnificativ asupra condițiilor globale ale pieței și, astfel, în mod indirect, asupra situației fiecăreia dintre celelalte societăți, societățile care fac parte din oligopol sunt interdependente.
- (30) Motivul 25 din Regulamentul privind concentrările economice.
- (31) A se vedea, în special, punctele 17 și 18.
- (32) Produsele se pot diferenția în diferite moduri. De exemplu, poate exista o diferențiere în funcție de situarea geografică, bazată pe localizarea filialelor și a magazinelor: localizarea este importantă pentru distribuția cu amănuntul, bănci, agenții de turism sau benzinării. În mod similar, diferențierea se poate baza pe imaginea de marcă, pe specificațiile tehnice, pe calitatea sau nivelul asistenței. Nivelul de promovare pe o piață poate reprezenta un indicator al efortului societăților de a-și diferenția produsele. În cazul celorlalte produse, cumpărătorii s-ar putea să suporte costuri de schimbare a furnizorului pentru a folosi produsul unui concurent.
- (33) Pentru definiția pieței relevante, a se vedea Comunicarea Comisiei privind definiția pieței relevante în sensul dreptului comunitar al concurenței, menționată anterior.
- (34) A se vedea, de exemplu, Cauza COMP/M.2817 – Barilla/BPS/Kamps, punctul 34; Decizia 2001/403/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1672 – Volvo/Scania, JO L 143, 29.5.2001, p. 74, punctele 107-148.
- (35) A se vedea, de exemplu, Decizia 94/893/CE a Comisiei în Cauza IV/M.430 – Procter & Gamble/VP Schickedanz (II), JO L 354, 21.6.1994, p. 32, Cauza T-290/94, Kaysersberg c. Comisiei, Culegere 1997, p. II-2137, considerentul 153; Decizia 97/610/CE a Comisiei în Cauza IV/M.774 – Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM, JO L 247, 10.9.1997, p. 1, punctul 179; Decizia 2002/156/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.2097 – SCA/Metsä Tissue, JO L 57, 27.2.2002, p. 1, punctele 94-108; Cauza T-310/01, Schneider c. Comisiei, Culegere 2002, p. II-4071, considerentul 418.
- (36) În mod tipic, marja relevantă (m) reprezintă diferența dintre preț (p) și costul diferențial (c) de furnizare a unei unități suplimentare de producție, exprimată ca procent din preț ($m = (p - c)/p$).
- (37) A se vedea, de exemplu, Cauza IV/M.1980 – Volvo/Renault VI, punctul 34; Cauza COMP/M.2256 – Philips Agilent/Health Care Solutions, punctele 33-35; Cauza COMP/M.2537 – Philips/Marconi Medical Systems, punctele 31-34.
- (38) Elasticitatea prețului încrucișat al cererii determină nivelul la care cantitatea unui produs a necesitat modificări, ca reacție la o modificare a prețului altui produs, toate celelalte elemente rămânând identice. Elasticitatea propriilor prețuri determină nivelul la care variază cererea unui produs, ca reacție la modificarea prețului respectivului produs.
- (39) Indicele de variație de la produsul A la produsul B determină ce proporție a vânzărilor de produs A a fost pierdută din cauza unei creșteri de preț a produsului A în favoarea produsului B.
- (40) Decizia 97/816/CE a Comisiei în Cauza IV/M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, JO L 336, 8.12.1997, p. 16, punctele 58 și urm.; Cauza COMP/M.3083 – GE/Instrumentarium, punctele 125 și urm.
- (41) Costurile nerecuperabile sunt costuri care nu pot fi recuperate la ieșirea de pe piață.
- (42) A se vedea, de exemplu, Decizia 2002/156/CE a Comisiei în Cauza IV/M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, JO L 336, 8.12.1997, p. 16, punctul 70.
- (43) A se vedea, de exemplu, Cauza IV/M. 986 – Agfa Gevaert/DuPont, JO L 211, 29.7.1998, p. 22, punctele 63-71.
- (44) A se vedea, de exemplu, Cauza COMP/M.2187 – CVC/Lenzing, punctele 162-170.
- (45) La analizarea posibilei extinderi a capacității concurenților, Comisia ia în considerare factorii asemănători celor descriși în Secțiunea VI privind intrarea pe piață. A se vedea, de exemplu, Cauza COMP/M.2187 – CVC/Lenzing, punctele 162-173.
- (46) A se vedea, de exemplu, Cauza T-221/95, Endemol c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-1299, considerentul 167.
- (47) A se vedea, de exemplu, Cauza T-22/97, Kesko c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-3775, considerentele 141 și urm.
- (48) A se vedea, de exemplu, Decizia 2001/684/CE a Comisiei în Cauza M.1671 – Dow Chemical/Union Carbide, JO L 245, 14.9.2001, p. 1, punctele 107-114.
- (49) A se vedea, de exemplu, Decizia 96/435/CE a Comisiei în Cauza IV/M.623 – Kimberly-Clark/Scott, JO L 183, 23.7.1996, p. 1; Cauza T-114/02, Babylys SA c. Comisiei, («Seb/Moulinex»), Culegere 2003, p. II-000, considerentele 343 și urm.
- (50) Acesta este cazul, de exemplu, al sectoarelor de rețea cum este cel energetic, al telecomunicațiilor și ale altor ramuri de comunicații.
- (51) Decizia 99/287/CE a Comisiei în Cauza IV/M.1069 – Worldcom/MCI, JO L 116, 4.5.1999, p. 1, punctele 117 și urm.; Cauza IV/M.1741 – MCI Worldcom/Sprint, punctele 145 și urm.; Cauza IV/M.1795 – Vodafone Airtouch/Mannesmann, punctele 44 și urm.
- (52) Cauza T-156/98 RJB Mining c. Comisiei, Culegere 2001, p. II-337.
- (53) Decizia 2002/156/CE a Comisiei în Cauza IV/M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, JO L 336, 8.12.1997, p. 16, punctul 58; Cauza COMP/M.2568 – Haniel/Ytong, punctul 126.
- (54) Ca exemplu de produse în curs de dezvoltare ale unei părți implicate într-o concentrare, produse care ar putea concura cu produsele existente sau în curs de dezvoltare ale celeilalte părți, a se vedea, de exemplu, Cauza IV/M.1846 – Glaxo Wellcome/SmithKline Beecham, punctul 188.
- (55) Cauza T-102/96, Gencor c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-753, considerentul 277; Cauza T-342/99, Airtours c. Comisiei, Culegere 2002, p. II-2585, considerentul 61.
- (56) În cazul în care participanții la oligopol au fost înclinați să își concentreze vânzările în diferite domenii, din motive ce țin de trecut.

- (57) Cauza T-342/99, *Airtours c. Comisiei*, Culegere 2002, p. II-2585, considerentul 62.
- (58) A se vedea Decizia 92/553/CE a Comisiei în Cauza IV/M.190 – *Nestlé/Perrier*, JO L 356, 5.12.1992, p. 1, punctele 117-118.
- (59) A se vedea, de exemplu, Cauza IV/M.580 – *ABB/Daimler-Benz*, punctul 95.
- (60) A se vedea, de exemplu, Decizia 2002/156/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.2097 – *SCA/Metsä Tissue*, JO L 57, 27.2.2002, p. 1, punctul 148.
- (61) A se vedea, de exemplu, Cauza IV/M.1298 – *Kodak/Imation*, punctul 60.
- (62) Cauza T-102/96, *Gencor c. Comisiei*, Culegere 1999, p. II-753, considerentul 222; Decizia 92/553/CE a Comisiei în Cauza IV/M.190 – *Nestlé/Perrier*, JO L 356, 5.12.1992, p. 1, punctele 63-123.
- (63) La evaluarea posibilităților de creștere a simetriei diverselor societăți prezente pe piață datorită unei concentrări, creșterile în eficiență pot furniza indicații importante (a se vedea și punctul 82 din prezenta comunicare).
- (64) A se vedea, de exemplu, Decizia 2001/519/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1673 – *VEBA/VIAG*, JO L 188, 10.7.2001, p. 1, punctul 226; Cauza COMP/M.2567 – *Nordbanken/Postgirot*, punctul 54.
- (65) A se vedea, de exemplu, Cauza COMP/M.2389 – *Shell/DEA*, punctele 112 și urm.; și Cauza COMP/M.2533 – *BP/E.ON*, punctele 102 și urm.
- (66) A se vedea și Decizia 2000/42/CE a Comisiei în Cauza IV/M.1313 – *Danish Crown/Vestjyske Slagterier*, JO L 20, 25.1.2000, p. 1, punctele 176-179.
- (67) A se vedea, de exemplu, Cauza COMP/M.2640 – *Nestlé/Schöller*, punctul 37; Decizia 1999/641/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1225 – *Enso/Stora*, JO L 254, 29.9.1999, p. 9, punctele 67-68.
- (68) A se vedea, de exemplu, Cauza IV/M.1939 – *Rexam (PLM)/American National Can*, punctul 24.
- (69) A se vedea Cauza COMP/M.2389 – *Shell/DEA*, punctul 121, și Cauza COMP/M.2533 – *BP/E.ON*, punctul 111.
- (70) Deși mecanismele de descurajare sunt numite uneori mecanisme «de sancționare», acest fapt nu trebuie perceput în sensul strict al sancționării individuale obligatorii prin acest mecanism a unei societăți care se abate de la ceea ce s-a convenit. Probabilitatea ca respectiva coordonare să eșueze într-un anumit interval de timp, în cazul în care se identifică o astfel de abatere, poate constitui ea însăși un mecanism de descurajare suficient.
- (71) A se vedea, de exemplu, Decizia 2000/42/CE a Comisiei în Cauza IV/M.1313 – *Danish Crown/Vestjyske Slagterier*, JO L 20, 25.1.2000, p. 1, punctul 177.
- (72) A se vedea Cauza T-102/96, *Gencor c. Comisiei*, Culegere 1999, p. II-753, considerentul 281.
- (73) Aceste elemente sunt analizate în mod asemănător efectelor necoordonate.
- (74) A se vedea Cauza IV/M.1630 – *Air Liquide/BOC*, punctele 201 și urm. Ca un exemplu de caz în care intrarea pe piață a celeilalte părți implicate în concentrare nu a fost realizabilă în mod suficient pe termen scurt până la mediu (Cauza T-158/00, *ARD c. Comisiei*, Culegere 2003, p. II-000, considerentele 115-127).
- (75) Decizia 2001/98/CE a Comisiei în Cauza IV/M.1439 – *Telia/Telenor*, JO L 40, 9.2.2001, p. 1, punctele 330-331, și Cauza IV/M.1681 – *Akzo Nobel/Hoechst Roussel Vet*, punctul 64.
- (76) Cauza IV/M.1630 – *Air Liquide/BOC*, punctul 219; Decizia 2002/164/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1853 – *EDF/EnBW*, JO L 59, 28.2.2002, p. 1, punctele 54-64.
- (77) A se vedea Decizia 1999/674/CE a Comisiei în Cauza M.1221 – *Rewe/Meinl*, JO L 274, 23.10.1999, p. 1, punctele 71-74.
- (78) Cauza T-22/97, *Kesko c. Comisiei*, Culegere 1999, p. II-3775, considerentul 157; Decizia 2002/156/CE a Comisiei în Cauza M.877 – *Boeing/McDonnell Douglas*, JO L 336, 8.12.1997, p. 16, punctele 105-108.
- (79) A se vedea, de exemplu, Cauza IV/M.1882 – *Pirelli/BICC*, punctele 73-80.
- (80) A se vedea, de exemplu, Cauza IV/M.1245 – *Valeo/ITT Industries*, punctul 26.
- (81) Chiar și un număr restrâns de clienți s-ar putea să nu dețină o putere de cumpărare suficientă în cazul în care sunt în mare măsură «blocați» din cauza unor costuri ridicate de schimbare a furnizorului (a se vedea Cauza COMP/M.2187 – *CVC/Lenzing*, punctul 223).
- (82) Decizia 1999/641/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1225 – *Enso/Stora*, JO L 254, 29.9.1999, p. 9, punctele 89-91.
- (83) Compararea concentrării existente de partea clienților cu concentrarea de partea furnizorilor poate fi, de asemenea, oportună (Cauza COMP/JV 55 – *Hutchison/RCPM/ECT*, punctul 119, și Decizia 1999/641/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1225 – *Enso/Stora*, JO L 254, 29.9.1999, p. 9, punctul 97).
- (84) Cauza COMP/JV 55 – *Hutchison/RCPM/ECT*, punctele 129-130.
- (85) Decizia 2002/156/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.2097 – *SCA/Metsä Tissue*, JO L 57, 27.2.2002, punctul 88. Discriminarea pe bază de preț între diferite categorii de clienți poate fi relevantă în anumite cazuri, în cadrul definirii pieței (A se vedea Comunicarea Comisiei privind definiția pieței relevante, menționată anterior la punctul 43).
- (86) În consecință, Comisia poate evalua dacă diverșii cumpărători vor deține o putere de cumpărare compensatorie, a se vedea, de exemplu, Decizia 1999/641/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1225 – *Enso/Stora*, JO L 254, 29.9.1999, p. 9, punctele 84-97.
- (87) Decizia 97/610/CE a Comisiei în Cauza IV/M.774 – *Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM*, JO L 247, 10.9.1997, p. 1, punctul 184.
- (88) Cauza IV/M.1430 – *Vodafone/Airtouch*, punctul 27; Cauza IV/M.2016 – *France Télécom/Orange*, punctul 33.
- (89) Decizia 2002/174/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1693 – *Alcoa/Reynolds*, JO L 58, 28.2.2002, punctul 87.
- (90) Decizia 95/335/CE a Comisiei în Cauza IV/M.754 – *Anglo American Corp./Lonrho*, JO L 149, 20.5.1998, p. 21, punctele 118-119.
- (91) Decizia 97/610/CE a Comisiei în Cauza IV/M.774 – *Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM*, JO L 247, 10.9.1997, p. 1, punctele 184-187.
- (92) Decizia 94/811/CE a Comisiei în Cauza IV/M.269 – *Shell/Montecatini*, JO L 332, 22.12.1994, p. 48, punctul 32.

- (⁹³) Decizia 98/327/CE a Comisiei în Cauza IV/M.833 – The Coca-Cola Company/Carlsberg A/S, JO L 145, 15.5.1998, p. 41, punctul 74.
- (⁹⁴) Decizia 98/327/CE a Comisiei în Cauza IV/M.833 – The Coca-Cola Company/Carlsberg A/S, JO L 145, 15.5.1998, p. 41, punctele 72-73.
- (⁹⁵) Decizia 2002/156/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.2097 – SCA/Metsä Tissue, JO L 57, 27.2.2002, p. 1, punctele 83-84.
- (⁹⁶) Decizia 2001/432/CE a Comisiei în Cauza IV/M.1813 – Industri Kapital Nordkem/Dyno, JO L 154, 9.6.2001, p. 41, punctul 100.
- (⁹⁷) A se vedea, de exemplu, Decizia 98/475/CE a Comisiei în Cauza IV/M.986 – Agfa-Gevaert/Dupont, JO L 211, 29.7.1998, p. 22, punctele 84-85.
- (⁹⁸) Cauza T-102/96, Gencor c. Comisiei, Culegere 1999, p. II-753, considerentul 237.
- (⁹⁹) A se vedea, de exemplu, Decizia 2000/718/CE a Comisiei în Cauza IV/M.1578 – Sanitec/Sphinx, JO L 294, 22.11.2000, p. 1, punctul 114.
- (¹⁰⁰) A se vedea, de exemplu, Decizia 2002/174/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.1693 – Alcoa/Reynolds, L 58, 28.2.2002, punctele 31-32, 38.
- (¹⁰¹) Decizia 91/535/CEE a Comisiei în Cauza IV/M.68 – Tetra Pak/Alfa Laval, JO L 290, 22.10.1991, p. 35, punctul 3.4.
- (¹⁰²) A se vedea motivul 4 din Regulamentul privind concentrările economice.
- (¹⁰³) A se vedea motivul 29 din Regulamentul privind concentrările economice.
- (¹⁰⁴) În conformitate cu articolul 2 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul privind concentrările economice.
- (¹⁰⁵) În temeiul articolului 2 alineatul (1) litera (b), conceptul de «consumatori» include consumatorii intermediari și finali, și anume utilizatorii produselor care fac obiectul operațiunii de concentrare. Cu alte cuvinte, consumatorii în sensul prezentei dispoziții includ clienții, potențiali și/sau existenți, ai părților la concentrare.
- (¹⁰⁶) Costurile variabile ar trebui considerate drept acele costuri care variază în funcție de nivelul producției sau al vânzărilor, pe parcursul intervalului de timp relevant. Costurile marginale sunt acele costuri asociate extinderii marginale a producției sau a vânzărilor.
- (¹⁰⁷) În general, economiile de costuri fixe nu au o pondere ridicată, deoarece relația dintre costurile fixe și prețurile la consumator este, în mod normal, mai puțin directă, cel puțin pe termen scurt.
- (¹⁰⁸) În conformitate cu principiul general prevăzut la punctul 9 din prezenta comunicare.
- (¹⁰⁹) Cauzele conexate C-68/94 și C-30/95, Kali și Salz, considerentul 110.
- (¹¹⁰) Cauzele conexate C-68/94 și C-30/95, Kali și Salz, considerentul 114. A se vedea și Decizia 2002/365/CE a Comisiei în Cauza COMP/M.2314 – BASF/Pantochim/Eurodiol, JO L 132, 17.5.2002, p. 45, punctele 157-160. Prezenta cerință este legată de principiul general prevăzut la punctul 9 din prezenta comunicare.
- (¹¹¹) Inevitabilitatea ieșirii activelor societății în stare de criză de pe piața în cauză, în special în cazul unei concentrări care dă naștere unui monopol, subliniază observația că valoarea cotei de piață a societății în stare de criză ar reveni, oricum, celeilalte părți la concentrare. A se vedea Cauzele conexate C-68/94 și C-30/95, Kali și Salz, considerentele 115-116.
-