

52004XC0205(02)

5.2.2004

ÚŘEDNÍ VĚSTNÍK EVROPSKÉ UNIE

C 31/5

**POKYNY PRO POSUZOVÁNÍ HORIZONTÁLNÍCH SPOJOVÁNÍ PODLE NAŘÍZENÍ RADY
O KONTROLE SPOJOVÁNÍ PODNIKŮ**

(2004/C 31/03)

„I. ÚVOD

1. Článek 2 nařízení Rady (ES) č. 139/2004 ze dne 20. ledna 2004 o kontrole spojování podniků ⁽¹⁾ (dále jen „nařízení o spojování“) stanoví, že Komise musí hodnotit spojení v rámci oblasti působnosti nařízení o spojování, aby zjistila, zda jsou slučitelná se společným trhem. Za tímto účelem musí Komise podle čl. 2 odst. 2 a 3 posoudit, zda by spojení nemohlo významně bránit účinné hospodářské soutěži, zejména v důsledku vytvoření nebo posílení dominantního postavení na společném trhu nebo na jeho podstatné části.
2. Proto musí vzít Komise v úvahu každou významnou překážku účinné hospodářské soutěže, kterou může spojení vyvolat. Hlavní formou takového poškození hospodářské soutěže je vytvoření nebo posílení dominantního postavení. Pojem dominantního postavení byl vymezen v souvislosti s nařízením Rady (EHS) č. 4064/89 ze dne 21. prosince 1989 o kontrole spojování podniků (dále jen „nařízení č. 4064/89“) takto:

„situace, v níž jeden nebo více podniků má hospodářskou pravomoc, která mu nebo jim pravděpodobně umožňuje bránit tomu, aby se na relevantním trhu udržela účinná hospodářská soutěž, díky tomu, že mu nebo jim poskytuje příležitost jednat do značné míry nezávisle na soutěžitelích, zákaznících a nakonec i na spotřebitelích“; ⁽²⁾.
3. Aby vyložil pojem dominantního postavení v souvislosti s nařízením č. 4064/89, odvolal se Soudní dvůr na skutečnost, že tento pojem „se navrhuje používat na všechna spojování, jež mají význam pro celé Společenství, vzhledem k tomu, že kvůli účinku na strukturu hospodářské soutěže uvnitř Společenství se může ukázat jako neslučitelný s režimem nenarušené hospodářské soutěže, jak jej stanoví Smlouva“ ⁽³⁾.
4. Vytvoření nebo posílení dominantního postavení drženého jediným podnikem v důsledku spojení je nejobvyklejším důvodem pro zjištění, že spojení by vedlo k zásadnímu narušení účinné hospodářské soutěže. Kromě toho se pojem dominantního postavení rovněž používá v oligopolním uspořádání na případy společného dominantního postavení. V důsledku toho se očekává, že většina případů neslučitelnosti spojení se společným trhem bude nadále vycházet ze zjištění dominantního postavení. Tento pojem je proto významným ukazatelem míry poškození hospodářské soutěže, použitelným při zjišťování, zda je pravděpodobné, že spojení bude významně bránit účinné hospodářské soutěži, a tudíž i pravděpodobnosti intervence ⁽⁴⁾. V tomto smyslu

je účelem tohoto sdělení držet se poučení, které lze vyvodit z dosavadní rozhodovací praxe, a vzít plně v úvahu dosavadní judikaturu soudů Společenství.

5. Účelem tohoto sdělení je poskytnout poučení o tom, jak Komise posuzuje spojení ⁽⁵⁾, jsou-li dotyčné podniky skutečnými nebo potenciálními soutěžiteli na tomtéž relevantním trhu ⁽⁶⁾. V tomto sdělení se taková spojení označují jako „horizontální spojení“. Zatímco sdělení představuje analytický přístup používaný Komisí při posuzování horizontálních spojení, nemůže poskytnout podrobné informace o všech možných použitích tohoto přístupu. Komise používá popsany přístup na konkrétní skutečnosti a okolnosti každého případu.
6. Toto sdělení přibližuje a podrobně popisuje vyvíjející se zkušenosti Komise s posuzováním horizontálních spojení podle nařízení č. 4064/89 od jeho vstupu v platnost dne 21. září 1990, jakož i judikaturu Soudního dvora Evropských společenství a Soudu prvního stupně Evropských společenství. Zde obsažené zásady Komise použije, dále propracuje a vylepší v jednotlivých případech. Komise může toto sdělení občas přehodnotit na základě budoucího vývoje.
7. Výkladem nařízení o spojování Komisí, pokud jde o posuzování horizontálních spojení, není dotčen výklad, který může provádět Soudní dvůr nebo Soud prvního stupně Evropských společenství.

II. PŘEHLED

8. Účinná hospodářská soutěž přináší prospěch spotřebitelům, například v podobě nízkých cen, vysoce jakostních výrobků, širokého výběru zboží a služeb, jakož i zavádění novinek. Prostřednictvím kontroly zabraňuje Komise spojení, která by pravděpodobně připravila zákazníky o tyto výhody v důsledku posílení tržní síly podniků. „Posílením tržní síly podniků“ se rozumí schopnost jednoho nebo více podniků zvyšovat ceny za účelem dosažení vyššího zisku, snižovat výrobu, zužovat výběr nebo zhoršovat jakost zboží a služeb, omezovat inovace nebo jiným způsobem ovlivňovat parametry hospodářské soutěže. V tomto sdělení se výraz „zvýšené ceny“ často používá jako zkrácený zápis pro tyto různé způsoby, jakými může spojení poškodit hospodářskou soutěž ⁽⁷⁾. Tržní sílu mohou mít jak dodavatelé, tak kupující. Avšak z důvodu srozumitelnosti se zde tržní síla obvykle vztahuje k tržní síle dodavatele. Je-li třeba se zabývat tržní silou kupujícího, používá se termín „kupní síla“.

9. Při posuzování účinků spojení na hospodářskou soutěž porovnává Komise podmínky hospodářské soutěže, které by vznikly na základě oznámeného spojení, s těmi, které by existovaly, kdyby ke spojení nedošlo⁽⁸⁾. Ve většině případů poskytují podmínky hospodářské soutěže existující v době spojení vhodné srovnání pro posouzení účinků spojení. Avšak za určitých okolností může vzít Komise v úvahu budoucí změny trhu, které lze s určitou jistotou předvídat⁽⁹⁾. Při posuzování toho, co by mohlo být vhodným srovnáním, může vzít v úvahu zejména pravděpodobný vstup na trh nebo odchod podniků z trhu, kdyby se spojení neuskutečnilo⁽¹⁰⁾.

10. Posouzení spojení ze strany Komise obvykle zahrnuje:

- a) vymezení relevantních trhů výrobku a zeměpisných trhů;
- b) posouzení spojení z hlediska hospodářské soutěže.

Hlavním smyslem vymezení trhu je systematicky zjišťovat okamžitá konkurenční omezení, jimž čelí subjekt, který vznikl spojením. Poučení k tomuto problému lze nalézt ve sdělení Komise o vymezení relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství⁽¹¹⁾. Pro posouzení spojení z hlediska hospodářské soutěže mohou být též důležité různé úvahy vedoucí k vymezení relevantních trhů.

11. Toto sdělení se skládá z těchto částí:

- a) přístup Komise k podílům na trhu a prahům spojování (oddíl III);
- b) pravděpodobnost toho, že by spojení vyvolalo účinky poškozující hospodářskou soutěž na relevantních trzích v nepřítomnosti vyrovnávacích faktorů (oddíl IV);
- c) pravděpodobnost toho, že by kupní síla působila jako vyrovnávací faktor růstu tržní síly vyvolaného spojením (oddíl V);
- d) pravděpodobnost toho, že by vstup podniků na trh udržel účinnou hospodářskou soutěž na relevantních trzích (oddíl VI);
- e) pravděpodobnost toho, že by účinnost působila jako faktor vyvažující škodlivé účinky na hospodářskou soutěž, které by jinak mohly být důsledkem spojení (oddíl VII);
- f) podmínky pro záchranu podniku v úpadku (oddíl VIII).

12. Aby posoudila předvídatelný dopad⁽¹²⁾ spojení na relevantní trhy, analyzuje Komise její možné škodlivé účinky na hospodářskou soutěž a příslušné vyrovnávací faktory, jako je kupní síla, velikost vstupních bariér a možné účinky předložené k úvaze účastníky. Za výjimečných okolností Komise posoudí, zda jsou splněny podmínky pro záchranu podniku v úpadku.

13. Na základě těchto prvků rozhodne Komise podle článku 2 nařízení o spojování, zda by spojení významně nebránilo hospodářské soutěži, zejména prostřednictvím vytvoření nebo posílení dominantního postavení, a zda by se proto neměla prohlásit za neslučitelnou se společným trhem. Je třeba zdůraznit, že tyto faktory netvoří ‚kontrolní seznam‘, který by se měl mechanicky použít na každý případ, ať je jakýkoli. Analýza hospodářské soutěže v konkrétním případě by měla vycházet spíše z celkového posouzení předvídatelného dopadu spojení na základě významných faktorů a podmínek. Ne všechny prvky budou vždy významné pro každé horizontální spojení, ať je jakékoli, a nemusí být nutné analyzovat všechny prvky věci do stejné hloubky.

III. PODÍL NA TRHU A ÚROVNĚ SPOJENÍ

14. Podíly na trhu a úrovně spojení poskytují užitečné první údaje o struktuře trhu a konkurenčním významu jak spojujících se stran, tak jejich soutěžitelů.

15. Komise ve svých analýzách hospodářské soutěže obvykle používá běžné podíly na trhu⁽¹³⁾. Avšak běžné podíly na trhu mohou být upraveny tak, aby přiměřeně odrážely určité budoucí změny, například v důsledku opuštění trhu, vstupu na trh nebo jeho rozšíření⁽¹⁴⁾. Podíly na trhu po spojení se vypočítávají za předpokladu, že společný tržní podíl spojujících se stran je po spojení roven součtu jejich podílů na trhu před spojením⁽¹⁵⁾. Jsou-li podíly na trhu nestabilní, například na trhu charakterizovaném velkými hromadnými objednávkami, lze použít historické údaje. Změny historických podílů na trhu mohou poskytnout užitečné informace, například o procesu hospodářské soutěže a pravděpodobném budoucím významu různých soutěžitelů, tím, že ukazují, zda podniky získávaly nebo ztrácely podíly na trhu. V každém případě vykládá Komise podíly na trhu na základě pravděpodobných tržních podmínek, například má-li trh vysoce dynamický charakter a je-li struktura trhu nestabilní v důsledku inovace nebo růstu⁽¹⁶⁾.

16. O stavu hospodářské soutěže může též poskytnout užitečné informace celková úroveň koncentrace trhu. Aby zjistila úroveň koncentrace, Komise často používá Herfindahl-Hirschmanův index (HHI)⁽¹⁷⁾. HHI se vypočítává jako součet čtverců jednotlivých tržních podílů všech podniků na trhu⁽¹⁸⁾. HHI dává úměrně větší váhu tržním podílům větších podniků. Ačkoli je nejlepší zahrnout do výpočtu všechny podniky, nedostatek informací o velmi malých podnicích nemusí být významný, protože takové podniky HHI významně neovlivňují. Zatímco absolutní úroveň HHI může poskytnout prvotní údaj o konkurenčním tlaku na trhu po spojení, změna HHI (známá jako ‚delta‘) je užitečným ukazatelem změny úrovně koncentrace přímo vyvolané spojením⁽¹⁹⁾.

Úrovně podílu na trhu

17. Podle zavedené judikatury mohou být značně velké podíly na trhu – 50 % nebo vyšší – samy o sobě důkazem existence dominantního postavení na trhu ⁽²⁰⁾. Avšak menší soutěžitelé mohou působit jako dostatečný omezující faktor, mají-li například schopnost a motivaci ke zvyšování dodávek. Spojení zahrnující podnik, jehož podíl na trhu zůstane po spojení pod 50 %, může též vyvolat obavy o ohrožení hospodářské soutěže vzhledem k jiným faktorům, jako je síla a počet soutěžitelů, existence kapacitních omezení nebo míra, do jaké jsou výrobky spojujících se stran blízkými náhradami. Komise proto v několika případech došla k názoru, že spojení mající za následek tržní podíly podniků mezi 40 a 50 % ⁽²¹⁾ a v některých případech pod 40 % ⁽²²⁾ by vedla k vytvoření nebo posílení dominantního postavení.
18. O spojení, která by kvůli omezenému podílu dotyčných podniků na trhu neměla poškodit účinnou hospodářskou soutěž, lze předpokládat, že jsou slčitelná se společným trhem. Aniž jsou dotčeny články 81 a 82 Smlouvy, existuje náznak v tomto smyslu zejména tehdy, když tržní podíl dotyčných podniků nepřesahuje 25 % ⁽²³⁾, buď na společném trhu, nebo na jeho podstatné části ⁽²⁴⁾.

Úrovně HHI

19. Komise pravděpodobně nezjistí problémy v oblasti horizontální hospodářské soutěže na trhu s HHI po spojení pod 1 000. Takové trhy obvykle nevyžadují důkladnou analýzu.
20. Komise pravděpodobně nezjistí problémy v oblasti horizontální hospodářské soutěže ani v případě spojení s HHI po spojení mezi 1 000 a 2 000 a delta pod 250 nebo v případě spojení s HHI po spojení nad 2 000 a delta pod 150, vyjma existence zvláštních okolností, například v podobě jednoho nebo více těchto faktorů:
- spojení se účastní potenciální zájemce o vstup na trh nebo podnik s malým podílem na trhu, který nedávno vstoupil na trh;
 - jedna nebo více spojujících se stran jsou významnými inovátory, jejichž metody se nepromítají do podílů na trhu;
 - existuje významné vzájemné vlastnictví podílů mezi účastníky trhu ⁽²⁵⁾;
 - jeden ze spojujících se podniků je individualistický podnik s vysokou pravděpodobností narušení koordinovaného chování;
 - existují známky minulé nebo pokračující koordinace nebo usnadňujících postupů;

- f) jedna ze spojujících se stran má před spojením 50 % nebo větší podíl na trhu. ⁽²⁶⁾

21. Každou z těchto úrovní HHI současně s příslušnými hodnotami delta lze použít jako počáteční ukazatel nepřítomnosti obav o ohrožení hospodářské soutěže. Z těchto úrovní však nevyplývá předpoklad ani o existenci či neexistenci takových obav.

IV. MOŽNÉ ŠKODLIVÉ ÚČINKY HORIZONTÁLNÍCH SPOJENÍ NA HOSPODÁŘSKOU SOUTĚŽ

22. Existují dvě hlavní možnosti, jak mohou horizontální spojení významně poškodit účinnou hospodářskou soutěž, zejména prostřednictvím vytvoření nebo posílení dominantního postavení:
- odstraněním významných konkurenčních omezení pro jeden nebo více podniků, což by následně posílilo tržní sílu bez uchýlení se ke koordinovanému chování (nekoordinované účinky);
 - takovou změnou povahy hospodářské soutěže, že podniky, které dříve nekoordinovaly své chování, nyní budou s podstatně vyšší pravděpodobností koordinovat a zvyšovat ceny nebo jinak poškozovat účinnou hospodářskou soutěž. Spojení může rovněž usnadnit koordinaci, více ji stabilizovat a zefektivnit pro podniky, které své chování koordinovaly před spojením (koordinované účinky).
23. Komise posuzuje, zda by změny vyvolané spojením měly za následek takové účinky. Oba výše uvedené případy mohou mít význam při posouzení konkrétní operace.

Nekoordinované účinky ⁽²⁷⁾

24. Spojení může značně poškodit účinnou hospodářskou soutěž na trhu tím, že odstraní významná konkurenční omezení pro jednoho nebo více prodávajících, kteří následkem toho zvýší svou tržní sílu. Nejprůmějším účinkem spojení je ztráta hospodářské soutěže mezi spojujícími se podniky. Kdyby například před spojením zvýšil jeden ze spojujících se podniků cenu, přišel by o část odbytu ve prospěch druhého spojujícího se podniku. Spojení toto konkrétní omezení odstraňuje. Podniky, které se nespojují na tomtržnímu trhu, mohou mít rovněž prospěch ze snížení konkurenčního tlaku v důsledku spojení, protože zvýšení ceny spojujícími se podniky může nastartovat určitou poptávku po soupeřících podnicích, které ji mohou následně sledovat prospěšnou pro zvýšení vlastních cen ⁽²⁸⁾. Potlačení těchto konkurenčních omezení by mohlo vést k významným zvýšením cen na relevantním trhu.

25. Spojení, které vyvolává takové nekoordinované účinky, by obecně významně poškodilo účinnou hospodářskou soutěž vytvořením nebo posílením dominantního postavení jediného podniku, takového, který by typicky měl po spojení zjevně větší podíl na trhu než další soutěžitel. Kromě toho spojení na oligopolních trzích ⁽²⁹⁾ znamenající odstranění významných konkurenčních omezení, která dříve na sebe navzájem uplatňovaly spojující se strany, zároveň se snížením konkurenčního tlaku na zbývající soutěžitele, může mít rovněž za následek významné poškození hospodářské soutěže, i když existuje malá pravděpodobnost koordinace mezi členy oligopolu. Nařízení o spojování objasňuje, že všechna spojení mající za následek takové nekoordinované účinky lze rovněž prohlásit za neslučitelné se společným trhem ⁽³⁰⁾.
26. Zda bude mít spojení pravděpodobně za následek významné nekoordinované účinky, může ovlivnit řada faktorů, které, berou-li se samostatně, nemusí být rozhodující. Ne všechny tyto faktory musí být přítomny, aby takové účinky byly pravděpodobné. Ani jejich seznam nelze považovat za vyčerpávající.

Spojující se podniky mají velké podíly na trhu

27. Čím větší je podíl na trhu, tím pravděpodobněji podnik získá tržní sílu. A čím větší je přírůstek podílu na trhu, tím pravděpodobnější je, že spojení povede k významnému posílení tržní síly. Čím větší je přírůstek odbytové základny, která slibuje požitky z vyššího obchodního rozpětí po zvýšení ceny, tím pravděpodobnější je, že spojující se podniky budou pokládat takové zvýšení ceny za výhodné, navzdory doprovodnému snížení výroby. Ačkoli podíly na trhu a přírůstky podílů na trhu poskytují jen počáteční údaje o tržní síle a zvyšování tržní síly, jsou obvykle významnými faktory při posuzování ⁽³¹⁾.

Spojující se podniky jsou blízkými soutěžiteli

28. Výrobky se mohou na relevantním trhu odlišovat ⁽³²⁾ tím, že některé z nich jsou bližšími náhradami než ostatní ⁽³³⁾. Čím vyšší je stupeň nahraditelnosti mezi výrobky spojujících se podniků, tím je pravděpodobnější, že spojující se podniky významně zvýší ceny ⁽³⁴⁾. Například spojení dvou výrobců nabízejících výrobky, které značný počet zákazníků považuje za svou první a druhou volbu, by mohla vyvolat významné zvýšení ceny. A tak skutečnost, že soupeření mezi účastníky bylo významnou příčinou hospodářské soutěže na trhu, může být ústředním faktorem analýzy ⁽³⁵⁾. Vysoká obchodní rozpětí před spojením ⁽³⁶⁾ mohou rovněž s větší pravděpodobností vyvolat významná zvýšení cen. Motivace spojujících se podniků ke zvýšení cen se omezí s vyšší pravděpodobností, vyrábějí-li soupeřící podniky bližší náhrady výrobků spojujících se podniků, než kdyby nabízely vzdálenější náhrady ⁽³⁷⁾. Proto je méně pravděpodobné, že spojení významně poškodí účinnou hospodářskou soutěž, zejména vytvořením nebo posílením dominantního postavení, existuje-li vysoký stupeň nahraditelnosti mezi výrobky spojujících se podniků a výrobky dodávanými soupeřícími výrobci.

29. Jsou-li k dispozici údaje, lze stupeň nahraditelnosti vyčíslit prostřednictvím průzkumů spotřebitelských preferencí, analýz nákupních zvyklostí, odhadů křížové cenové pružnosti dotyčných výrobků ⁽³⁸⁾ nebo poměrů odklonu ⁽³⁹⁾. Na nabídkových trzích je někdy možné zjišťovat, zda byly nabídky jedné ze spojujících se stran historicky omezeny přítomností druhé spojující se strany ⁽⁴⁰⁾.
30. Na některých trzích mohou aktivní podniky relativně snadno a ne příliš nákladně přemístit své výrobky nebo rozšířit své portfolio. Komise zejména zkoumá, zda možnost přemístění nebo rozšíření výrobní řady ze strany soutěžitelů nebo spojujících se stran nemůže ovlivnit motivaci spojujícího se subjektu ke zvýšení cen. Avšak přemístění výrobků nebo rozšíření výrobní řady často znamená rizika a velké fixní náklady ⁽⁴¹⁾ a může být méně výhodné než současná řada.

Zákazníci mají omezené možnosti, pokud jde o změnu dodavatele

31. Zákazníci spojujících se stran mohou mít problémy s přechodem k jiným dodavatelům kvůli tomu, že existuje málo alternativních dodavatelů ⁽⁴²⁾, nebo kvůli značným nákladům na změnu ⁽⁴³⁾. Takoví zákazníci jsou zvláště zranitelní cenovými růsty. Spojení může ovlivnit schopnost zákazníků chránit se před zvyšováním ceny. Toto může být případ zejména těch zákazníků, kteří využili dvojí zásobování od obou spojujících se podniků jako prostředku pro získání konkurenčních cen. Významné informace mohou v tomto ohledu poskytnout doklady o chování zákazníků při přechodu v minulosti a reakcích na cenové změny.

Soutěžitelé pravděpodobně nezvýší dodávky, pokud se zvýší ceny

32. Jsou-li tržní podmínky takové, že soutěžitelé spojujících se stran pravděpodobně podstatně nezvýší své dodávky, pokud se zvýší ceny, mohou mít spojující se podniky motivaci ke snížení výroby pod součet úrovní před spojením, a tím ke zvýšení tržních cen ⁽⁴⁴⁾. Spojení více podněcuje ke snížení výroby tím, že poskytuje spojujícímu se podniku větší odbytovou základnu, na níž může využívat vyšší obchodní rozpětí vyplývající ze zvýšení cen vyvolaného snížením výroby.
33. Naopak, jsou-li tržní podmínky takové, že soupeřící podniky mají dostatek kapacity a pokládají za výhodné dostatečně rozšířit výrobu, Komise pravděpodobně nedojde k závěru, že spojení vytvoří nebo posílí dominantní postavení nebo jinak významně poškodí účinnou hospodářskou soutěž.
34. Takové rozšíření výroby je nepravděpodobné zejména tehdy, mají-li soutěžitelé omezenou kapacitu na straně nabídky a její rozšíření je nákladné ⁽⁴⁵⁾ nebo je-li existující nadbytečná kapacita provozně mnohem nákladnější než současně využívaná kapacita.

35. Ačkoli je významnost kapacitních omezení pravděpodobnější, je-li zboží relativně stejnorodé, tato omezení jsou významná i tehdy, když podniky nabízejí různorodé výrobky.

Spojující se subjekt je schopen bránit rozšíření soutěžitelů

36. Kdyby byly povoleny, některá navrhovaná spojení by významně poškodila účinnou hospodářskou soutěž tím, že by ponechala podniky vzniklé spojením v postavení, díky němuž by byly schopny a měly motivaci ztěžovat rozšiřování menších podniků nebo jinak omezovat konkurenceschopnost soupeřících podniků. V takovém případě nemohou být soutěžitelé schopni, ani jednotlivě, ani společně, omezit subjekt vzniklý spojením natolik, aby nezvýšil ceny ani nepodnikl jiné kroky škodlivé pro hospodářskou soutěž. Subjekt vzniklý spojením může mít například takový stupeň kontroly nebo vlivu, dodávku vstupů⁽⁴⁶⁾ nebo možnosti distribuce⁽⁴⁷⁾, že rozšíření soupeřících podniků nebo jejich vstup na trh může být nákladnější. Podobně může ztížit rozšíření soupeřů nebo jejich vstup na trh kontrola subjektu vzniklého spojením nad patenty⁽⁴⁸⁾ nebo jinými typy duševního vlastnictví (např. značkami⁽⁴⁹⁾). Na trzích, kde je důležitá schopnost spolupráce mezi různými infrastrukturami nebo platformami⁽⁵⁰⁾, může spojení poskytnout subjektu vzniklému spojením schopnost a motivaci ke zvýšení nákladů nebo snížení jakosti služeb jeho soupeřů⁽⁵¹⁾. Při provádění tohoto posouzení může vzít Komise v úvahu mimo jiné finanční sílu subjektu vzniklého spojením ve srovnání s jeho soupeři⁽⁵²⁾.

Spojení odstraňuje významnou konkurenční sílu

37. Některé podniky mají větší vliv na proces hospodářské soutěže než by naznačovaly jejich podíly na trhu nebo podobná měřítká. Spojení za účasti takového podniku může významným, protisoutěžním způsobem změnit dynamiku hospodářské soutěže, zejména tehdy, je-li trh již koncentrován⁽⁵³⁾. Podnik může být například nedávným novým subjektem na trhu, od něhož se očekává, že v budoucnu vyvine významný konkurenční tlak na ostatní podniky na trhu.
38. Na trzích, na nichž je významnou konkurenční silou inovace, může spojení zvýšit schopnost a motivaci podniku přinést na trh novinky a tím vyvinout konkurenční tlak na soupeře, aby na tomto trhu inovovali. Jinak může být účinná hospodářská soutěž poškozena spojením mezi dvěma významnými inovátory, například mezi dvěma společnostmi s „výrobky ve vývoji“, které se vztahují k určitému trhu výrobků. Podobně podnik s relativně malým podílem na trhu může být přesto významnou konkurenční silou, pokud slibuje výrobky ve vývoji⁽⁵⁴⁾.

Koordinované účinky

39. Některé trhy by mohly mít takovou strukturu, že by podniky považovaly za možné, hospodářsky rozumné a tudíž výhodné, rozhodnout se na udržitelném základě pro směr tržní činnosti zaměřený na prodej za zvýšené ceny. Spojení na koncentrovaném trhu může významně poškodit

účinnou hospodářskou soutěž prostřednictvím vytvoření nebo posílení dominantního postavení, protože zvyšuje pravděpodobnost, že podniky budou schopny takto koordinovat své chování a zvyšovat ceny, dokonce bez uzavírání dohod nebo uchylování se ke společnému postupu ve smyslu článku 81 Smlouvy⁽⁵⁵⁾. Spojení může rovněž usnadnit koordinaci, více ji stabilizovat nebo zefektivnit pro podniky, které své chování koordinovaly před spojením, buď tak, že tuto koordinaci posílí, nebo tím, že dovolí podnikům koordinovat na ještě vyšších cenových hladinách.

40. Koordinace může nabývat různých forem. Na některých trzích může nejpravděpodobnější koordinace znamenat udržování cen nad konkurenční úroveň. Na jiných trzích se může koordinace zaměřovat na omezení výroby nebo velikosti nové kapacity, která vstoupila na trh. Podniky mohou též koordinovat pomocí rozdělování trhu, například podle zeměpisných oblastí⁽⁵⁶⁾ nebo jiných zákaznických charakteristik, případně pomocí přidělování smluv na nabídkových trzích.
41. Koordinace se s větší pravděpodobností objeví na trzích, na nichž je relativně snadné dosáhnout společného chápání podmínek koordinace. Kromě toho je nezbytné, aby podmínky pro koordinaci byly udržitelné. Zaprvé, koordinující podniky musí být schopny v dostatečné míře sledovat, zda jsou dodržovány podmínky koordinace. Zadruhé, disciplína vyžaduje, aby existovala určitá forma věrohodného odrazujícího mechanismu, který lze aktivovat při zjištění odchylky. Zatřetí, reakce nezúčastněných subjektů, jako jsou současní i budoucí soutěžitelé, kteří se neúčastní koordinace, jakož i zákazníků, by neměla být schopna ohrozit očekávané výsledky koordinace⁽⁵⁷⁾.
42. Komise zkoumá, zda by bylo možné splnit podmínky koordinace a zda je pravděpodobné, že bude koordinace udržitelná. V tomto ohledu Komise posuzuje změny, které spojení přináší. Samotné snížení počtu podniků na trhu může být faktorem, který usnadňuje koordinaci. Avšak spojení může též zvýšit pravděpodobnost nebo význam koordinovaných účinků ještě jinak. Spojení se může účastnit například individualistický podnik, který v minulosti zabraňoval koordinaci nebo ji narušoval, například odmítnutím řídit se zvyšováním cen svých soutěžitelů, nebo má takové charakteristiky, které mu poskytují motivaci k upřednostňování jiných strategických voleb než těch, kterým by dali přednost soutěžitelé. Kdyby podnik vzniklý spojením převzal strategie podobné strategiím svých soutěžitelů, ostatní podniky by zjistily, že koordinování je snadnější, a spojení by zvýšilo pravděpodobnost, stabilitu nebo účinnost koordinace.
43. Při posuzování pravděpodobnosti koordinovaných účinků bere Komise v úvahu všechny dostupné významné informace o charakteristikách dotyčných trhů, včetně strukturálních rysů i chování podniků v minulosti⁽⁵⁸⁾. Důležité jsou důkazy o koordinaci v minulosti, pokud se charakteristiky relevantního trhu zjevně nezměnily nebo není pravděpodobné, že by k tomu došlo v nejbližší budoucnosti⁽⁵⁹⁾. Podobně mohou poskytovat užitečné informace důkazy o koordinaci na podobných trzích.

Splnění podmínek koordinace

44. Koordinace se pravděpodobněji objeví, mohou-li soutěžitelé snadněji dojít ke společné představě o tom, jak by koordinace mohla fungovat. Koordinující podniky by měly mít podobné názory na to, jaké kroky by byly považovány za sladěné se sjednoceným chováním a jaké nikoli.
45. Obvykle platí, že čím je hospodářské prostředí jednodušší a stabilnější, tím snadněji podniky dosahují společného chápání podmínek koordinace. Je například snadnější koordinovat malý počet hráčů než velký. Také je snadnější koordinovat ceny jediného stejnorodého výrobku, než stovky cen na trhu s mnoha různorodými výrobky. Podobně je snadnější koordinovat ceny při relativně stabilní poptávce a dodavatelských podmínkách než v situaci, kdy se tyto faktory nepřetržitě mění⁽⁶⁰⁾. V této souvislosti může kolísající poptávka, značný vnitřní růst některých podniků na trhu nebo častý vstup nových podniků naznačovat, že současná situace není natolik stabilní, aby učinila koordinaci pravděpodobnou⁽⁶¹⁾. Na trzích, kde je důležitá inovace, může být koordinace obtížnější, protože inovace, zejména významné, mohou umožnit, aby jeden podnik získal velkou výhodu nad svými soupeři.
46. Koordinace pomocí rozdělení trhu bude snadnější, pokud zákazníci mají jednodušší charakteristiky, které umožňují koordinujícím podnikům jejich snadné přidělování. Takové charakteristiky mohou vycházet ze zeměpisných podmínek, z typů zákazníků nebo jednoduše z existence zákazníků, kteří typicky nakupují od jednoho konkrétního podniku. Koordinace prostřednictvím rozdělení trhu může být relativně přímočařejší, je-li snadné určit dodavatele každého zákazníka a prostředkem koordinace je přidělování stávajících zákazníků zavedeným dodavatelům.
47. Koordinující podniky však mohou objevit jiné možnosti, jak překonat problémy pramenící ze složitých hospodářských prostředí postrádajících rozdělení trhu. Mohou například vytvořit jednoduchá pravidla pro tvorbu cen, která zjednoduší koordinování velkého počtu cen. Jedním z příkladů takového pravidla je ustavení malého počtu cenotvorných míst, čímž se zjednoduší koordinační problém. Dalším příkladem je zavedení pevných vztahů mezi některými základními cenami a určitým počtem ostatních cen, tak aby se takové ceny pohybovaly v zásadě souběžně. Rovněž veřejně dostupné klíčové informace získávané prostřednictvím obchodních sdružení nebo informace získávané díky vzájemnému vlastnictví podílů nebo účasti ve společných podnicích mohou pomoci podnikům splnit podmínky koordinace. Čím složitější je situace na trhu, tím větší transparentnosti nebo komunikace je pravděpodobně třeba k dosažení společného chápání podmínek koordinace.
48. Podniky mohou zjistit, že společného chápání podmínek koordinace dosáhnou snadněji, jsou-li relativně symetrické⁽⁶²⁾, zejména pokud jde o struktury nákladů, podíly na trhu, úroveň kapacit a úroveň vertikální integrace⁽⁶³⁾. Strukturální vazby, jako je vzájemné vlastnictví podílů nebo účast ve společných podnicích, mohou též napomáhat sjednocování pobídek koordinujících podniků⁽⁶⁴⁾.

Sledování odchylek

49. Koordinující podniky jsou často v pokušení zvyšovat svůj podíl na trhu odchýlením se od podmínek koordinace, například snižováním cen, nabízením tajných slev, zvyšováním jakosti výrobků nebo kapacity, případně pokusy o získání nových zákazníků. Pouze věrohodná hrozba rychlých a dostatečných odvetných opatření odrázuje podniky od odchýlení se. Proto je třeba, aby trhy byly natolik transparentní, aby umožnily koordinujícím podnikům v dostatečné míře sledovat, zda se ostatní podniky neodchylují, a tak vědět, kdy podniknout protiopatření⁽⁶⁵⁾.
50. Transparentnost trhu je často tím vyšší, čím nižší je počet aktivních účastníků trhu. Dále, míra transparentnosti často závisí na tom, jakým způsobem probíhají obchodní operace na konkrétním trhu. S vysokou pravděpodobností bude například transparentní takový trh, na němž se obchodní operace uskutečňují prostřednictvím veřejné burzy nebo veřejné dražby⁽⁶⁶⁾. Transparentnost může být naopak nízká na trzích, na nichž jsou obchodní operace důvěrně projednávány mezi odběrateli a dodavateli na dvoustranném základě⁽⁶⁷⁾. Při posuzování úrovně transparentnosti trhu je klíčovým prvkem zjištění, které podniky mohou odvozovat kroky jiných podniků z dostupných informací⁽⁶⁸⁾. Koordinující podniky by měly být schopny s určitou jistotou vysvětlit, zda je neočekávané chování důsledkem odchýlení se od podmínek koordinace. Například v nestabilních prostředích může být pro podnik obtížné zjistit, zda je jeho ztráta odbytu důsledkem celkově nízké úrovně poptávky nebo důsledkem nabízení obzvláště nízkých cen soutěžitelem. Podobně, kolísá-li celková poptávka nebo mění-li se nákladové podmínky, může být obtížné vysvětlit, zda soutěžitel snižuje cenu, protože očekává pád koordinovaných cen nebo protože se odchyluje.
51. Na některých z trhů, na nichž se může zdát sledování odchylek obtížným, mohou podniky přesto použít postupy, které usnadní sledování, i když nejsou nutně zavedeny z takových důvodů. Tyto postupy, jako např. doložka o zachování hospodářské soutěže nebo se zákazníkem uzavřená doložka nejvyšších výhod, dobrovolné zveřejňování informací, oznámení nebo výměna informací prostřednictvím obchodních sdružení, mohou zvýšit transparentnost nebo pomoci soutěžitelům vysvětlit provedené volby. Sledování může rovněž usnadnit vzájemné obsazování řídicích funkcí, účast ve společných podnicích a podobné mechanismy.

Odrážející mechanismy

52. Koordinace není udržitelná, pokud jsou důsledky odchylky natolik závažné, aby přesvědčily koordinující podniky, že je v jejich nejlepším zájmu dodržovat podmínky koordinace. Je to tedy hrozba budoucích odvetných opatření, která zajišťuje udržitelnost koordinace⁽⁶⁹⁾. Hrozba je však věrohodná jen tehdy, existuje-li dostatečná jistota, že bude-li odchylka jednoho z podniků zjištěna, bude aktivován nějaký odrážející mechanismus⁽⁷⁰⁾.

53. Je méně pravděpodobné, že odvetná opatření, která se projeví až s určitým významným zpožděním, nebo u nichž není jisté, zda budou učiněna, postačí k vyrovnání výhod plynoucích z odchýlení se. Je-li trh například charakterizován nepravidelnými objednávkami o velkém objemu, může být obtížné zavést dostatečně přísný odrazující mechanismus, protože zisk plynoucí z odchýlení se v pravý čas může být velký, jistý a okamžitý, zatímco ztráty plynoucí z potrestání mohou být malé a nejisté a objeví se až po nějaké době. Rychlost, s jakou mohou být použity odrazující mechanismy, souvisí s problémem transparentnosti. Jsou-li podniky schopny sledovat kroky svých soutěžitelů jen se značným zpožděním, podobně se zpozdí i odvetná opatření, což může mít vliv na to, zda postačí pro odrazení od odchylky.
54. Věrohodnost odrazujícího mechanismu závisí na tom, zda mají ostatní koordinující podniky motivaci k odvetným opatřením. Některé odrazující mechanismy, například potrestání odchylujícího se subjektu dočasným zapojením do cenové války nebo významným zvýšením výroby, může znamenat krátkodobou hospodářskou ztrátu pro podniky podnikající odvetná opatření. To nezbytně neodstraňuje motivaci k odvetným opatřením, protože krátkodobá ztráta může být menší než dlouhodobý prospěch plynoucí z návratu do režimu koordinace.
55. Odveta se nemusí nutně odehrávat na stejném trhu jako odchylka⁽⁷¹⁾. Mají-li koordinující podniky obchodní kontakty na jiných trzích, tyto kontakty mohou nabídnout různé metody odvety⁽⁷²⁾. Odveta může nabývat mnoha podob, včetně rušení společných podniků či jiných forem spolupráce nebo prodeje akcií podniků ve společném vlastnictví.

Reakce nezúčastněných subjektů

56. Aby byla koordinace úspěšná, je třeba, aby kroky nekoordinujících podniků a potenciálních soutěžitelů, jakož i zákazníků, nemohly ohrozit očekávané výsledky koordinace. Je-li cílem koordinace například snížení celkové kapacity na trhu, pouze to poškodí zákazníky, nejsou-li nekoordinující podniky schopny nebo nemají-li motivaci reagovat na toto snížení dostatečným zvýšením vlastní kapacity, aby zabránily snížení kapacity sítě nebo přinejmenším zajistily nevýhodnost koordinovaného snížení kapacity⁽⁷³⁾.
57. Účinky vstupu na trh a účinky vyrovnávací kupní síly se analyzují v dalších oddílech. Zvláštní pozornost se však věnuje možnému dopadu těchto prvků na stabilitu koordinace. Například prostřednictvím soustředění velkého množství požadavků u jednoho dodavatele nebo nabídnutí dlouhodobých smluv může velkodoběratel destabilizovat koordinaci úspěšným svedením jednoho z koordinujících podniků k odchýlení se za účelem získání nové velké zakázky.

Spojení s potenciálním soutěžitelem

58. Spojení, při nichž podnik již činný na relevantním trhu spojuje s potenciálním soutěžitelem na tomto trhu, mají podobné škodlivé účinky na hospodářskou soutěž jako spojení podniků již činných na relevantním trhu, a tak významně poškozují účinnou hospodářskou soutěž, zejména prostřednictvím vytvoření nebo posílení dominantního postavení.
59. Spojení s potenciálním soutěžitelem může vyvolat horizontální škodlivé účinky na hospodářskou soutěž, ať už koordinované nebo nekoordinované, pokud potenciální soutěžitel významně omezuje chování podniků činných na trhu. Takový případ nastává, vlastní-li potenciální soutěžitel aktiva, která by mohla být snadno využita pro vstup na trh bez vynaložení významných fixních nákladů. Ke škodlivým účinkům na hospodářskou soutěž může dojít rovněž tehdy, existuje-li vysoká pravděpodobnost, že účastník spojení vynaloží nezbytné fixní náklady, aby vstoupil na trh relativně krátce poté, co omezí chování podniků v současné době činných na trhu⁽⁷⁴⁾.
60. Aby mělo spojení s potenciálním soutěžitelem významně škodlivé účinky na hospodářskou soutěž, musí být splněny dvě základní podmínky. Zaprvé, potenciální soutěžitel již musí mít významný omezující vliv nebo musí existovat významná pravděpodobnost, že se z něho stane účinná konkurenční síla. Komise by mohla dojít k takovému závěru za pomoci důkazů o tom, že potenciální soutěžitel plánuje významný vstup na trh⁽⁷⁵⁾. Zadruhé, nesmí existovat dostatečný počet jiných potenciálních soutěžitelů, kteří by mohli po spojení udržet dostatečný konkurenční tlak⁽⁷⁶⁾.

Spojení vytvářející nebo posilující kupní sílu na navazujících trzích vyšší úrovně

61. Komise může též analyzovat, do jaké míry subjekt vzniklý spojením posílí svou kupní sílu na navazujících trzích vyšší úrovně. Na jedné straně, spojení, které vytváří nebo posiluje tržní sílu odběratele, může významně poškodit účinnou hospodářskou soutěž, zejména vytvořením nebo posílením dominantního postavení. Podnik vzniklý spojením může být schopen získat nižší ceny tím, že omezí nákup vstupů. Toto jej může naopak přivést ke snížení úrovně výroby na trhu konečného výrobku, čímž utrpí spokojenost spotřebitelů⁽⁷⁷⁾. Takové účinky se mohou objevit zejména tehdy, jsou-li prvotní prodávající relativně roztržštěni. Mohla by být nepříznivě ovlivněna i hospodářská soutěž na následně navazujících trzích, zejména vytvořením nebo posílením podobné, že subjekt vzniklý spojením využije svou kupní sílu tvář v tvář svým dodavatelům k tomu, aby přešel své soupeře⁽⁷⁸⁾.
62. Na straně druhé, zvýšená kupní síla může být pro hospodářskou soutěž prospěšná. Sníží-li zvýšená kupní síla vstupní náklady, aniž by došlo k omezení hospodářské soutěže na následně navazujících trzích nebo celkové výroby, pak se část tohoto snížení pravděpodobně přenesla na spotřebitele formou nižších cen.

63. Za účelem posouzení, zda by spojení významně nebránilo účinné hospodářské soutěži prostřednictvím vytvoření nebo posílení kupní síly, je proto nutná analýza podmínek hospodářské soutěže na navazujících trzích vyšší úrovně a posouzení možných kladných a škodlivých účinků popsanych výše.

V. VYROVNÁVACÍ KUPNÍ SÍLA

64. Konkurenční tlak na dodavatele nevyvíjejí jen soutěžitelé, ale může též pocházet od jejich zákazníků. I podniky s velmi vysokými podíly na trhu nemusí být po spojení schopny významně bránit účinné hospodářské soutěži, zejména prostřednictvím jednání zjevně nezávislého na svých zákaznících, mají-li poslední jmenovaní vyrovnávací kupní sílu⁽⁷⁹⁾. Vyrovnávací kupní síla by se měla v této souvislosti chápat jako výhoda, kterou má kupující tvář v tvář prodávajícímu při obchodním jednání díky své velikosti, obchodnímu významu pro prodávajícího a schopnosti přejít k jiným dodavatelům.

65. Tam, kde to má význam, Komise posuzuje, do jaké míry budou zákazníci schopni klást odpor posilování tržní pozice, kterou by spojení pravděpodobně vytvořilo. Jednou z příčin vyrovnávací kupní síly by byla případná schopnost zákazníka hrozit, že se v přiměřeném časovém rámci uchýlí k alternativním zdrojům dodávek, kdyby se dodavatel rozhodl zvýšit ceny⁽⁸⁰⁾ nebo jinak zhoršit jakost či dodací podmínky. Toto by nastalo, kdyby kupující mohl okamžitě přejít k jiným dodavatelům⁽⁸¹⁾, kdyby mohl věrohodně hrozit svým vertikálním začleněním do navazujícího trhu vyšší úrovně nebo podporou rozšiřování či vstupu na navazující trh vyšší úrovně⁽⁸²⁾, například cestou přesvědčování potenciálního zájemce o vstup na trh, aby vstoupil, prostřednictvím příslibu velké zakázky v rámci této společnosti. Je pravděpodobnější, že tento druh vyrovnávací kupní síly budou mít spíše velcí a sofistikovaní zákazníci než menší podniky v roztržitém průmyslovém odvětví⁽⁸³⁾. Kupující může uplatňovat vyrovnávací kupní sílu též prostřednictvím odmítání nákupu jiných výrobků vyráběných dodavatelem nebo, zejména v případě trvanlivého zboží, prostřednictvím zpoždění nákupů.

66. V některých případech může být důležité věnovat zvláštní pozornost pobídkám odběratelů k využití jejich kupní síly⁽⁸⁴⁾. Například podnik na následně navazujícím trhu možná nebude chtít investovat do podpory nového vstupu na trh, kdyby plody takového vstupu v podobě nižších nákladů na vstup sklízeli i jeho soutěžitelé.

67. Vyrovnávací kupní síla nemusí být shledána jako dostatečující pro vyrovnání možných nepříznivých účinků spojení, pokud jen zajišťuje ochranu konkrétního okruhu zákazníků⁽⁸⁵⁾ s konkrétní vyjednávací silou před podstatně vyššími cenami nebo zhoršenými podmínkami po spojení⁽⁸⁶⁾. Kromě toho nestačí, aby tato kupní síla existovala před spojením, ale musí existovat a zůstat účinná i po spojení. Je to kvůli tomu, že spojení dvou dodavatelů může oslabit kupní sílu, pokud takto odstraní věrohodnou alternativu.

VI. VSTUP NA TRH

68. Je-li vstup na trh dostatečně snadný, je nepravděpodobné, že spojení představuje nějaké významné riziko pro hospodářskou soutěž. Proto analýza vstupu na trh představuje významný prvek celkového posouzení hospodářské soutěže. Aby bylo možné považovat vstup na trh za dostatečné konkurenční omezení spojujících se stran, musí se projevit jako vhodný, včasný a dostatečný prostředek pro potlačení nebo znemožnění jakýchkoli možných škodlivých účinků spojení na hospodářskou soutěž.

Pravděpodobnost vstupu na trh

69. Komise zkoumá, zda vstup nebo možný vstup na trh pravděpodobně omezí chování podniků působících po spojení. Aby byl vstup na trh pravděpodobný, musí být dostatečně výnosný při započtení vlivů cen vnesení dodatečné výroby na trh a možných reakcí působících podniků. Vstup na trh by proto byl méně pravděpodobný, kdyby byl hospodářsky životaschopný jen ve velkém rozsahu, což by vedlo k podstatně nižším cenovým hladinám. A vstup na trh bude pravděpodobně obtížnější, jsou-li zavedené podniky schopny hájit své podíly na trhu nabízením dlouhodobých smluv nebo poskytováním cílených preventivních slev těm zákazníkům, které se pokouší získat subjekt vstupující na trh. Kromě toho může vysoké riziko a náklady na neúspěšný vstup snížit pravděpodobnost vstupu na trh. Náklady na neúspěšný vstup na trh budou tím vyšší, čím vyšší je úroveň fixních nákladů spojených se vstupem⁽⁸⁷⁾.

70. Potenciální zájemci o vstup na trh se mohou setkat s překážkami, které určují riziko a náklady na vstup, čímž ovlivňují jeho výhodnost. Překážky vstupu jsou specifickými vlastnostmi trhu, které poskytují zavedeným podnikům výhody nad potenciálními soutěžiteli. Jsou-li překážky vstupu malé, bude pravděpodobnost omezení spojujících se stran vstupem vyšší. Naopak, jsou-li překážky vstupu velké, spojující se podniky pravděpodobně nebudou vstupem významně omezeny. Užitečné informace o velikosti překážek vstupu mohou poskytnout historické příklady vstupu na trh a odchodů z trhu v průmyslu.

71. Překážky vstupu na trh mohou mít různé formy:

- a) právní výhody zahrnující situace, v nichž regulativní překážky omezují počet účastníků trhu, například omezením počtu licencí⁽⁸⁸⁾. Zahrnují rovněž celní a necelní obchodní překážky⁽⁸⁹⁾;
- b) zavedené podniky mohou též využívat technických výhod, jako je přednostní přístup k nezbytným zařízením, přírodním zdrojům⁽⁹⁰⁾, inovaci a výzkumu a vývoji⁽⁹¹⁾ nebo právu duševního vlastnictví⁽⁹²⁾, což jakémukoli podniku ztěžuje úspěšné soutěžení. Například v některých průmyslových odvětvích by mohlo být obtížné získat základní vstupní materiály nebo jsou výrobky či postupy chráněny patenty. Jiné faktory, jako jsou úspory z rozsahu nebo působnosti, distribuční a prodejní sítě⁽⁹³⁾, jakož i přístup k důležitým technologiím, mohou vytvářet překážky vstupu;

- c) kromě toho mohou překážky vstupu existovat kvůli zavedení postavení podniků působících na trhu. Obtížný může být zejména vstup do konkrétního průmyslového odvětví, protože je nutné účinně soupeřit se zkušenostmi nebo pověstí, přičemž obojí může zájemce o vstup získat s obtížemi. V této souvislosti se berou v úvahu takové faktory jako loajalita spotřebitelů ke konkrétní značce⁽⁹⁴⁾, těsnost vztahů mezi dodavateli a zákazníky, význam propagace či reklamy nebo jiné výhody spojené s pověstí⁽⁹⁵⁾. Překážky vstupu zahrnují též situace, v nichž se zavedené podniky již zavázaly k vybudování velké nadbytečné kapacity⁽⁹⁶⁾ nebo v nichž mohou bránit vstupu náklady, jimž jsou vystaveni zákazníci při přechodu k novým dodavatelům.
72. Při odhadování, zda by vstup na trh byl či nebyl výnosný, by se měl brát v úvahu očekávaný vývoj trhu. Vstup bude výnosný spíše na trhu, na němž se v budoucnu očekává velký růst⁽⁹⁷⁾, než na trhu, který je vyzrálý nebo na němž se očekává pokles⁽⁹⁸⁾. Úspory z rozsahu nebo síťové účinky mohou učinit vstup nevýnosným, pokud uchazeč o vstup nemůže získat dostatečně velký podíl na trhu⁽⁹⁹⁾.
73. Vstup na trh je obzvláště pravděpodobný, pokud dodavatelé na jiných trzích již vlastní výrobní zařízení, která by mohla být využita pro vstup na dotyčný trh, čímž by se snížily fixní náklady spojené se vstupem. Čím menší je před spojením rozdíl mezi výnosností vstoupení a nevstoupení, tím pravděpodobnější je takové přerozdělení výrobních zařízení.
74. Aby mohla Komise při svém posouzení spojení vzít v úvahu tvrzení o efektivnosti a byla schopna dojít k závěru, že díky zvýšení efektivnosti neexistují důvody k prohlášení spojení za neslučitelné se společným trhem, musí být zvýšení efektivnosti přínosné pro spotřebitele, musí být specifické pro spojení a ověřitelné. Tyto podmínky jsou kumulativní.

Včasnost

74. Komise zkoumá, zda by byl vstup na trh natolik rychlý a podporovaný, aby odradil od využívání tržní síly nebo toto využívání zmařil. Vhodné časové období závisí na charakteristikách a dynamice trhu, jakož i na zvláštních schopnostech možných uchazečů o vstup⁽¹⁰⁰⁾. Vstup na trh se však obvykle považuje za včasný, dojde-li k němu do dvou let.

Dostatečnost

75. Vstup na trh musí mít dostatečný rozsah a význam, aby potlačil škodlivé účinky spojení na hospodářskou soutěž nebo těmito účinkům zamezil⁽¹⁰¹⁾. Vstup na trh v malém rozsahu, například do nějaké „mezery“ na trhu, nemusí být považován za dostatečný.

VII. ZVÝŠENÍ EFEKTIVNOSTI

76. Nová uspořádání společností ve formě spojení mohou být v souladu s požadavky dynamické hospodářské soutěže a mohou zvýšit konkurenceschopnost průmyslu, a tím zlepšit podmínky pro růst a zvyšování životní úrovně ve Společenství⁽¹⁰²⁾. Je možné, aby zvýšení efektivnosti vyvolané spojením působily proti účinkům na hospodářskou soutěž a zejména proti možnému poškození spotřebitelů, které jinak může spojení vyvolat⁽¹⁰³⁾. Za

účelem posouzení, zda by spojení významně nebránilo účinné hospodářské soutěži, zejména vytvořením nebo posílením dominantního postavení ve smyslu čl. 2 odst. 2 a 3 nařízení o spojování, provádí Komise celkové posouzení spojení z hlediska hospodářské soutěže. Při provádění tohoto posouzení bere Komise v úvahu faktory zmíněné v čl. 2 odst. 1, včetně vývoje technického a hospodářského pokroku, je-li to ku prospěchu spotřebitelů a nevytváří-li to překážku hospodářské soutěže⁽¹⁰⁴⁾.

77. V rámci celkového posouzení spojení bere Komise v úvahu všechna podložená tvrzení o efektivnosti. V důsledku zvýšení efektivnosti, které vyvolává spojení, může rozhodnout, že neexistují důvody k prohlášení spojení za neslučitelné se společným trhem podle čl. 2 odst. 3 nařízení o spojování. Toto nastane, bude-li Komise schopna dojít na základě dostatečných důkazů k závěru, že zvýšení efektivnosti vyvolané spojením pravděpodobně zvýší schopnost a motivaci subjektu vzniklého spojením jednat v zájmu hospodářské soutěže ku prospěchu spotřebitelů, a tím působit proti škodlivým účinkům na hospodářskou soutěž, které by jinak spojení mohlo mít.
78. Aby mohla Komise při svém posouzení spojení vzít v úvahu tvrzení o efektivnosti a byla schopna dojít k závěru, že díky zvýšení efektivnosti neexistují důvody k prohlášení spojení za neslučitelné se společným trhem, musí být zvýšení efektivnosti přínosné pro spotřebitele, musí být specifické pro spojení a ověřitelné. Tyto podmínky jsou kumulativní.
79. Významným měřítkem při posouzení tvrzení o efektivnosti je skutečnost, že spojení neškodí spotřebitelům⁽¹⁰⁵⁾. Proto by zvýšení efektivnosti mělo být značné a včasné a mělo by v zásadě přinášet prospěch spotřebitelům na těch relevantních trzích, na nichž je jinak pravděpodobné, že se objeví obavy o ohrožení hospodářské soutěže.

80. Spojení mohou vyvolat různé typy zvýšení efektivnosti, které mohou vést k nižším cenám nebo jiným přínosům pro spotřebitele. Například úspory výrobních nebo distribučních nákladů mohou poskytnout subjektu vzniklému spojením schopnost a motivaci účtovat po spojení nižší ceny. V souladu s potřebou zjistit, zda zvýšení efektivnosti povede k celkovému přínosu pro spotřebitele, bude pro posouzení zvýšení efektivnosti asi vhodnější použít efektivnost nákladů, která vede ke snížení proměnných nebo marginálních nákladů⁽¹⁰⁶⁾, místo snížení pevných nákladů; u první možnosti je v zásadě pravděpodobnější, že povede k nižším cenám pro spotřebitele⁽¹⁰⁷⁾. Snížení nákladů, které jsou pouhým důsledkem omezení výroby potlačujících hospodářskou soutěž, nelze považovat za zvýšení efektivnosti ku prospěchu spotřebitelů.

81. Spotřebitelé mohou mít prospěch rovněž z nových nebo zdokonalených výrobků či služeb, vzniklých například díky růstu efektivnosti v oblasti výzkumu, vývoje a inovace. Společný podnik založený za účelem vývoje nového výrobku může vyvolat takový typ zvýšení efektivnosti, který Komise může brát v úvahu.

82. V souvislosti s koordinovanými účinky může zvýšení efektivity povzbudit motivaci subjektu vzniklého spojením ke zvýšení výroby a snížení cen, a tím oslabit jeho motivaci ke koordinování jeho tržního chování s ostatními podniky na trhu. Zvýšení efektivity proto může vést k nižšímu riziku koordinovaných účinků na relevantním trhu.
83. Obecně, čím později se očekává budoucí zvýšení efektivity, tím nižší význam mu může Komise přisoudit. Z toho vyplývá, že aby bylo považováno za vyrovnávací faktor, musí být zvýšení efektivity včasné.
84. Pohnutky subjektu vzniklého spojením k přenesení zvýšení efektivity na spotřebitele často souvisí s existencí konkurenčního tlaku zbylých podniků na trhu a potenciálních zájemců o vstup na trh. Čím větší jsou možné škodlivé účinky na hospodářskou soutěž, tím více si bude Komise jista, že prohlašované zvýšení efektivity je značné, pravděpodobně dostane konkrétní podobu a v dostatečné míře se přenesou na spotřebitele. Je vysoce nepravděpodobné, že spojení vedoucí k postavení na trhu blížícímu se monopolu nebo vedoucí k podobné úrovni tržní síly lze prohlásit za slučitelné se společným trhem na základě toho, že zvýšení efektivity pravděpodobně postačí k vyrovnání jeho možných škodlivých účinků na hospodářskou soutěž.
85. mělo by se zvýšení efektivity a výsledný přínos pro spotřebitele kvantifikovat. Nejsou-li k dispozici údaje, které by umožnily přesnou kvantitativní analýzu, musí být možné předvídat jasně zjizitelný a nikoli nepodstatný pozitivní dopad na spotřebitele. Obecně, čím později se zvýšení efektivity v budoucnu projeví, tím menší je pravděpodobnost, že bude Komise schopna určit skutečně dosažené zvýšení efektivity.
87. Většinu informací umožňujících Komisi posoudit, zda spojení vyvolá takový druh zvýšení efektivity, který by jí umožnil schválit spojení, vlastní výhradně spojující se strany. Je proto povinností oznamujících stran, aby v náležitě době poskytly všechny důležité informace nutné k prokázání, že prohlašovaná zvýšení efektivity jsou specifická pro spojení a pravděpodobně se uskuteční. Podobně je povinností oznamujících stran, aby informovaly o tom, do jaké míry zvýšení efektivity pravděpodobně vyrovná škodlivé účinky na hospodářskou soutěž, které by jinak spojení vyvolalo, a tudíž bude přínosné pro spotřebitele.
88. K důkazům významným pro posouzení tvrzení o efektivity patří zejména interní dokumenty použité vedením při rozhodování o spojení, výkazy předložené vedením vlastníkům a finančním trhům o očekávaném zvýšení efektivity, historické příklady zvýšení efektivity a přínosu pro spotřebitele a studie externích odborníků o typu a velikosti zvýšení efektivity a o pravděpodobné míře přínosu pro spotřebitele vypracované před spojením.

Specifičnost spojení

85. Zvýšení efektivity má pro posouzení hospodářské soutěže význam, je-li přímým důsledkem oznámeného spojení a nelze ho v podobné míře dosáhnout pomocí alternativ méně poškozujících hospodářskou soutěž. Za těchto okolností se zvýšení efektivity považuje za způsobené spojením, a tudíž specifické pro spojení⁽¹⁰⁸⁾. Je povinností spojujících se stran, aby včas poskytly všechny důležité informace nutné k prokázání, že neexistují žádné méně protisoutěžní, reálné a uskutečnitelné alternativy k oznámeným spojením, jejichž povaha není spojovací (např. licenční dohoda nebo kooperační společný podnik) nebo je spojovací (např. společný podnik koncentrativní povahy nebo odlišně strukturované spojení) a která zachovávají prohlašované zvýšení efektivity. Komise posuzuje jen alternativy přiměřeně obvyklé v obchodní situaci, již jsou vystaveny spojující se strany, s ohledem na zavedené obchodní praktiky v dotyčném průmyslovém odvětví.

Ověřitelnost

86. Zvýšení efektivity musí být ověřitelné tak, aby si Komise mohla být přiměřeně jista, že ke zvýšení efektivity pravděpodobně dojde a že bude dostatečně velké na to, aby vyrovnalo možné poškození spotřebitelů vyvolané spojením. Čím přesnější a přesvědčivější jsou tvrzení o efektivity, tím lépe je může Komise posoudit. Kde je to možné,

VIII. PODNIK V ÚPADKU

89. Komise může rozhodnout, že jinak problematické spojení je slučitelné se společným trhem, i když je jednou ze spojujících se stran podnik v úpadku. Základní podmínkou je, aby o zhoršení struktury hospodářské soutěže, které následuje po spojení, nebylo možné říci, že bylo způsobeno spojením⁽¹⁰⁹⁾. Toto by nastalo, kdyby se struktura hospodářské soutěže trhu zhoršila přinejmenším stejně, jako když se spojení neuskuteční⁽¹¹⁰⁾.
90. Za zvláště důležitá pro použití 'záchrany podniku v úpadku' považuje Komise tato tři kritéria. Zaprvé, údajný podnik v úpadku by měl být v blízké budoucnosti vytlačen z trhu kvůli finančním těžkostem, nepřevzme-li ho jiný podnik. Zadruhé, neexistuje žádná alternativní koupě s menšími škodlivými účinky na hospodářskou soutěž než oznámené spojení. Zatřetí, neuskuteční-li se spojení, aktiva podniku v úpadku by nevyhnutelně opustila trh⁽¹¹¹⁾.
91. Je povinností oznamujících stran, aby v náležitě době poskytly všechny důležité informace nutné k prokázání toho, že zhoršení struktury hospodářské soutěže, které následuje po spojení, není způsobeno spojením.

- (¹) Nařízení Rady (ES) č. 139/2004 ze dne 20. ledna 2004 (Úř. věst. L 24, 29.1.2004, s. 1).
- (²) Věc T-102/96, Gencor vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-753, odstavec 200. Viz spojené věci C-68/94 a C-30/95, Francie a ost. vs. Komise (dále jen „Kali a Salz“), Sb. rozh. 1998, s. I-1375, odstavec 221. Za výjimečných okolností může být spojení příčinou vytvoření nebo posílení dominantního postavení na straně podniku, který není účastníkem oznámené operace (viz věc IV/M.1383 – Exxon/Mobil, body 225-229; věc COMP/M.2434 – Grupo Villar MIR/EnBW/Hidroelectrica del Cantabrico, body 67-71).
- (³) Viz též spojené věci C-68/94 a C-30/95, Kali a Salz, odstavec 170.
- (⁴) Viz body odůvodnění 25 a 26 nařízení o spojování.
- (⁵) Pojem „spojování“ použitý v nařízení o spojování zahrnuje různé typy operací, jako jsou fúze, nabytí, převzetí a některé typy společných podniků. V tomto sdělení, není-li uvedeno jinak, se pojem „spojování“ zahrnuje veškeré tyto uvedené typy operací.
- (⁶) Sdělení se nezabývá posouzením účinků na hospodářskou soutěž, jaké má spojení na jiných trzích, včetně účinků vertikálních spojení a skupin podniků. Nezahrnuje ani posouzení účinků společného podniků podle čl. 2 odst. 4 nařízení o spojování.
- (⁷) Tento výraz by se měl chápat tak, že zahrnuje i situace, v nichž by například ceny poklesly nebo pravděpodobně poklesly méně, než by tomu bylo, kdyby nedošlo ke spojení, a v nichž by ceny vzrostly nebo pravděpodobně vzrostly více, než by tomu bylo, kdyby nedošlo ke spojení.
- (⁸) Analogicky, v případě spojení provedeného bez oznámení by Komise posuzovala spojení na základě podmínek hospodářské soutěže, které by existovaly, kdyby se spojení neuskutečnilo.
- (⁹) Viz např. rozhodnutí Komise 98/526/ES ve věci IV/M.950 – Hoffmann La Roche/Boehringer Mannheim, Úř. věst. L 234, 21.8.1998, s. 14, bod 13; věc IV/M.1846 – Glaxo Wellcome/SmithKline Beecham, body 70-72; věc COMP/M.2547 – Bayer/Aventis Crop Science, bod 324 a násl.
- (¹⁰) Viz např. věc T-102/96, Gencor vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-753, odstavce 247-263.
- (¹¹) Úř. věst. C 372, 9.12.1997, s. 5.
- (¹²) Viz věc T-102/96, Gencor vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-753, odstavec 262, a věc T-342/99, Airtours vs. Komise, Sb. rozh. 2002, s. II-2585, odstavec 280.
- (¹³) Pokud jde o výpočet podílů na trhu, viz též sdělení Komise o vymezení relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství, Úř. věst. C 372, 9.12.1997, s. 3, odstavce 54-55.
- (¹⁴) Viz např. věc COMP/M.1806 – Astra Zeneca/Novartis, body 150 a 415.
- (¹⁵) Podíly na trhu lze případně upravit, zejména proto, aby se přihlédlo ke kontrolním podílům ostatních podniků (viz např. věc IV/M.1383 – Exxon/Mobil, body 446-458; věc COMP/M.1879 – Boeing/Hughes, body 60-79; věc COMP/JV 55 – Hutchison/RCPM/ECT, body 66-75) nebo k jiným dohodám s třetími stranami (viz např., pokud jde o subdodavatele, rozhodnutí Komise 2001/769/ES ve věci COMP/M.1940 – Framatome/Siemens/Cogema, Úř. věst. L 289, 6.11.2001, s. 8, bod 142).
- (¹⁶) Viz např. věc COMP/M.2256 – Philips/Agilent Health Care Technologies, body 31-32, a věc COMP/M.2609 – HP/Compaq, bod 39.
- (¹⁷) Viz např. věc IV/M.1365 – FCC/Vivendi, bod 40; věc COMP/JV 55 – Hutchison/RCPM/ECT, bod 50. V případě potřeby může Komise rovněž použít jiná měřítka spojení, jako jsou například poměry spojování, která udávají společný tržní podíl malého počtu (obvykle tří až čtyř) předních podniků na trhu.
- (¹⁸) Například trh obsahující pět podniků s podíly na trhu 40 %, 20 %, 15 %, 15 % a 10 % v uvedeném pořadí má HHI v hodnotě 2 550 ($40^2 + 20^2 + 15^2 + 15^2 + 10^2 = 2 550$). HHI se pohybuje od hodnot blízkých nule (na velmi roztržštěném trhu) až do 10 000 (v případě čistého monopolu).
- (¹⁹) Zvýšení úrovně koncentrace měřené indexem HHI lze vypočítat nezávisle na celkové úrovni koncentrace trhu zdvojnásobením součinu tržních podílů spojujících se podniků. Například spojení dvou podniků s tržními podíly 30 % a 15 % v uvedeném pořadí by zvýšilo HHI o 900 ($300 \times 15 \times 2 = 900$). Tuto metodu lze vysvětlit takto: před spojením přispívaly tržní podíly spojujících se podniků k HHI svými čtverci takto: $(a)^2 + (b)^2$. Po spojení je jejich příspěvek roven čtverci součtu jejich tržních podílů: $(a + b)^2$, což se rovná $(a)^2 + (b)^2 + 2ab$. Zvýšení HHI je proto reprezentováno součinem 2ab.
- (²⁰) Věc T-221/95, Endemol vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-1299, odstavec 134, a věc T-102/96, Gencor vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-753, odstavec 205. Jinou otázkou je to, zda se v důsledku spojení nevytvoří nebo neposílí dominantní postavení.
- (²¹) Viz např. věc COMP/M.2337 – Nestlé/Ralston Purina, body 48-50.
- (²²) Viz např. rozhodnutí Komise 1999/674/ES ve věci IV/M.1221 – Rewe/Meinl, Úř. věst. L 274, 23.10.1999, s. 1, body 98-114; věc COMP/M.2337 – Nestlé/Ralston Purina, body 44-47.
- (²³) Výpočet podílů na trhu rozhodujícím způsobem závisí na vymezení trhu. Je nutné zdůraznit, že Komise nemusí přijmout vymezení trhu navržené stranami.
- (²⁴) Bod odůvodnění 32 nařízení o spojování. Takový náznak se však nevztahuje na případy, v nichž navrhované spojení vytváří nebo posiluje společné dominantní postavení zahrnující „dotyčné podniky“ a třetí strany (viz spojené věci C-68/94 a C-30/95, Kali a Salz, Sb. rozh. 1998, s. I-1375, odstavec 171 a násl., a věc T-102/96, Gencor vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-753, odstavec 134 a násl.).
- (²⁵) Na trzích s vzájemným vlastnictvím podílů nebo společnými podniky může Komise použít upravený HHI, který takové vlastnictví podílů bere v úvahu (viz např. věc IV/M.1383 – Exxon/Mobil, bod 256).

- (26) Viz odstavce 17.
- (27) Často se jim též říká „jednostranné“ účinky.
- (28) Takové očekávané reakce soutěžitelů mohou být významným faktorem ovlivňujícím podněty spojujícího se subjektu ke zvýšení cen.
- (29) Pojem oligopolního trhu se vztahuje ke struktuře trhu s omezeným počtem velkých podniků. Protože chování jednoho podniku má zjevný dopad na celkové tržní podmínky, a tudíž nepřímo na situaci každého z ostatních podniků, oligopolní podniky jsou vzájemně závislé.
- (30) Bod odůvodnění 25 nařízení o spojování.
- (31) Viz zejména odstavce 17 a 18.
- (32) Výrobky se mohou odlišovat různými způsoby. Mohou se odlišovat například zeměpisným umístěním odvozeným z umístění poboček nebo prodejen; umístěním zařízení pro maloobchodní distribuci, bank, cestovních kanceláří nebo čerpacích stanic. Podobně může jejich odlišnost vycházet z image značky, technických parametrů, jakosti nebo úrovně služeb. Úroveň reklamy na trhu může být ukazatelem snahy podniku o odlišení jeho výrobků. Pokud jde o ostatní výrobky, kupující musejí očekávat náklady na změnu při použití výrobku soutěžitele.
- (33) Pokud jde o vymezení relevantního trhu, viz výše citované sdělení Komise o vymezení relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství.
- (34) Viz např. věc COMP/M.2817 – Barilla/BPS/Kamps, bod 34; rozhodnutí Komise 2001/403/ES ve věci COMP/M.1672 – Volvo/Scania, Úř. věst. L 143, 29.5.2001, s. 74, body 107-148.
- (35) Viz např. rozhodnutí Komise 94/893/ES ve věci IV/M.430 – Procter & Gamble/VP Schickedanz (II), Úř. věst. L 354, 21.6.1994, s. 32, věc T-290/94, Kayserberg vs. Komise, Sb. rozh. 1997, s. II-2137, odstavce 153; rozhodnutí Komise 97/610/ES ve věci IV/M.774 – Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM, Úř. věst. L 247, 10.9.1997, s. 1, bod 179; rozhodnutí Komise 2002/156/ES ve věci COMP/M.2097 – SCA/Metsä Tissue, Úř. věst. L 57, 27.2.2002, s. 1, body 94-108; věc T-310/01, Schneider vs. Komise, Sb. rozh. 2002, s. II-4071, odstavce 418.
- (36) Příslušné obchodní rozpětí (m) je obvykle rozdílem mezi cenou (p) a mezními náklady (c) na dodání jednotky výroby navíc vyjádřený jako procento ceny ($m = (p - c)/p$).
- (37) Viz např. věc IV/M.1980 – Volvo/Renault VI, bod 34; věc COMP/M.2256 – Philips Agilent/Health Care Solutions, body 33-35; věc COMP/M.2537 – Philips/Marconi Medical Systems, body 31-34.
- (38) Křížová cenová pružnost poptávky udává míru, v jaké se mění velikost poptávky po výrobku v závislosti na změně ceny nějakého jiného výrobku, zatímco vše ostatní zůstává stejné. Vlastní cenová pružnost udává míru, v jaké se mění poptávka po výrobku v závislosti na změně ceny samotného výrobku.
- (39) Poměr odklonu od výrobku A k výrobku B udává podíl odbytu výrobku A ztracený v důsledku zvýšení ceny výrobku A, který zachytil výrobek B.
- (40) Rozhodnutí Komise 97/816/ES ve věci IV/M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, Úř. věst. L 336, 8.12.1997, s. 16, bod 58 a násl.; věc COMP/M.3083 – GE/Instrumentarium, bod 125 a násl.
- (41) Fixní náklady nelze získat zpět po opuštění trhu.
- (42) Viz např. rozhodnutí Komise 2002/156/ES ve věci IV/M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, Úř. věst. L 336, 8.12.1997, s. 16, bod 70.
- (43) Viz např. věc IV/M.986 – Agfa Gevaert/DuPont, Úř. věst. L 211, 29.7.1998, s. 22, body 63-71.
- (44) Viz např. věc COMP/M.2187 – CVC/Lenzing, body 162-170.
- (45) Pokud analyzuje možné rozšíření kapacity ze strany soutěžitelů, Komise posuzuje faktory podobné těm, které jsou popsány v oddílu VI o vstupu na trh. Viz např. věc COMP/M.2187 – CVC/Lenzing, body 162-173.
- (46) Viz např. věc T-221/95, Endemol vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-1299, odstavce 167.
- (47) Viz např. věc T-22/97, Kesko vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-3775, odstavce 141 a násl.
- (48) Viz např. rozhodnutí Komise 2001/684/ES ve věci M.1671 – Dow Chemical/Union Carbide, Úř. věst. L 245, 14.9.2001, s. 1, body 107-114.
- (49) Viz např. rozhodnutí Komise 96/435/ES ve věci IV/M.623 – Kimberley-Clark/Scott, Úř. věst. L 183, 23.7.1996, s. 1; věc T-114/02, BabyliSS SA vs. Komise (Seb/Moulinex), Sb. rozh. 2003, s. II-000, odstavce 343 a násl.
- (50) To je např. případ síťových průmyslových odvětví, kam patří energetika, telekomunikace a jiná komunikační odvětví.
- (51) Rozhodnutí Komise 99/287/ES ve věci IV/M.1069 – Worldcom/MCI, Úř. věst. L 116, 4.5.1999, s. 1, bod 117 a násl.; věc IV/M.1741 – MCI Worldcom/Sprint, bod 145 a násl.; věc IV/M.1795 – Vodafone Airtouch/Mannesmann, bod 44 a násl.
- (52) Věc T-156/98, RJB Mining vs. Komise, Sb. rozh. 2001, s. II-337.
- (53) Rozhodnutí Komise 2002/156/ES ve věci IV/M.877 – Boeing/McDonnell Douglas, Úř. věst. L 336, 8.12.1997, s. 16, bod 58; věc COMP/M.2568 – Haniel/Ytonh, bod 126.
- (54) Například výrobky ve vývoji jedné spojující se strany budou pravděpodobně soutěžit s výrobky ve vývoji nebo stávajícími výrobky druhé strany, viz např. věc IV/M.1846 – Glaxo Wellcome/SmithKline Beecham, bod 188.
- (55) Věc T-102/96, Gencor vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-753, odstavce 277; věc T-342/99, Airtours vs. Komise, Sb. rozh. 2002, s. II-2585, odstavce 61.
- (56) To může být případ, kdy oligopolní podniky měly z historických důvodů snahu spojovat v různých oblastech svůj odbyt.

- (57) Věc T-342/99, *Airtours vs. Komise*, Sb. rozh. 2002, s. II-2582, odstavec 62.
- (58) Viz rozhodnutí Komise 92/553/ES ve věci IV/M.190 – *Nestlé/Perrier*, Úř. věst. L 356, 5.12.1992, s. 1, body 117-118.
- (59) Viz např. věc IV/M.580 – *ABB/Daimler-Benz*, bod 95.
- (60) Viz např. rozhodnutí Komise 2002/156/ES ve věci COMP/M.2097 – *SCA/Metsä Tissue*, Úř. věst. L 57, 27.2.2002, s. 1, bod 148.
- (61) Viz např. věc IV/M.1298 – *Kodak/Imation*, bod 60.
- (62) Věc T-102/96, *Gencor vs. Komise*, Sb. rozh. 1999, s. II-753, odstavec 222; rozhodnutí Komise 92/553/ES ve věci IV/M.190 – *Nestlé/Perrier*, Úř. věst. L 356, 5.12.1992, s. 1, body 63-123.
- (63) Při posuzování, zda spojení může nebo nemůže zvýšit symetrii různých podniků přítomných na trhu, může zvýšení efektivity poskytnout významné údaje (viz též odstavec 82 sdělení).
- (64) Viz např. rozhodnutí Komise 2001/519/ES ve věci COMP/M.1673 – *VEBA/VIAG*, Úř. věst. L 188, 10.7.2001, s. 1, bod 226; věc COMP/M.2567 – *Nordbanken/Postgirot*, bod 54.
- (65) Viz např. věc COMP/M.2389 – *Shell/DEA*, bod 112 a násl., a věc COMP/M.2533 – *BP/E.ON*, bod 102 a násl.
- (66) Viz též rozhodnutí Komise 2000/42/ES ve věci IV/M.1313 – *Danish Crown/Vestjyske Slagterier*, Úř. věst. L 20, 25.1.2000, s. 1, body 176-179.
- (67) Viz např. věc COMP/M.2640 – *Nestlé/Schöller*, bod 37; rozhodnutí Komise 1999/641/ES ve věci COMP/M.1225 – *Enso/Stora*, Úř. věst. L 254, 29.9.1999, s. 9, body 67-68.
- (68) Viz např. věc IV/M.1939 – *Rexam (PLM)/American National Can*, bod 24.
- (69) Viz věc COMP/M.2389 – *Shell/DEA*, bod 121, a věc COMP/M.2533 – *BP/E.ON*, bod 111.
- (70) Ačkoli se odrazujícími mechanismy někdy říká „sankční mechanismy“, nemělo by se to striktně chápat tak, že takový mechanismus nutně individuálně trestá podnik, který se odchýlil. Přiměřený odrazující mechanismus může představovat samotné očekávání, že koordinace může na určitou dobu selhat, je-li zjištěna odchylka jako taková.
- (71) Viz např. rozhodnutí Komise 2000/42/ES ve věci IV/M.1313 – *Danish Crown/Vestjyske Slagterier*, Úř. věst. L 20, 25.1.2000, s. 1, bod 177.
- (72) Viz věc T-102/96, *Gencor vs. Komise*, Sb. rozh. 1999, s. II-753, odstavec 281.
- (73) Tyto prvky se analyzují podobně jako u nekoordinovaných účinků.
- (74) Viz např. věc IV/M.1630 – *Air Liquide/BOC*, bod 201 a násl. Příklad případu, kdy vstup jiného spojujícího se podniku nebyl dostatečně pravděpodobný v krátkodobém až střednědobém časovém horizontu (věc T-158/00, *ARD vs. Komise*, Sb. rozh. 2003, s. II-000, odstavce 115-127).
- (75) Rozhodnutí Komise 2001/98/ES ve věci IV/M.1439 – *Telia/Telenor*, Úř. věst. L 40, 9.2.2001, s. 1, body 330-331, a věc IV/M.1681 – *Akzo Nobel/Hoechst Roussel Vet*, bod 64.
- (76) Věc IV/M.1630 – *Air Liquide/BOC*, bod 219; rozhodnutí Komise 2002/164/ES ve věci COMP/M.1853 – *EDF/EnBW*, Úř. věst. L 59, 28.2.2002, s. 1, body 54-64.
- (77) Viz rozhodnutí Komise 1999/674/ES ve věci M.1221 – *Rewe/Meinl*, Úř. věst. L 274, 23.10.1999, s. 1, body 71-74.
- (78) Věc T-22/97, *Kesco vs. Komise*, Sb. rozh. 1999, s. II-3775, odstavec 157; rozhodnutí Komise 2002/156/ES ve věci M.877 – *Boeing/McDonnell Douglas*, Úř. věst. L 336, 8.12.1997, s. 16, body 105-108.
- (79) Viz např. věc IV/M.1882 – *Pirelli/BICC*, body 73-80.
- (80) Viz např. věc IV/M.1245 – *Valeo/ITT Industries*, bod 26.
- (81) I malý počet zákazníků nemusí mít dostatečnou kupní sílu, je-li do značné míry „spoután“ kvůli vysokým nákladům na změnu (viz věc COMP/M.2187 – *CVC/Lenzing*, bod 223).
- (82) Rozhodnutí Komise 1999/641/ES ve věci COMP/M.1225 – *Enso/Stora*, Úř. věst. L 254, 29.9.1999, s. 9, body 89-91.
- (83) Může být též vhodné porovnat koncentraci existující na straně zákazníků s koncentrací na straně dodavatelů (věc COMP/JV 55 – *Hutchison/RCMP/ECT*, bod 119, a rozhodnutí Komise 1999/641/ES ve věci COMP/M.1225 – *Enso/Stora*, Úř. věst. L 254, 29.9.1999, s. 9, bod 97).
- (84) Věc COMP/JV 55 – *Hutchison/RCMP/ECT*, body 129-130.
- (85) Rozhodnutí Komise 2002/156/ES ve věci COMP/M.2097 – *SCA/Metsä Tissue*, Úř. věst. L 57, 27.2.2002, s. 1, bod 88. Cenová diskriminace mezi různými skupinami zákazníků může být v některých případech významná v souvislosti s vymezením trhu (viz výše citované sdělení Komise o vymezení relevantního trhu, v odstavci 43).
- (86) Proto může Komise posoudit, zda budou mít různí zákazníci vyrovnávací kupní sílu, viz např. rozhodnutí Komise 1999/641/ES ve věci COMP/M.1225 – *Enso/Stora*, Úř. věst. L 254, 29.9.1999, s. 9, body 84-97.
- (87) Rozhodnutí Komise 97/610/ES ve věci IV/M.774 – *Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM*, Úř. věst. L 247, 10.9.1997, s. 1, bod 184.
- (88) Věc IV/M.1430 – *Vodafone/Airtouch*, bod 27; věc IV/M.2016 – *France Télécom/Orange*, bod 33.
- (89) Rozhodnutí Komise 2002/174/ES ve věci COMP/M.1693 – *Alcoa/Reynolds*, Úř. věst. L 58, 28. 2. 2002, bod 87.
- (90) Rozhodnutí Komise 95/335/ES ve věci IV/M.754 – *Anglo American Corp./Lonrho*, Úř. věst. L 149, 20.5.1998, s. 21, body 118-119.
- (91) Rozhodnutí Komise 97/610/ES ve věci IV/M.774 – *Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM*, Úř. věst. L 247, 10.9.1997, s. 1, body 184-187.
- (92) Rozhodnutí Komise 94/811/ES ve věci IV/M.269 – *Shell/Montecatini*, Úř. věst. L 332, 22.12.1994, s. 48, bod 32.

- (⁹³) Rozhodnutí Komise 98/327/ES ve věci IV/M.833 – The Coca-Cola Company/Carlsberg A/S, Úř. věst. L 145, 15.5.1998, s. 41, bod 74.
- (⁹⁴) Rozhodnutí Komise 98/327/ES ve věci IV/M.833 – The Coca-Cola Company/Carlsberg A/S, Úř. věst. L 145, 15.5.1998, s. 41, body 72-73.
- (⁹⁵) Rozhodnutí Komise 2002/156/ES ve věci COMP/M.2097 – SCA/Metsä Tissue, Úř. věst. L 57, 27.2.2002, s. 1, body 83-84.
- (⁹⁶) Rozhodnutí Komise 2001/432/ES ve věci IV/M.1813 – Industri Kapital Nordkem/Dyno, Úř. věst. L 154, 9.6.2001, s. 41, bod 100.
- (⁹⁷) Viz např. rozhodnutí Komise 98/475/ES ve věci IV/M.986 – Agfa-Gevaert/Dupont, Úř. věst. L 211, 29.7.1998, s. 22, body 84-85.
- (⁹⁸) Věc T-102/96 Gencor vs. Komise, Sb. rozh. 1999, s. II-753, odstavec 237.
- (⁹⁹) Viz např. rozhodnutí Komise 2000/718/ES ve věci IV/M.1578 – Sanitec/Sphinx, Úř. věst. L 294, 22.11.2000, s. 1, bod 114.
- (¹⁰⁰) Viz např. rozhodnutí Komise 2002/174/ES ve věci COMP/M.1693 – Alcoa/Reynolds, Úř. věst. L 58, 28. 2. 2002, body 31-32, 38.
- (¹⁰¹) Rozhodnutí Komise 91/535/EHS ve věci IV/M.68 – Tetra Pak/Alfa Laval, Úř. věst. L 290, 22.10.1991, s. 35, bod 3.4.
- (¹⁰²) Viz bod odůvodnění 4 nařízení o spojování.
- (¹⁰³) Viz bod odůvodnění 29 nařízení o spojování.
- (¹⁰⁴) Viz též čl. 2 odst. 1 písm. b) nařízení o spojování
- (¹⁰⁵) Podle čl. 2 odst. 1 písm. b) zahrnuje pojem ‚spotřebitelé‘ přechodné a konečné spotřebitele, tj. uživatele výrobků zahrnutých do spojení. Jinak řečeno, spotřebitelé ve smyslu tohoto ustanovení zahrnují zákazníky spojujících se stran, potenciální a/nebo skutečné.
- (¹⁰⁶) Na proměnné náklady by se mělo nahlížet jako na náklady, které se mění s úrovní výroby nebo odbytu během příslušného časového období. Marginální náklady jsou náklady spojené se zvyšováním výroby nebo odbytu na hranici rozpětí.
- (¹⁰⁷) Úsporám fixních nákladů se obvykle nepřikládá takový význam, protože vztah mezi fixními náklady a spotřebitelskými cenami je obvykle méně přímý, přinejmenším z krátkodobého hlediska.
- (¹⁰⁸) V souladu s obecnou zásadou stanovenou v odstavci 9 tohoto sdělení.
- (¹⁰⁹) Spojené věci C-68/94 a C-30/95, Kali a Salz, odstavec 110.
- (¹¹⁰) Spojené věci C-68/94 a C-30/95, Kali a Salz, odstavec 114. Viz též rozhodnutí Komise 2002/365/ES ve věci COMP/M.2314 – BASF/Pantochim/Eurodiol, Úř. věst. L 132, 17.5.2002, s. 45, body 157-160. Tato podmínka souvisí s obecnou zásadou stanovenou v odstavci 9 tohoto sdělení.
- (¹¹¹) Nevyhnutelnost toho, že aktiva podniku v úpadku opustí dotyčný trh, zejména v případě spojení do monopolu, může podtrhnout zjištění, že tržní podíl podniku v úpadku by v každém případě zvýšil tržní podíl jiné spojující se strany. Viz spojené věci C-68/94 a C-30/95, Kali a Salz, odstavce 115-116.“
-