

**Streszczenie decyzji Komisji****z dnia 4 września 2012 r.****uznającej koncentrację za zgodną z rynkiem wewnętrznym oraz z funkcjonowaniem Porozumienia EOG****(Sprawa COMP/M.6314 – Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV)***(notyfikowana jako dokument nr C(2012) 6063 final)***(Jedynie tekst w języku angielskim jest autentyczny)****(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

(2013/C 66/04)

(Niektóre fragmenty tego tekstu zostały pominięte w celu zagwarantowania, że informacje poufne nie zostaną ujawnione; fragmenty te są ujęte w nawiasach kwadratowych i oznaczone gwiazdką.)

Dnia 4 września 2012 r. Komisja przyjęła decyzję w sprawie połączenia przedsiębiorstw na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 z dnia 20 stycznia 2004 r. w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw<sup>(1)</sup>, a w szczególności jego art. 8 ust. 1. Pełny tekst decyzji w wersji nieopatrzonej klauzulą poufności, w autentycznej wersji językowej postępowania oraz w językach roboczych Komisji, znajduje się na stronie internetowej Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji pod następującym adresem:

[http://ec.europa.eu/comm/competition/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html)

**I. PROCEDURA**

- (1) Dnia 6 marca 2012 r. Komisja otrzymała zgłoszenie proponowanej koncentracji zgodnie z art. 4 rozporządzenia (WE) nr 139/2004 („rozporządzenie w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw”), w wyniku której przedsiębiorstwa Everything Everywhere Limited („przedsiębiorstwo Everything Everywhere”), Telefónica UK Limited („przedsiębiorstwo Telefónica UK”) oraz Vodafone Group Plc („grupa Vodafone”) (łącznie „strony zgłaszające”) miałyby przejść w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. b) rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw wspólną kontrolę nad nowo utworzoną spółką będącą wspólnym przedsiębiorcą („przedsiębiorstwo JV Co”), która będzie świadczyła różne usługi komercyjne oferowane poprzez urządzenia przenośne („mCommerce”) na rzecz przedsiębiorstw w Zjednoczonym Królestwie („działanie”).
- (2) Działanie ma wymiar unijny zgodnie z art. 1 ust. 2 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw.
- (3) Po pierwszym etapie oceny Komisja uznała, że działanie wchodzi w zakres rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw, i wyraziła poważne wątpliwości co do jego zgodności z rynkiem wewnętrznym oraz Porozumieniem EOG. W związku z tym dnia 13 kwietnia 2012 r. Komisja wszczęła postępowanie zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. c) rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw (zwane dalej „decyzją o wszczęciu postępowania”).
- (4) Strony zgłaszające przedstawiły szereg odrębnych opinii, aby odnieść się do poszczególnych aspektów, jakie poruszono w decyzji o wszczęciu postępowania.

- (5) Dnia 2 maja 2012 r. strony zgłaszające wystąpiły o przedłużenie terminu drugiego etapu postępowania o 17 dni roboczych na podstawie art. 10 ust. 3 akapit drugi rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw.

**II. STRONY ZGŁASZAJĄCE**

- (6) Przedsiębiorstwo Everything Everywhere jest wspólnym przedsiębiorcą utworzonym z połączenia przedsiębiorstw T-Mobile UK i Orange UK, które to połączenie Komisja uznała za zgodne z rynkiem wewnętrznym decyzją z dnia 1 marca 2010 r. w sprawie COMP/M.5650 – T-Mobile/Orange<sup>(2)</sup>. Przedsiębiorstwo Everything Everywhere należy ostatecznie do przedsiębiorstw France Télécom i Deutsche Telekom, które zajmują się świadczeniem usług w zakresie telefonii stacjonarnej i ruchomej w szeregu państw członkowskich UE i na całym świecie.
- (7) Przedsiębiorstwo Telefónica UK jest spółką zależną należąca w całości do przedsiębiorstwa Telefónica S.A. i wchodzi w skład grupy Telefónica, która świadczy usługi głównie w zakresie telefonii stacjonarnej i ruchomej w szeregu państw członkowskich UE, jak również w szeregu państw spoza Europy, w szczególności w Ameryce Łacińskiej.
- (8) Grupa Vodafone jest spółką holdingową grupy spółek, która prowadzi działalność w zakresie obsługi sieci telefonii ruchomej oraz świadczy powiązane usługi telekomunikacyjne. Grupa Vodafone ma udziały kapitałowe w przedsiębiorstwach 30 operatorów sieci komórkowych na całym świecie. Grupa Vodafone prowadzi działalność w innych miejscach na terenie UE za pośrednictwem swoich spółek zależnych, które należą do niej w całości

<sup>(1)</sup> Dz.U. L 24 z 29.1.2004, s. 1 (zwane dalej „rozporządzeniem w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw”).

<sup>(2)</sup> Punkt 239.

lub są przez nią kontrolowane, a także utrzymuje stosunki z sieciami partnerskimi w ponad 40 kolejnych państwach, w tym w państwach należących do UE. Vodafone UK Limited („przedsiębiorstwo Vodafone UK”), spółka zależna należąca w całości do grupy Vodafone i kontrolowana przez nią, prowadzi działalność w szczególności na rynku detalicznym telefonii ruchomej w Zjednoczonym Królestwie.

(9) Przedsiębiorstwo JV Co ma oferować różne usługi skierowane do klientów biznesowych w Zjednoczonym Królestwie. Żadna z działalności przedsiębiorstwa JV Co nie byłaby oferowana bezpośrednio konsumentom. Przedsiębiorstwo JV Co ma świadczyć usługi na rzecz stron zgłaszających, jak również na rzecz osób trzecich będących operatorami sieci komórkowych („użytkownicy usług”). Przedsiębiorstwo JV Co planuje w szczególności oferować następujące usługi:

a) zapewnienie platformy umożliwiającej świadczenie usług w zakresie transakcji (na przykład w ramach płatności lub sprzedaży biletów) dostępnych w trybie *offline* przy pomocy telefonu komórkowego z technologią *Near Field Communication* („technologia NFC”), jak również w trybie *online* za pośrednictwem Internetu („platforma mobilnego portfela”) <sup>(3)</sup>. Platforma portfela mobilnego ma wspierać świadczenie różnych usług w zakresie technologii NFC, w tym obsługi płatności w sklepach, sprzedaży biletów oraz usług dostępu, jak również usług w zakresie bonów i usług lojalnościowych, które umożliwiają oferowanie konsumentom bonów elektronicznych („transakcje”). Wspomniane usługi mają być świadczone na rzecz podmiotów handlowych, w tym na rzecz banków, innych emitentów kart płatniczych (kart kredytowych, debetowych, z zapisaną wartością itd.), emitentów kart lojalnościowych, emitentów biletów i innych detalistów („dostawcy usług”);

b) świadczenie i zamawianie usług w zakresie platformy marketingu mobilnego w celu zapewnienia jednego punktu kontaktowego dla reklamodawców i agencji medialnych, które chcą opracowywać kampanie reklamowe skierowane do klientów operatorów sieci komórkowych i wirtualnych operatorów sieci komórkowych (łącznie „operatorów sieci komórkowych”) poprzez wiadomości typu *push*, kupony lub bony, bądź poprzez sprzedaż powierzchni reklamowych;

<sup>(3)</sup> Istnieją dwa podejścia do tego, co powszechnie określa się jako mobilny portfel: (i) portfel-kontener: portfel-kontener oferuje konsumentowi co najmniej przegląd wszystkich aplikacji, które zostały wczytane do elementu bezpieczeństwa, i pozwala mu wybrać, które karty płatnicze mają być aktywne, a które nieaktywne, oraz ustalić ich priorytetowość. Taki mobilny portfel służy do przechowywania wszystkich wirtualnych kart płatniczych konsumenta (komponent graficznego interfejsu użytkownika) i umożliwia konfigurację elementów bezpieczeństwa (komponent techniczny) nawet od różnych emitentów kart w podobny sposób jak w przypadku, gdy konsument posiada kilka materialnych kart płatniczych w swoim skórzanym portfelu; (ii) portfel ukierunkowany na aplikacje: zawiera tylko jedną aplikację, w której można uwzględnić kilka kart, jednak wydanych przez tego samego emitenta. W związku z tym karta należąca do indywidualnego dostawcy usług jest widoczna jako pojedyncza aplikacja w telefonie komórkowym. W świecie rzeczywistym jej odpowiednikiem jest karta plastikowa.

c) świadczenie usług w zakresie analityki danych na rzecz transakcji przedsiębiorstwa JV Co oraz odbiorców reklam w odniesieniu do danych zgromadzonych zarówno w ramach usług w zakresie transakcji, jak i usług reklamowych <sup>(4)</sup>.

### III. RYNKI WŁAŚCIWE

#### 3.1. Właściwe rynki produktowe

##### **Rynek usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela**

(10) Dla usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela <sup>(3)</sup> można zdefiniować rynek właściwy, który różni się od rynku detalicznej dystrybucji usług mobilnego portfela świadczonych na rzecz klientów. Na potrzeby niniejszej decyzji kwestia ta może jednak pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji przy przyjęciu jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku produktowego.

##### **Rynek usług w zakresie bezpiecznego przechowywania**

(11) W ramach mobilnego portfela wymaga się bezpiecznego przechowywania informacji, w szczególności danych uwierzytelniających płatności. Zasadniczo takie przechowywanie można zapewnić za pomocą różnych środków, takich jak przechowywanie w chmurze i przechowywanie w elemencie bezpieczeństwa (ang. *secure element*), który może być umieszczony w telefonie komórkowym lub na nim.

(12) Komisja nie wyklucza, że można dokonać rozróżnienia między rynkiem świadczenia usług hurtowych w zakresie platformy mobilnego portfela a rynkiem usług w zakresie

<sup>(4)</sup> Przedsiębiorstwo JV Co działałoby również jako podmiot przetwarzający transakcje wirtualne, umożliwiając detalistom analizowanie działalności detalicznej konsumentów. Przedsiębiorstwo JV Co tak naprawdę samo nie przetwarzałoby żadnych transakcji. Zamiast tego przedsiębiorstwo JV Co współpracowałoby z istniejącymi osobami trzecimi, które są podmiotami przetwarzającymi transakcje, i działałoby jako pośrednik do celów gromadzenia podstawowych informacji na temat zakupów *online* i fizycznych dokonywanych przez użytkowników mobilnego portfela, w tym konkretnych informacji szczegółowych dotyczących użytkownika. Przedsiębiorstwo JV Co przekazywałoby następnie informacje z powrotem do właściwego handlowca w ramach usługi dodanej. Mimo iż nie chodzi tu o właściwy rynek produktowy (ponieważ usługi przedsiębiorstwa JV Co w zakresie podmiotu przetwarzającego transakcje wirtualne nie są świadczone w formie odrębnej oferty produktowej), usługi takie wiążą się z elementami reklamy i analityki danych przedsiębiorstwa JV Co.

<sup>(5)</sup> Szereg przedsiębiorstw (Ericsson, Microsoft itd.) oferuje tzw. mobilne portfele typu *white label*. Przedsiębiorstwa te dążyły do zapewnienia uczestnikom rynku infrastruktury IT ułatwiającej dokonywanie transakcji, realizację bonów oraz analitykę danych w celu wprowadzenia markowego portfela. Świadczenie usług w zakresie portfeli typu *white label* przypomina w związku z tym ofertę platformy mobilnego portfela, którą właśnie przedsiębiorstwo JV Co chce złożyć osobie trzeciej będącej (wirtualnym) operatorem sieci komórkowej. Ponadto przedsiębiorstwa te, podobnie jak przedsiębiorstwo JV Co, prowadzą działalność jedynie na poziomie hurtowym i w związku z tym kwestia świadczenia usług dotycząca rynku usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela różniłaby się zasadniczo od tej dotyczącej rynku detalicznej dystrybucji usług w zakresie mobilnego portfela świadczonych na rzecz klientów końcowych.

samego bezpiecznego przechowywania. Rynek usług w zakresie bezpiecznego przechowywania obejmowałby jednak nie tylko zapewnianie bezpiecznego przechowywania na kartach SIM, ale także przynajmniej zapewnianie bezpiecznego przechowywania na wbudowanych elementach bezpieczeństwa oraz ewentualnie na elementach bezpieczeństwa na urządzeniach dołączonych do telefonu komórkowego, jak również rozwiązania oparte na chmurze.

- (13) W każdym razie na potrzeby niniejszej decyzji kwestia, czy rynek usług w zakresie bezpiecznego przechowywania obejmuje również bezpieczne przechowywanie na elementach bezpieczeństwa na urządzeniach dołączonych do telefonu komórkowego lub rozwiązania oparte na chmurze, może jednak pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji przy przyjęciu jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku produktowego.

#### **Rynek detalicznej dystrybucji usług mobilnego portfela świadczonych na rzecz klientów**

- (14) Strony zgłaszające są zdania, że istnieje rynek niższego szczebla w odniesieniu do detalicznej dystrybucji usług mobilnego portfela świadczonych na rzecz klientów. Przedsiębiorstwo JV Co nie będzie obecne na tym rynku. Zamiast tego oferta przedsiębiorstwa JV Co dotycząca usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela umożliwi stronom zgłaszającym i innym użytkownikom usług oferowanie zindywidualizowanego portfela mobilnego na zasadzie detalicznej w oparciu o pierwotną platformę mobilnego portfela dostarczaną przez przedsiębiorstwo JV Co.

- (15) Podczas badania rynku Komisja oceniła w szczególności:

- czy rynek detaliczny świadczenia usług mobilnego portfela (w tym m-płatności zarówno w trybie *offline*, jak i *online*) stanowiłby rynek odrębny od istniejących usług w zakresie płatności *online* (dokonywanych za pomocą kart kredytowych/debetowych/systemu PayPal itd., za pośrednictwem Internetu w komputerze stacjonarnym, tablecie lub telefonie komórkowym);
- czy rynek detaliczny usług mobilnego portfela (w tym m-płatności zarówno w trybie *offline*, jak i *online*) stanowiłby rynek odrębny od istniejących usług w zakresie płatności *offline* (karty kredytowe i debetowe z technologią NFC oraz tradycyjne sposoby płatności, takie jak karty kredytowe, debetowe i gotówka);
- czy rynek detaliczny usług mobilnego portfela należy następnie podzielić na m-płatności w trybie *offline* i *online*.

- (16) Komisja jest zdania, że istniejące obecnie metody płatności *online* oraz m-płatności mogą należeć do innych właściwych rynków produktowych. Na potrzeby niniejszej decyzji kwestia, czy obecnie istniejące metody płatności *online* są częścią tego samego rynku co metody

m-płatności, może jednak pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji przy przyjęciu jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku produktowego.

- (17) Jeżeli chodzi o m-płatności, Komisja jest zdania, że w dającej się przewidzieć przyszłości będą one prawdopodobnie w dalszym ciągu współistnieć ze stacjonarnymi sposobami płatności, w tym z kartami kredytowymi i debetowymi z technologią NFC oraz bez tej technologii. Konsumenty będą chcieli w dalszym ciągu korzystać z szeregu sposobów płatności, co zachęci dostawców sposobów płatności i detalistów do dalszego dostarczania i akceptowania sposobów płatności stosowanych przez ich klientów. Nawet jeżeli wspomniane sposoby płatności mają cechy, które odróżniają je od m-płatności, najprawdopodobniej istnieje określony stopień substytucyjności, szczególnie między m-płatnościami a kartami kredytowymi i debetowymi z technologią NFC, co sugeruje, że istniejące obecnie sposoby płatności *offline* mogą wywierać presję konkurencyjną na detalicznych dostawców usług w zakresie m-płatności. To z kolei wywrze pośrednią presję konkurencyjną na hurtowych dostawców usług w zakresie platform mobilnego portfela. Na potrzeby niniejszej decyzji kwestia, czy płatności *offline* są częścią tego samego rynku co m-płatności, może jednak pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji przy przyjęciu jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku produktowego.

- (18) Ponadto Komisja jest zdania, że m-płatności w trybie *online* i *offline* prawdopodobnie nie są częścią tego samego właściwego rynku produktowego, przynajmniej w chwili obecnej. Chociaż rozwój w perspektywie krótko-/średnioterminowej nie jest całkowicie oczywisty<sup>(6)</sup>, na potrzeby niniejszej decyzji kwestia, czy m-płatności *online* i *offline* są częścią tego samego rynku, może jednak pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji przy przyjęciu jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku produktowego.

#### **Rynek usług reklamowych**

- (19) Przedsiębiorstwo JV Co ma działać jako pośrednik w sprzedaży cyfrowych narzędzi reklamowych: ma zapewniać reklamodawcom, agencjom i innym podmiotom „punkt kompleksowej obsługi” w zakresie dostarczania kuponów i ofert lub branżowych kampanii reklamowych na telefony komórkowe wyrażających na to zgodę klientów wszystkich uczestniczących (wirtualnych) operatorów sieci komórkowych w ramach jednej kampanii.

<sup>(6)</sup> Jest to zgodne z zieloną księgą Komisji „W kierunku zintegrowanego europejskiego rynku płatności realizowanych przy pomocy kart płatniczych, przez Internet i za pośrednictwem urządzeń przenośnych”, w której stwierdzono, że linia podziału między płatnościami elektronicznymi a płatnościami mobilnymi jest nieostra, a w przyszłości podział ten może się jeszcze bardziej zacierać. Zob. pkt 2.4 zielonej księgi pod adresem: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011DC0941:PL:NOT>



(20) Przedsiębiorstwo JV Co ma oferować w szczególności następujące usługi:

- a) wiadomości SMS typu *push*: przedsiębiorstwo JV Co wysyłałoby wiadomości SMS do klientów uczestniczących (wirtualnych) operatorów sieci komórkowych, którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie ofert lub wiadomości marketingowych;
- b) inteligentne grupowe wiadomości SMS: przedsiębiorstwo JV Co wysyłałoby wiadomości do wyrażających na to zgodę samych klientów reklamodawcy z warstwą dodatkowych danych/elementów, aby zwiększyć skuteczność kampanii. Przedsiębiorstwo JV Co ma świadczyć standardowe usługi w zakresie grupowych wiadomości SMS jedynie w ramach dodatkowej działalności, tj. bez warstwy inteligentnej;
- c) oferty typu *pull*: przedsiębiorstwo JV Co zapewniłoby reklamodawcom i agencjom dostęp do platform, takich jak aplikacje (wirtualnych) operatorów sieci komórkowych lub mobilny portfel przedsiębiorstwa JV Co, aby umożliwić umieszczanie ofert lub informacji w lokalizacji, do odwiedzania której będzie się zachęcać konsumentów poszukujących takich usług, zamiast wysłać do nich oferty i informacje za pośrednictwem wiadomości SMS/MMS typu *push* lub reklam na wyświetlaczu;
- d) reklamy wyświetlane w zasobach (wirtualnych) operatorów sieci komórkowych: przedsiębiorstwo JV Co zapewniłoby reklamodawcom opcje reklamowania obejmujące reklamy na wyświetlaczu, reklamy banerowe, wyskakujące okna reklamy itd. we wszystkich mobilnych lokalizacjach należących do (wirtualnych) operatorów sieci komórkowych, tj. w mobilnym portfelu, portalach mobilnych oraz w aplikacjach;
- e) kupony i bony: przedsiębiorstwo JV Co umożliwiłoby emisję kuponów i bonów za pośrednictwem przesyłania wiadomości i innych środków, ich realizację *online* oraz w lokalizacjach detalicznych za pośrednictwem portfela mobilnego przedsiębiorstwa JV Co lub innych aplikacji mobilnych, a także w stosownych przypadkach namierzanie takich realizacji.

(21) Przedsiębiorstwo JV Co nie będzie prowadzić działalności w zakresie innych rodzajów reklamy mobilnej (takich jak np. świadczenie usług w zakresie pośrednictwa w reklamie związanej z wyszukiwaniem), które nie zostały w związku z tym omówione w niniejszej decyzji.

#### **Rynek usług pośrednictwa w zakresie reklamy mobilnej**

(22) Według stron zgłaszających rynkiem produktowym właściwym dla oceny utworzenia przedsiębiorstwa JV Co jest rynek świadczenia usług pośrednictwa w zakresie reklamy cyfrowej w Zjednoczonym Królestwie, z uwzględnieniem wszystkich rodzajów reklamy cyfrowej (czy to przesyłania wiadomości marketingowych za pośrednictwem wiadomości e-mail, SMS lub powiadomienia *push*; czy reklam internetowych związanych z wyszukiwaniem lub niezwiązanych z wyszukiwaniem), przekazywanych poprzez stałe łącza internetowe i poprzez urządzenia łączności ruchomej (i w istocie przez urządzenia pośredniczące, takie jak laptopy i tablety).

(23) W ramach poprzedniej praktyki Komisja rozróżniała między udostępnianiem miejsc na reklamę w Internecie a udostępnianiem miejsc na reklamę *offline* (7). Komisja omówiła także kwestię, czy rynek reklamy internetowej można podzielić na usługi związane z wyszukiwaniem i niezwiązane z wyszukiwaniem, ale ostatecznie pozostała tę kwestię otwartą, ponieważ transakcja nie wywołała obaw dotyczących konkurencji w ramach jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku produktowego (8).

(24) Na potrzeby niniejszej decyzji kwestia, czy reklama mobilna stanowi odrębny rynek od reklamy internetowej (związanej z wyszukiwaniem lub niezwiązanej z wyszukiwaniem), czy też jest częścią szerszego rynku, może jednak pozostać otwarta, ponieważ jest mało prawdopodobne, aby przedmiotowe działanie doprowadziło do znaczącego utrudnienia skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek możliwej definicji rynku produktowego.

#### *Przesyłanie ukierunkowanych wiadomości marketingowych w ramach reklamy mobilnej*

(25) Na potrzeby niniejszej decyzji kwestia, czy przesyłanie wiadomości marketingowych w ramach reklamy mobilnej stanowi odrębny rynek od reklamy mobilnej związanej z wyszukiwaniem i niezwiązanej z wyszukiwaniem, czy też jest częścią szerszego rynku, może jednak pozostać otwarta, ponieważ jest mało prawdopodobne, aby przedmiotowe działanie doprowadziło do znaczącego utrudnienia skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek możliwej definicji rynku produktowego.

#### *Istnienie odrębnych sektorów rynku w ramach przesyłania ukierunkowanych wiadomości marketingowych*

(26) Komisja oceniła także kwestię, czy w ramach przesyłania ukierunkowanych wiadomości marketingowych wiadomości SMS typu *push* i inteligentne grupowe wiadomości SMS, z jednej strony, oraz powiadomienia IP typu *push*, z drugiej, stanowią odrębne rynki.

(27) Na potrzeby niniejszej decyzji kwestia, czy różne rodzaje przesyłania ukierunkowanych wiadomości marketingowych stanowią odrębne rynki, czy też są częścią szerszego rynku, może jednak pozostać otwarta, ponieważ jest mało prawdopodobne, aby przedmiotowe działanie doprowadziło do znaczącego utrudnienia skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek możliwej definicji rynku produktowego.

#### *Pośrednictwo w zakresie reklamy mobilnej a sprzedaż bezpośrednia*

(28) Przedsiębiorstwo JV Co będzie pośrednikiem w ukierunkowanym przesyłaniu wiadomości marketingowych, reklamie niezwiązanej z wyszukiwaniem i innych formach reklamy w telefonach komórkowych (takich jak kupony i bony).

(29) Na podstawie badania rynku Komisja stwierdziła, że sprzedaż bezpośrednia reklamy mobilnej w znaczącym

(7) Zob. decyzję Komisji z dnia 11 marca 2008 r. w sprawie COMP/M.4731 – Google/DoubleClick.

(8) Porównaj: przypis 7.

stopniu ogranicza sprzedaż z udziałem pośredników. W każdym wypadku, na potrzeby niniejszej decyzji kwestia, czy istnieją odrębne rynki bezpośredniej sprzedaży reklamy mobilnej i jej sprzedaży z udziałem pośredników, czy też są one częścią szerszego rynku, może jednak pozostać otwarta, ponieważ jest mało prawdopodobne, aby przedmiotowe działanie doprowadziło do znaczącego utrudnienia skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek możliwej definicji rynku produktowego.

#### Wniosek ogólny

- (30) Na podstawie powyższego stwierdzono w odniesieniu do działalności reklamowej przedsiębiorstwa JV Co, że dokładna definicja rynku produktowego może pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku produktowego.

#### Rynek usług sprzedaży detalicznej i hurtowej grupowych wiadomości SMS

- (31) Sprzedaż detaliczna grupowych wiadomości SMS to usługa umożliwiająca przedsiębiorstwom (takim jak detaliści lub instytucje finansowe) wysyłanie dużej liczby wiadomości tekstowych do ich klientów (pod warunkiem, że wyrazili oni zgodę na otrzymywanie takich wiadomości na swoich telefonach komórkowych). Może być wykorzystana do wysyłania wiadomości marketingowych, ale obecnie wykorzystuje się ją głównie do ogólnej komunikacji z klientami. Przykładowo bank może wykorzystać usługę sprzedaży detalicznej grupowych wiadomości SMS w celu wysłania do klientów miniwyciągu z konta bankowego lub ostrzeżenia o oszustwie.
- (32) Dostarczenie wiadomości za pośrednictwem wiadomości SMS do ich docelowych odbiorców wymaga połączenia z co najmniej jedną siecią telefonii ruchomej i fizycznego przekazania tych wiadomości do właściwych abonentów mobilnych. Usługę taką nazywa się hurtowym dostarczaniem grupowych wiadomości SMS. Usługa składa się z dwóch głównych elementów: po pierwsze z przekazania wiadomości od nadawcy (JV Co lub agregatora do sieci telefonii ruchomej, której abonentem jest docelowy odbiorca – sieci macierzystej), a po drugie z przekazania jej przez sieć macierzystą do telefonu komórkowego odbiorcy.
- (33) Strony zgłaszające uznają, że istnieje odrębny rynek usług sprzedaży detalicznej grupowych wiadomości SMS i usług sprzedaży hurtowej grupowych wiadomości SMS, co stanowi czynnik produkcji wyższego szczebla w odniesieniu do świadczonych przez przedsiębiorstwo JV Co usług przesyłania wiadomości marketingowych.
- (34) Na podstawie badania rynku usługi sprzedaży detalicznej grupowych wiadomości SMS stanowią odrębny rynek od bezpośredniego przesyłania wiadomości marketingowych. Te pierwsze są niższym szczeblem w stosunku do możliwego rynku świadczenia usług hurtowych w zakresie grupowych wiadomości SMS. Na potrzeby obecnej decyzji dokładna definicja rynku może jednak pozostać otwarta, ponieważ jest mało prawdopodobne, aby przedmiotowe działanie doprowadziło do znaczącego utrudnienia skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek możliwej definicji rynku produktowego.

#### Rynek usług w zakresie analizy danych

- (35) Oprócz transakcji i usług reklamowych przedsiębiorstwo JV Co będzie także oferować swoim klientom usługi w zakresie analizy danych. Strony zgłaszające nie zakładają, że przedsiębiorstwo JV Co będzie oferować usługi w zakresie analizy danych jako produkty niezależne. Przedsiębiorstwo JV Co zamierza gromadzić i analizować dane wygenerowane w ramach jego transakcji i usług reklamowych, aby zapewnić swoim klientom cenny wgląd w zachowania konsumentów. Działalność przedsiębiorstwa JV Co w zakresie analizy danych będzie składać się z trzech głównych elementów: analiz w zakresie sprawozdawczości, analiz działalności gospodarczej, analiz w zakresie lojalności.
- (36) W opinii stron zgłaszających przedsiębiorstwo JV Co będzie aktywne na rynku świadczenia usług w zakresie analizy danych w odniesieniu do usług w zakresie reklamy internetowej i reklamy *offline* oraz transakcji. Nie uważają one, aby w niniejszym przypadku konieczne było dzielenie ogólnego rynku świadczenia usług w zakresie analizy danych.
- (37) W kontekście obecnego działania Komisja oceniła, czy może istnieć odrębny rynek produktowy dla świadczenia usług w zakresie analizy danych w odniesieniu do reklamy mobilnej.
- (38) Komisja oceniła ponadto, czy w środowisku mobilnym mogą istnieć odrębne rynki usług w zakresie badań rynku (ukierunkowanych na zmierzenie i zrozumienie zachowań nabywczych konsumentów) i usług w zakresie informacji rynkowych (ukierunkowanych na dostarczenie danych dotyczących indywidualnych konsumentów, takich jak wiek, grupa społeczna, działalność, adres itp. na potrzeby bezpośredniego marketingu).
- (39) W każdym wypadku na potrzeby niniejszej decyzji dokładna definicja rynku produktowego może jednak pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku produktowego.

#### Rynek usług detalicznych w zakresie telefonii ruchomej

- (40) Na tym rynku operatorzy sieci komórkowych sprzedają klientom końcowym krajowe i międzynarodowe połączenia głosowe, wiadomości SMS (w tym MMS), Internet mobilny wraz z usługami w zakresie danych i z dostępem do treści poprzez sieć telefonii ruchomej.
- (41) We wcześniejszych decyzjach<sup>(9)</sup> Komisja nie dokonała dalszego podziału rynku świadczenia usług w zakresie

<sup>(9)</sup> Zob. decyzję Komisji z dnia 1 marca 2012 r. w sprawie COMP/M.5650 – *T-Mobile/Orange*, pkt 24; decyzję Komisji z dnia 27 listopada 2007 r. w sprawie COMP/M.4947 – *Vodafone/Tele2 Italy/Tele2 Spain*, pkt 14; decyzję Komisji z dnia 26 kwietnia 2006 r. w sprawie COMP/M.3916 – *T-Mobile Austria/Telering*, pkt 18; decyzję Komisji z dnia 24 września 2004 r. w sprawie COMP/M.3530 – *TeliaSonera/Orange*, pkt 13 i decyzję Komisji z dnia 16 września 2003 r. w sprawie COMP/M.3245 – *Vodafone/Singlepoint*, pkt 12.

łączności ruchomej według rodzaju klienta (biznesowy lub indywidualny, abonent lub korzystający z karty przedpłaconej) bądź według technologii sieci (2G/GSM lub 3G/UMTS). Komisja oceniła zatem poprzednie sprawy na podstawie jednolitego rynku świadczenia na rzecz klientów końcowych usług w zakresie łączności ruchomej.

- (42) Na potrzeby niniejszej decyzji kwestia, czy istnieją odrębne sektory rynku w odniesieniu do świadczenia na rzecz klientów końcowych usług w zakresie łączności ruchomej, może pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku produktowego.

### 3.2. Właściwe rynki geograficzne

#### **Rynek usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela**

- (43) Strony zgłaszające uznają, że właściwy rynek geograficzny usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela ma co najmniej zakres krajowy, obejmujący całe Zjednoczone Królestwo.
- (44) Na podstawie badania rynku Komisja uznaje, iż w niniejszym przypadku zakres geograficzny usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela wydaje się być co najmniej krajowy (Zjednoczone Królestwo), a możliwe, że szerszy niż krajowy. Kwestia, czy zakres geograficzny rynku usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela jest szerszy niż krajowy, może jednak pozostać otwarta, ponieważ działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek właściwej definicji rynku geograficznego.

#### **Rynek usług w zakresie bezpiecznego przechowywania**

- (45) Strony zgłaszające nie rozważały rynku usług w zakresie bezpiecznego przechowywania ani jego zakresu geograficznego.
- (46) Świadczenie usług w zakresie bezpiecznego przechowywania z wykorzystaniem elementów bezpieczeństwa opartych na kartach SIM wydaje się silnie połączone ze świadczeniem usług detalicznych w zakresie telefonii ruchomej – z rynkami, których zakres geograficzny w poprzednich decyzjach Komisja uznała za krajowy<sup>(10)</sup>.
- (47) Z drugiej strony świadczenie usług w dziedzinie bezpiecznego przechowywania z wykorzystaniem elementów bezpieczeństwa ma wyraźnie szerszy zakres geograficzny, ponieważ twórcy wbudowanych elementów

bezpieczeństwa, w szczególności producenci oryginalnego wyposażenia (OEM) i dostawcy systemów operacyjnych oraz ewentualnie twórcy zewnętrznych elementów bezpieczeństwa i technologii bezpiecznego przechowywania w chmurze prowadzą działalność na skalę światową. Z tego powodu mają oni możliwość zawarcia umowy o świadczenie usług w zakresie bezpiecznego przechowywania z detalicznymi dostawcami usług portfela mobilnego lub hurtowymi dostawcami platform mobilnego portfela na większą skalę niż krajowa.

- (48) Komisja jest zdania, że w niniejszym przypadku wydaje się, iż możliwy rynek świadczenia usług w zakresie bezpiecznego przechowywania ma co najmniej krajowy zakres geograficzny (Zjednoczone Królestwo). Na potrzeby tego działania dokładna definicja rynku geograficznego w odniesieniu do możliwego rynku może jednak pozostać otwarta, ponieważ działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek właściwej definicji rynku geograficznego.

#### **Rynek detalicznej dystrybucji usług mobilnego portfela świadczonych na rzecz klientów**

- (49) Strony zgłaszające uznają, że właściwy zakres geograficzny rynku detalicznej dystrybucji usług mobilnego portfela jest co najmniej krajowy. Nie przewidują one aktywnego oferowania portfeli mobilnych konsumentom poza Zjednoczonym Królestwem, biorąc pod uwagę fakt, że karty płatnicze i usługi, które mają być oferowane za pośrednictwem mobilnego portfela, będą odnosić się do usługodawców w Zjednoczonym Królestwie.
- (50) Strony zgłaszające spodziewają się jednak, że ich konkurenci, tacy jak Google i PayPal, będą oferować te usługi klientom w różnych państwach<sup>(11)</sup>, a zatem będą działać na skalę globalną. Są one zdania, że chociaż nie ma podstawy do identyfikacji rynków regionalnych lub lokalnych, kwestia tego, czy właściwy rynek detalicznej dystrybucji usług mobilnego portfela świadczonych na rzecz klientów może być szerszy niż krajowy, może pozostać otwarta.
- (51) Na podstawie badania rynku Komisja jest zdania, że w niniejszym przypadku wydaje się, iż rynek detalicznej dystrybucji usług mobilnego portfela ma co najmniej krajowy (Zjednoczone Królestwo) zakres geograficzny. Na potrzeby tej sprawy dokładna definicja rynku geograficznego w odniesieniu do detalicznej dystrybucji usług portfela mobilnego świadczonych na rzecz klientów może jednak pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek właściwej definicji rynku geograficznego.

<sup>(10)</sup> Zob. decyzję Komisji z dnia 24 września 2004 r., sprawa COMP/M.3530 – *TeliaSonera AB/Orange AS*, pkt 16 i decyzję Komisji z dnia 24 października 2005 r., sprawa COMP/M.3920 – *France Télécom/Amena*, pkt 20.

<sup>(11)</sup> Strony zgłaszające dążą ponadto do tego, aby mobilny portfel przedsiębiorstwa JV Co był interoperacyjny w stosunku do różnych projektów portfeli w innych państwach członkowskich UE, co pozwoliłoby użytkownikom na korzystanie ze swoich mobilnych portfeli podczas podróży po Unii Europejskiej (i ewentualnie innych miejscach).



### **Rynek usług reklamowych**

- (52) W odniesieniu do usług reklamowych świadczonych przez przedsiębiorstwo JV Co (i możliwych sektorów rynku) strony zgłaszające twierdzą, że definicja rynku geograficznego obejmuje co najmniej Zjednoczone Królestwo, jeżeli nie jest szersza.
- (53) Mając na uwadze badanie rynku, Komisja stwierdza, że wydaje się, iż rynek geograficzny usług reklamowych i jego możliwe sektory mają zakres krajowy (Zjednoczone Królestwo). Na potrzeby niniejszej decyzji dokładna definicja rynku geograficznego może jednak pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek możliwej definicji rynku geograficznego.

### **Rynek usług sprzedaży detalicznej i hurtowej grupowych wiadomości SMS**

- (54) Strony zgłaszające uznają, że właściwy zakres geograficzny rynku usług sprzedaży detalicznej grupowych wiadomości SMS ma co najmniej zakres krajowy, obejmujący całe Zjednoczone Królestwo.
- (55) Wydaje się, że zakres geograficzny (możliwego) rynku usług sprzedaży detalicznej grupowych wiadomości SMS jest krajowy (Zjednoczone Królestwo) lub ewentualnie szerszy; (możliwy) rynek usług sprzedaży hurtowej grupowych wiadomości SMS wydaje się szerszy niż krajowy.
- (56) W odniesieniu do rynku zarówno usług sprzedaży detalicznej, jak i hurtowej grupowych wiadomości SMS w niniejszym przypadku dokładna definicja rynku geograficznego może pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku geograficznego.

### **Rynek usług w zakresie analizy danych**

- (57) Strony zgłaszające uznają, że zakres geograficzny rynku usług w zakresie analizy danych (i jego właściwych sektorów) jest co najmniej krajowy, obejmujący całe Zjednoczone Królestwo.
- (58) Na potrzeby obecnej decyzji dokładna definicja rynku geograficznego może jednak pozostać otwarta, ponieważ przedmiotowe działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek alternatywnej definicji rynku geograficznego.

### **Rynek usług detalicznych w zakresie telefonii ruchomej**

- (59) W poprzednich decyzjach<sup>(12)</sup> Komisja uznała, że właściwy rynek geograficzny świadczenia usług telekomunikacji mobilnej na rzecz klientów końcowych

(i jakiegokolwiek jego możliwe sektory) mają zakres krajowy. Wynika to z faktu, że taryfy mobilne działają na skalę krajową i że regulacja (taka jak przeznaczenie widma, numeracja i zakończenie połączenia w sieci komórkowej) również jest prowadzona na skalę krajową.

- (60) Komisja stwierdza zgodnie z poprzednimi decyzjami, że rynek geograficzny ogranicza się do Zjednoczonego Królestwa.

## **IV. OCENA WPŁYWU NA KONKURENCJĘ**

### **4.1. Wprowadzenie**

- (61) Na podstawie art. 2 ust. 2 i 3 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw Komisja musi ocenić, czy proponowana koncentracja stanowiłaby znaczne utrudnienie dla skutecznej konkurencji na wspólnym rynku lub jego znacznej części<sup>(13)</sup>. W tym zakresie Komisja oceniła wszystkie rynki, na które miało wpływ przedmiotowe działanie.
- (62) Jeżeli chodzi o kwestie usług w zakresie transakcji mobilnych, właściwymi rynkami w odniesieniu do oceny działania są rynek wyższego szczebla dla świadczenia usług hurtowych w zakresie platformy portfela mobilnego, rynek dostępu do bezpiecznego przechowywania, rynek niższego szczebla detalicznej dystrybucji portfeli mobilnych do klientów i rynek usług detalicznych w zakresie telefonii ruchomej. Wszystkie te rynki mają zakres geograficzny, który obejmuje co najmniej Zjednoczone Królestwo i może być szerszy<sup>(14)</sup>.
- (63) Jeżeli chodzi o usługi reklamowe świadczone przez przedsiębiorstwo JV Co, właściwymi rynkami dla oceny wpływu na konkurencję są rynek pośrednictwa w zakresie reklamy mobilnej i jego możliwe sektory, a także rynek usług sprzedaży hurtowej i detalicznej grupowych wiadomości SMS. Ponadto rynek usług w zakresie analizy danych i jego możliwe sektory są także istotne dla oceny wpływu na konkurencję w niniejszym przypadku.
- (64) Komisja skoncentrowała swoje badanie rynku głównie na ocenie prawdopodobieństwa wystąpienia osłabienia konkurencyjności, będącego skutkiem działania i wynikającego z możliwych strategii utrudnienia dostępu, szczególnie biorąc pod uwagę silne pozycje, jakie mają razem strony zgłaszające na rynku detalicznym telefonii ruchomej w Zjednoczonym Królestwie. Dlatego w niniejszej sekcji najpierw dokona się oceny możliwych skutków niehoryzontalnych działania w przypadku rynków mobilnych portfeli i grupowych wiadomości SMS, a następnie zbada możliwe skutki horyzontalne działania w przypadku rynków świadczenia usług hurtowych w zakresie platform mobilnych portfeli i rynków usług w zakresie reklamy mobilnej oraz usług w zakresie analizy danych.

<sup>(12)</sup> Zob. decyzję Komisji z dnia 1 marca 2012 r. w sprawie COMP/M.5650 – *T-Mobile/Orange*, pkt 25; decyzję Komisji z dnia 20 sierpnia 2007 r. w sprawie COMP/M.4748 – *T-Mobile/Orange Netherlands*, pkt 16 i decyzję Komisji z dnia 26 kwietnia 2006 r. w sprawie COMP/M.3916 – *T-Mobile Austria/Telering*, pkt 19.

<sup>(13)</sup> Zob. rozporządzenie Rady (WE) nr 139/2004 z dnia 20 stycznia 2004 r. w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw (Dz.U. L 24 z 29.1.2004, s. 1).

<sup>(14)</sup> Ocena wpływu na konkurencję jest przeprowadzana na rynku obejmującym całe Zjednoczone Królestwo. Na jakimkolwiek szerszym rynku geograficznym osiągnięto by podobne wnioski stwierdzające brak jakichkolwiek istotnych utrudnień dla skutecznej konkurencji.

(65) W odniesieniu do oceny możliwych skutków horyzontalnych Komisja uznała, że w przypadku działania sytuacja ta nie ma miejsca. Na podstawie wyniku badania rynku Komisja uznaje, że strony zgłaszające byłyby w stanie (i do pewnego stopnia już są w stanie) oferować swoje usługi komercyjne oferowane poprzez urzędnika przeznaczone bez przedsiębiorstwa JV Co<sup>(15)</sup>. Na potrzeby niniejszej decyzji rozstrzygnięcie tej kwestii nie jest jednak konieczne, ponieważ działanie nie będzie znacząco utrudniać skutecznej konkurencji w ramach jakiegokolwiek scenariusza alternatywnego.

#### 4.2. Skutki niehoryzontalne – skutki wertykalne

##### Wprowadzenie

(66) W niniejszej decyzji Komisja ustala, czy strony zgłaszające mogą wykorzystać swoją silną pozycję zbiorową na rynku usług detalicznych w zakresie telefonii ruchomej (i na jakichkolwiek jego możliwych sektorach), aby znacząco utrudnić innym potencjalnym nowym uczestnikom rynku na rynku hurtowej platformy mobilnego portfela dostęp do oferowania konkurencyjnych usług platformy mobilnego portfela. Zgodnie z wytycznymi w sprawie połączeń niehoryzontalnych możliwe są dwa rodzaje utrudnienia dostępu: utrudnienie dostępu do czynników produkcji i utrudnienie dostępu do rynków zbytu<sup>(16)</sup>. W bieżącym przypadku Komisja ocenia prawdopodobieństwo zaistnienia strategii mającej utrudnić dostęp pod względem technicznym lub handlowym do czynników produkcji niezbędnych do zapewnienia produktów mobilnego portfela oferowanych konsumentom końcowym; te niezbędne czynniki produkcji to elementy bezpieczeństwa, a także umieszczanie na telefonie komórkowym aplikacji umożliwiających działanie mobilnego portfela. Takie utrudnianie dostępu do czynników produkcji może zaszkodzić warunkom konkurencji panującym na rynku usług hurtowych w zakresie platformy mobilnego portfela lub pogorszyć je (na przykład poprzez doprowadzenie do wzrostu cen dla dostawców usług), a ponadto wpłynie na warunki konkurencji na detalicznym rynku niższego szczebla w zakresie mobilnego portfela. Z tego powodu Komisja bada poniżej możliwości i zachętę stron zgłaszających do zaangażowania się w takie utrudnianie dostępu do czynników produkcji.

- (67) Komisja zbadała w szczególności, czy strony zgłaszające:
- miały możliwości techniczne w zakresie znaczącego utrudnienia dostępu dostawcom konkurencyjnego mobilnego portfela za pomocą szeregu potencjalnych środków;
  - miały możliwości i zachętę do zaangażowania się w handlowe utrudnienie dostępu dostawcom konkurencyjnego mobilnego portfela za pomocą szeregu potencjalnych środków.

##### Ocena utrudnienia dostępu pod względem technicznym

(68) W odniesieniu do możliwości technicznych w zakresie znaczącego utrudnienia dostępu dostawcom konkurencyjnego mobilnego portfela należy po pierwsze

zauważyć, iż większość respondentów biorących udział w badaniu rynku wyraziła opinię, że strony zgłaszające nie miałyby możliwości technicznych, aby powstrzymać lub ograniczyć zdolności ich konkurentów<sup>(17)</sup> do oferowania usług mobilnego portfela w inny sposób niż poprzez przedsiębiorstwo JV Co<sup>(18)</sup>. Należy również zauważyć, że strony zgłaszające twierdzą, iż przedsiębiorstwo JV Co zapewni dostęp do innych operatorów sieci komórkowej i wirtualnych operatorów sieci komórkowej na warunkach niedyskryminacyjnych<sup>(19)</sup>. W szczególności przedsiębiorstwo JV Co opracuje wszelkie szczegółowe dane techniczne zgodnie ze standardami branżowymi i roześle je w sposób jawny do użytkowników usługi i potencjalnych użytkowników usługi na zasadzie niedyskryminacyjnej<sup>(20)</sup>.

- (69) Wydaje się, że dostęp do elementu bezpieczeństwa ma zasadnicze znaczenie dla funkcjonowania mobilnych portfeli. Chociaż w zasadzie jest możliwe, aby transakcje przeprowadzane przy użyciu telefonu komórkowego były wykonywane za pomocą technik wykorzystujących bezpieczne rozwiązania oparte na oprogramowaniu, w przypadku których dane uwierzytelniające płatności byłyby przechowywane w chmurze, na tym etapie takie rozwiązania uważa się za mniej bezpieczne lub zbyt wolne, aby je stosować w punktach sprzedaży, ponieważ wymagają wprowadzenia nazwy użytkownika i hasła. Takie rozwiązania wydają się opłacalne w perspektywie średnio- lub długoterminowej<sup>(21)</sup>.
- (70) Dlatego Komisja uważa, że obecnie najbardziej prawdopodobne środki dostarczania mobilnych portfeli klientom to stosowanie elementów bezpieczeństwa opartych na karcie SIM lub ewentualnie wbudowanych elementów bezpieczeństwa.
- (71) Komisja ocenia zatem najpierw, czy strony zgłaszające byłyby w stanie znacząco utrudnić konkurentom dostęp do oferowania klientom mobilnego portfela konkurencyjnego w stosunku do tego oferowanego przez przedsiębiorstwo JV Co poprzez odmowę dostępu do elementu bezpieczeństwa znajdującego się w elemencie bezpieczeństwa opartym na karcie SIM.
- (72) Po drugie, zakładając, że odmówiono dostępu do elementu bezpieczeństwa opartego na karcie SIM, Komisja ocenia, czy konkurenci nadal mogliby oferować swoje mobilne portfele poprzez uzyskanie dostępu do alternatywnego elementu bezpieczeństwa wbudowanego w sprzęt telefonu komórkowego lub czy strony zgłaszające byłyby również w stanie znacząco utrudnić konkurentom dostęp do oferowania klientom mobilnego portfela, konkurencyjnego w stosunku do tego oferowanego przez przedsiębiorstwo JV Co poprzez odmowę dostępu do tego alternatywnego wbudowanego elementu bezpieczeństwa.

<sup>(15)</sup> Zob. na przykład odpowiedzi na kwestionariusz Q1 i Q2 z dnia 7 marca 2012 r., pytania 64 i 65.

<sup>(16)</sup> Zob. wytyczne w sprawie oceny niehoryzontalnych połączeń przedsiębiorstw na mocy rozporządzenia Rady w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw (2008/C 265/07), pkt 31 dotyczący definicji utrudnienia dostępu do czynników produkcji.

<sup>(17)</sup> Np. konkurencyjni (wirtualni) operatorzy sieci komórkowej, Google Wallet, Paypal lub inni dostawcy mobilnych portfeli.

<sup>(18)</sup> Odpowiedzi na kwestionariusz Q3 z dnia 7 marca 2012 r., pytanie 7.

<sup>(19)</sup> Zob. odpowiedzi stron zgłaszających na wezwanie Komisji do udzielenia informacji z dnia 13 września 2011 r., pytanie 6.

<sup>(20)</sup> Zob. formularz CO, pkt 994 i 995.

<sup>(21)</sup> Usługi oparte na oprogramowaniu lub chmurze mogą być również stosowane w celu przechowywania danych uwierzytelniających płatności. Jest to nowa i rozwijająca się technologia i nadal nie jest zbyt jasne, w jaki sposób można ją stosować na rynku masowym. Technologia ta stanowi jednak potencjalną alternatywę dla usług świadczonych przez operatora sieci komórkowej.



(73) Ponieważ jest to dopiero formujący się i rozwijający rynek, Komisja zauważa jednak, że jeżeli w przyszłości wejdą na rynek nowe technologie wykorzystujące oprogramowanie, elementy bezpieczeństwa oparte na chmurze, karty micro-SD, naklejki i obudowy NFC lub alternatywne rozwiązania – czego można w uzasadniony sposób oczekiwać, biorąc pod uwagę rozwój technologiczny – będą one stanowić istotną dodatkową konkurencję i w związku z tym wywierać presję konkurencyjną na przedsiębiorstwo JV Co i strony zgłaszające.

*Możliwości techniczne w zakresie utrudnienia dostępu dostawcom konkurencyjnego mobilnego portfela poprzez zamknięcie dostępu do elementów bezpieczeństwa opartych na karcie SIM*

(74) Komisja stwierdza, że strony zgłaszające miałyby możliwości techniczne w zakresie znaczącego utrudnienia dostawcom konkurencyjnego mobilnego portfela dostępu do elementów bezpieczeństwa opartych na karcie SIM w przypadku umów sprzedaży usług telefonii ruchomej podpisywanych z ich klientami (w ramach których zapewniają klientom kartę SIM) w Zjednoczonym Królestwie. Wniosek ten nie uległby zmianie, jeżeli wyznaczony zakres rynku geograficznego wykraczałby poza granice Zjednoczonego Królestwa, ponieważ strony zgłaszające oferują swoje umowy sprzedaży usług telefonii ruchomej głównie klientom zamieszkałym na terenie Zjednoczonego Królestwa.

*Zdolność techniczna do blokowania/pogarszania działania konkurencyjnych mobilnych portfeli posiadających alternatywny element bezpieczeństwa*

(75) Dostawcy konkurencyjnego mobilnego portfela mogą zasadniczo pominąć uzyskiwanie dostępu do elementu bezpieczeństwa opartego na karcie SIM, jeżeli mogą uzyskać dostęp do innych elementów bezpieczeństwa umiejscowionych w telefonie komórkowym w innym miejscu niż wewnątrz karty SIM stron zgłaszających.

(76) Elementy bezpieczeństwa mogą być wbudowane w sprzęt telefonu komórkowego (rozwiązanie proponowane przez kilku producentów oryginalnego wyposażenia<sup>(22)</sup>) sprzedających telefony komórkowe na terenie Zjednoczonego Królestwa) lub umieszczone w urządzeniu zewnętrznym podłączonym do telefonu komórkowego. Przykładowo przedsiębiorstwo Visa już oferuje w Zjednoczonym Królestwie rozwiązanie z zakresu płatności mobilnych przy wykorzystaniu takich elementów bezpieczeństwa.

(77) Bardzo możliwe, że takie rozwiązania alternatywne zostaną wykorzystane przez konkurentów oferujących usługi z zakresu transakcji. Dzięki temu konkurenci mogą proponować swoje produkty klientom stosującym wbudowane elementy bezpieczeństwa, takie jak Google Wallet.

(78) Ze względu na fakt, że najbardziej prawdopodobną alternatywą dla elementu bezpieczeństwa opartego na karcie SIM byłby wbudowany element bezpieczeństwa, Komisja

opiera swoją ocenę dotyczącą utrudniania dostępu pod względem technicznym na możliwościach stron zgłaszających w zakresie obniżenia funkcjonalności konkurencyjnych mobilnych portfeli, które wymagałyby stosowania wbudowanego elementu bezpieczeństwa. Obniżenie to może zasadniczo przyjąć jedną z szeregu form, które kolejno omówiono poniżej.

*Możliwości techniczne w zakresie blokowania/obniżenia funkcjonalności aplikacji konkurencyjnego mobilnego portfela, która wymaga wbudowanego elementu bezpieczeństwa, poprzez uniemożliwienie pobrania, zainstalowania lub zaktualizowania na telefonach obsługiwanych przez sieci stron zgłaszających*

(79) Komisja oceniła, czy strony zgłaszające są w stanie pod względem technicznym zapewnić, że klienci nie będą mogli pobrać niezbędnej aplikacji mobilnego portfela lub korzystać z niej. Strony zgłaszające twierdzą, że w przypadku operatorów sieci komórkowych blokowanie (lub obniżanie funkcjonalności) pobierania/installowania lub aktualizowania aplikacji (konkurencyjnego) mobilnego portfela<sup>(23)</sup> nie jest możliwe technicznie.

(80) Podczas tego badania rynku Komisja rozpoczęła bezpośrednią komunikację z brytyjskim regulatorem telekomunikacyjnym (Ofcom), który posiada sprawdzoną niezależną wiedzę techniczną. Ofcom szczegółowo ocenił oświadczenie stron zgłaszających dotyczące utrudnienia dostępu pod względem technicznym. Zasadniczo Ofcom stwierdził, że na obecnym poziomie technologii i stosowania usług mobilnego portfela twierdzenia stron zgłaszających są uzasadnione.

(81) Jeżeli chodzi o możliwości techniczne operatorów sieci komórkowych w zakresie uniemożliwienia pobrania aplikacji konkurencyjnego mobilnego portfela bez blokowania dostępu do całego sklepu z aplikacjami, dwóch operatorów sieci komórkowych, którzy nie są częścią przedsiębiorstwa JV Co, potwierdziło, że nie byłoby to możliwe.

(82) Ponadto w odniesieniu do możliwości technicznych operatorów sieci komórkowych w zakresie powstrzymania klientów przed stosowaniem swoich połączeń 3G lub Wi-Fi do pobrania aplikacji (np. z PayPal) ze sklepów z aplikacjami, takich jak Google Play lub iTunes, kilku respondentów stwierdziło, że byłoby to niemożliwe.

(83) Próba zablokowania przez strony zgłaszające stron internetowych lub aplikacji z powodów innych niż zarządzanie ruchem lub blokowanie nielegalnych treści zostałaby prawdopodobnie wykryta przez klientów lub właścicieli tych stron i Ofcom, co wpłynęłoby na zachowanie stron zgłaszających w tym zakresie. Komisja uważa, że miałyby to prawdopodobnie również zastosowanie do innych strategii w zakresie technicznego utrudnienia dostępu pod względem technicznym poddanych ocenie w niniejszej decyzji.

<sup>(22)</sup> Np. RIM ze swoimi modelami Blackberry Curve 9360, Bold 9900, Bold 9790 i 9860, HTC ze swoimi modelami One X i Desire C, Samsung ze swoimi modelami Galaxy Nexus i Galaxy S III i Sony Ericsson ze swoim modelem Xperia S, z których wszystkie obsługują podwójną architekturę w odniesieniu do elementu bezpieczeństwa (wbudowany element bezpieczeństwa i element bezpieczeństwa oparty na karcie SIM), a także Samsung ze swoim Galaxy Note, który obsługuje tylko wbudowany element bezpieczeństwa.

<sup>(23)</sup> Odpowiedź stron zgłaszających na wezwanie Komisji do udzielenia informacji z dnia 24 kwietnia 2012 r., pytanie 14 i dokument techniczny z dnia 8 maja 2012 r. przedstawiony przez [...] w imieniu stron zgłaszających, s. 21 i 22.

- (84) Zgodnie z powyższymi informacjami strony zgłaszające najprawdopodobniej nie mają żadnych możliwości technicznego zablokowania lub obniżenia funkcjonalności pobierania, instalowania lub aktualizowania aplikacji konkurencyjnego mobilnego portfela na telefonie komórkowym obsługiwany przez sieć stron zgłaszających.

*Możliwości techniczne w zakresie blokowania/obniżania funkcjonalności wbudowanego elementu bezpieczeństwa lub jego dezaktywowania po zainstalowaniu*

- (85) Strony zgłaszające twierdzą, że to producenci oryginalnego wyposażenia są emitentami wbudowanych elementów bezpieczeństwa i kontrolują dostęp do nich, ponieważ do nich będą należeć prawa do zarządzania treścią. Strony zgłaszające nie mogą zablokować dostępu lub obniżyć funkcjonalności wbudowanego elementu bezpieczeństwa, gdyż nie mają one niezbędnych kluczy technicznych umożliwiających dostęp do wbudowanego elementu bezpieczeństwa. Ponadto nie mogą one zmieniać ani określać praw dostępu do wbudowanych elementów bezpieczeństwa.

- (86) Komisja uważa, w szczególności na podstawie sprawozdania Ofcom<sup>(24)</sup>, że elementy bezpieczeństwa inne niż oparte na karcie SIM nie są „własnością” operatorów sieci komórkowych, a w wyniku tego aktywowanie i regulowanie takiego elementu bezpieczeństwa nie będzie podlegać kontroli operatora sieci komórkowej (choć włączenie niektórych aspektów może częściowo lub całkowicie polegać na usługach w zakresie dostępu, takich jak komórkowe połączenia szerokopasmowe, które to usługi operator sieci komórkowej może świadczyć na rzecz niektórych klientów). Jeżeli dostęp do połączenia szerokopasmowego operatora sieci komórkowej może być wykorzystany do wstępnej aktywacji wbudowanego elementu bezpieczeństwa, w ramach rozwiązania alternatywnego można tego również dokonać przy pomocy USB lub połączenia Wi-Fi. W rezultacie, jeżeli operator sieci komórkowej chciałby utrudnić dostęp, mógłby dokonać tego w odniesieniu do szerokopasmowego połączenia operatora sieci komórkowej (innymi słowami, technicznie byłoby to wykonalne), ale jest mało prawdopodobne, że miałyby techniczne możliwości, aby uniemożliwić stosowanie innych usług z zakresu dostępu (np. USB lub Wi-Fi)<sup>(25)</sup>.

- (87) Zgodnie z badaniem rynku strony zgłaszające najprawdopodobniej nie mają możliwości technicznych, aby pod względem technicznym zablokować lub obniżyć funkcjonalność bądź dezaktywować wbudowany element bezpieczeństwa po jego zainstalowaniu.

*Możliwości techniczne w zakresie podporządkowania działania konkurencyjnego mobilnego portfela tak, aby automatycznie preferowany był element bezpieczeństwa oparty na karcie SIM/ mobilny portfel stron zgłaszających*

- (88) Strony zgłaszające twierdzą, że możliwe jest funkcjonowanie na jednym telefonie komórkowym równocześnie zarówno elementu bezpieczeństwa opartego na karcie SIM, jak i elementu wbudowanego w telefon komórkowy. Pod względem technicznym możliwe jest także

rozwiązanie, w którym w tym samym czasie zarówno element bezpieczeństwa oparty na karcie SIM, jak i wbudowany element bezpieczeństwa są elementami „aktywnymi”, to znaczy działają w trybie umożliwiającym czytelnikowi zbliżeniowemu połączenie się z którymkolwiek z tych elementów bezpieczeństwa. Ponadto operatorzy sieci komórkowych nie mają możliwości technicznych w zakresie podporządkowania działania konkurencyjnego mobilnego portfela, tak aby automatycznie preferowany był element bezpieczeństwa oparty na karcie SIM lub mobilny portfel oparty na platformie przedsiębiorstwa JV Co.

- (89) Na podstawie badania rynku i uwzględniając w szczególności opinie Ofcom, Komisja uważa, że wybór domyślnego elementu bezpieczeństwa będzie ostatecznie kwestią rozstrzyganą przez klienta.

- (90) Komisja przyznaje, że wstępny wybór danego mobilnego portfela jako domyślnego mobilnego portfela w ustawieniach telefonu komórkowego może przynieść korzyści. Komisja uważa jednak, że w przypadku aplikacji umożliwiającej dokonywanie płatności w sklepach lub online, którą można uznać za najważniejszą aplikację dla konsumentów pod względem postrzeganego bezpieczeństwa, korzyści itp., konsument prawdopodobnie wybierze aplikację płatniczą, za pomocą której będzie chciał dokonywać płatności za swoje towary i usługi.

- (91) Można zatem stwierdzić, że w przypadku telefonu komórkowego z elementem bezpieczeństwa opartym na karcie SIM i wbudowanym elementem bezpieczeństwa prawdopodobnie to dostawcy systemów operacyjnych a nie producenci oryginalnego wyposażenia przeprowadzą pierwszą konfigurację preferowanych ustawień dla elementu bezpieczeństwa i że ostatecznie to konsument będzie mógł skonfigurować ustawienia według własnych upodobań.

*Tworzenie faktycznych norm lub specyfikacji, które utrudniłyby dostęp dostawcom konkurencyjnego mobilnego portfela*

- (92) Strony zgłaszające twierdzą, że nie przewiduje się, aby to przedsiębiorstwo JV Co tworzyło jakiegokolwiek nowe normy. Zamiast tego w tworzeniu swojej platformy mobilnego portfela będzie stosować istniejące wcześniej, powszechnie dostępne normy.

- (93) Komisja zbadała, czy strony zgłaszające mogą stworzyć faktyczne normy lub specyfikacje, których nie udostępniłyby dostawcom konkurencyjnych hurtowych usług platformy mobilnego portfela, tym samym utrudniając im dostęp do oferowania konkurencyjnych mobilnych portfeli.

- (94) Wyniki badania rynku odnoszące się do pytania, czy istnieją już normy lub specyfikacje regulujące interoperacyjność między elementami bezpieczeństwa opartymi na karcie SIM a aplikacją mobilnego portfela, nie były rozstrzygające. Komisja uważa, że może to odzwierciedlać rozwojowy charakter tej formującej się technologii.

- (95) Ponadto w odniesieniu do umożliwiania klientom dokonywania płatności, wykupu kuponów i ubiegania się

<sup>(24)</sup> Opinia Ofcom przedstawiona w dniu 31 maja 2012 r., pkt 2.4.4.

<sup>(25)</sup> Zob. w szczególności uzgodniony protokół z konferencji telefonicznej z Ofcom z dnia 6 czerwca 2012 r.

o punkty lojalnościowe w tym samym czasie za pomocą ich telefonu komórkowego (rozwiązanie „jednego stuknięcia”) na podstawie badania Komisja ustaliła, że nie istnieje żadna standardowa specyfikacja i że prawdopodobne jest, iż strony zgłaszające będą musiały stworzyć własne specyfikacje<sup>(26)</sup> lub stosować normy i specyfikacje opracowane przez uczestników rynku, takich jak przedsiębiorstwo Google lub VeriFone<sup>(27)</sup>.

- (96) Aby zapewnić działanie swojego Google Wallet, przedsiębiorstwo Google opracowało jednak również zastrzeżone specyfikacje w celu umożliwienia jednoczesnego wykupu bonów płatniczych i przyznawania punktów lojalnościowych, a producenci czytników płatniczych stwierdzili, że te zastrzeżone specyfikacje mogą współistnieć na czytnikach płatniczych, pozwalając na działanie różnych mobilnych portfeli<sup>(28)</sup>.
- (97) W maju 2010 r. we Francji rozpoczęto realizację projektu Cityzi dotyczącego interoperacyjnych usług handlowych łączących transportowy system sprzedaży biletów, bezpieczne m-płatności, kilka projektów detalicznych i inne usługi turystyczne na telefonach komórkowych. Z tej usługi korzysta obecnie ponad 1 milion telefonów komórkowych z NFC. Podczas eksperymentu okazało się, że obecna norma GlobalPlatform lub specyfikacja dla połączeń między TSM a podmiotami zarządzającymi elementami bezpieczeństwa nie była wystarczająco jasna na przykład w przypadku kart lojalnościowych. Z tego powodu stowarzyszenie Association Française Sans Contact Mobile
- <sup>(26)</sup> Przedsiębiorstwo First Data twierdzi, że terminale płatnicze nie są jeszcze wyposażone w normy lub specyfikacje służące do przetwarzania transakcji niezwiązanych z uiszczaniem płatności, takich jak wykup bonów i przyznawanie punktów lojalnościowych. Istnieją różne możliwe sposoby określenia tych norm i odpowiedniego zaktualizowania terminali. Oczekuje się, że opracowanie takich norm lub specyfikacji będzie się odbywać w podmiotach będących stowarzyszeniami branżowymi, takich jak EMVCo, lub według międzynarodowych systemów kart płatniczych (Visa, MasterCard). Przedsiębiorstwo First Data zastosuje te normy lub specyfikacje zgodnie z wymaganiami branżowymi.
- <sup>(27)</sup> Przedsiębiorstwo VeriFone twierdzi, że istnieją tylko normy i specyfikacje odnoszące się do transakcji płatniczych (ustanowione przez Visa i MasterCard). W przypadku bonów i punktów lojalnościowych operatorzy, tacy jak Google, muszą opracować konkretny protokół. VeriFone stara się również zapewnić jawne ramy interfejsu programowania aplikacji, aby zapewnić możliwość interakcji każdego mobilnego portfela obsługującego bony z jego terminalami. Przedsiębiorstwo VeriFone oczekuje, że ostatecznie zostaną opracowane normy globalne. W odniesieniu do procesu certyfikacji dotyczącego terminali VeriFone nie istnieje żadna standardowa certyfikacja dla zbliżeniowych terminali płatniczych. Terminale VeriFone są poddawane oddzielnym procesom certyfikacji przez Visa, MasterCard itp. Te różne procesy certyfikacji zmieniają się regularnie, ale obowiązują na całym świecie, z wyjątkiem przedsiębiorstwa Visa, które opracowało różne wersje w niektórych regionach (np. Visawave w regionach Azji i Pacyfiku).
- <sup>(28)</sup> Przedsiębiorstwo VeriFone twierdzi, że nie istnieje żadne patenty na rozwiązanie w rodzaju jednego stuknięcia. Przedsiębiorstwo Google opracowałoby swoje specyfikacje dla Google Wallet i posiadałoby odpowiednie prawa rzeczowe. W oparciu o te specyfikacje VeriFone opracowuje interfejs programowania aplikacji do wdrożenia tych specyfikacji na terminalach VeriFone; VeriFone posiada prawa własności do tego interfejsu programowania aplikacji. Przedsiębiorstwo VeriFone opracowało również własne ogólne środowisko wspierania funkcjonowania mobilnych portfeli na swoich terminalach. Z tego powodu najprościej byłoby zaproponować innym przedsiębiorstwom usługę podobną do rozwiązania jednego stuknięcia Google.

stworzyło nowe normy lub specyfikacje w celu rozwiązania tego problemu<sup>(29)</sup>. Obecnie powyższe normy lub specyfikacje są przedmiotem dyskusji i wymagają zatwierdzenia przez GlobalPlatform, a także zostały włączone do projektu „Fast track” przedsiębiorstwa GSMA.

- (98) Na podstawie powyższego można stwierdzić, że jest bardzo prawdopodobne, iż strony zgłaszające nie będą w stanie utworzyć faktycznych norm i specyfikacji, z których nie będzie mógł korzystać żaden inny uczestnik rynku, tym samym znacząco utrudniając dostęp dostawcom konkurencyjnego mobilnego portfela.

### **Ocena handlowego utrudnienia dostępu**

#### *Wprowadzenie*

- (99) Na potrzeby niniejszej decyzji Komisja uważa „handlowe utrudnienie dostępu” za strategię, która polega na możliwościach i zachęcie stron zgłaszających do znaczącego utrudnienia dostępu dostawcom konkurencyjnych mobilnych portfeli raczej przy zastosowaniu środków handlowych, a nie technicznych. Z tego powodu handlowe utrudnienie dostępu jest głównie wdrażane w sposób pośredni<sup>(30)</sup>, na przykład poprzez negocjowanie z osobami trzecimi, takimi jak producenci oryginalnego wyposażenia, w celu skłonienia ich do podjęcia środków handlowych, które mogą zablokować lub utrudnić działalność dostawców konkurencyjnych mobilnych portfeli, bądź poprzez zachęcanie osób trzecich, takich jak niezależni detaliści, do wprowadzania na rynek telefonów komórkowych oferowanych w pakiecie z mobilnym portfelem przedsiębiorstwa JV Co zamiast telefonów komórkowych wyposażonych w konkurencyjne mobilne portfele.
- (100) Komisja rozważyła, czy strategia handlowego utrudnienia dostępu może być wdrożona samodzielnie przez jedną stronę zgłaszającą, niezależnie od strategii pozostałych stron zgłaszających, lub czy w ramach jakiegokolwiek potencjalnego scenariusza utrudnienia dostępu strony zgłaszające polegałyby na wspólnym (lub zbiorowym) wdrażaniu strategii utrudnienia dostępu.
- (101) Aby zrozumieć, czy strony zgłaszające miałyby zdolność handlową do znaczącego utrudnienia dostępu dostawcom konkurencyjnego mobilnego portfela, Komisja zbadała łańcuch dostaw telefonów komórkowych. Główni uczestnicy w łańcuchu dostaw są następujący:

- a) producenci oryginalnego wyposażenia odpowiedzialni za specyfikacje dotyczące sprzętu i oprogramowania telefonów komórkowych, które są dostarczane do detalistów;

<sup>(29)</sup> Zob. komunikat prasowy (20.12.2011), <http://www.afscm.org/en/news/the-afscm-releases-a-new-set-of-specifications.htm?id=59>

<sup>(30)</sup> Z wyjątkiem handlowego utrudnienia dostępu opartego na wykreślaniu telefonów komórkowych zawierających konkurencyjne mobilne portfele, które może być wdrażane bezpośrednio przez strony utrudniające.



- b) twórcy systemów operacyjnych, którzy dostarczają oprogramowanie producentom oryginalnego wyposażenia i często określają minimalne wymagania sprzętowe oraz kontrolują, które aplikacje działają na ich systemach operacyjnych, lub główne sklepy z aplikacjami, z których można je pobierać;
  - c) (wirtualni) operatorzy sieci komórkowych jako dostawcy usługi czasu połączeń;
  - d) detaliści sprzedający telefony komórkowe i usługi połączeń, zarówno bezpośrednie kanały sprzedaży (wirtualnego) operatora sieci komórkowej, jak i niezależni detaliści.
- (102) Dla każdej ścieżki handlowego utrudnienia dostępu Komisja analizuje, czy strony zgłaszające mają możliwości i ochotę do zaangażowania się we wspólną strategię handlowego utrudnienia dostępu. Ponadto Komisja przeanalizowała, czy strony zgłaszające wspólnie z bankami mają możliwości i ochotę do tego, aby znacząco utrudnić rozwiązania w zakresie płatności niebankowych.

*Wywieranie presji handlowej na producentów oryginalnego wyposażenia, aby nie instalowali wbudowanego elementu bezpieczeństwa lub aby blokowali taki element zainstalowany fabrycznie*

- (103) Komisja zbadała, czy strony zgłaszające miałyby możliwości i ochotę do wywarcia presji handlowej na producentów oryginalnego wyposażenia, aby nie instalowali oni na swoich modelach telefonów komórkowych wbudowanego elementu bezpieczeństwa lub blokowali instalowany fabrycznie wbudowany element bezpieczeństwa. Komisja zbadała wpływ handlowy stron zgłaszających odnośnie do telefonów komórkowych pochodzących od samych stron zgłaszających w zakresie dystrybucji przez ich bezpośrednie kanały sprzedaży, a także odnośnie do „zwykłych” telefonów komórkowych pochodzących od niezależnych detalistów.
- (104) Podczas badania rynku wielu producentów oryginalnego wyposażenia na pytania Komisji odpowiedziało, że operatorzy sieci komórkowych czasami chcą kupić określony „wariant operatora” w przypadku danego telefonu komórkowego przeznaczonego do sprzedaży we własnych kanałach sprzedaży detalicznej operatora sieci komórkowej. W związku z tym niektóre funkcje w „wariantach operatora” telefonu komórkowego mogą być odmienne, w zależności od życzeń operatora sieci komórkowej odnośnie do funkcji, które powinien obsługiwać telefon komórkowy i które taki operator chce obsługiwać jako zawartość instalowaną fabrycznie. Takie funkcje (jak wbudowany element bezpieczeństwa) byłyby jednak dostępne w „zwykłym wariantach” telefonów komórkowych wprowadzonych do wolnego obrotu, który to wariant byłby dostępny dla niezależnych detalistów i podlegałyby certyfikacji technicznej operatorów sieci komórkowych. Taką certyfikację techniczną operatorzy sieci komórkowych przyznają wszystkim telefonom komórkowym, które są kompatybilne pod względem technicznym z ich sieciami, i nie mają na nią wpływu względy handlowe. Dowodzi tego fakt, że telefony komórkowe z technologią NFC z wbudowanym elementem bezpieczeństwa (które mogłyby być wyposażone w konkurencyjny mobilny portfel) są już powszechnie sprzedawane przez strony zgłaszające oraz niezależnych detalistów w Zjednoczonym Królestwie. Istotny wyjątek stanowi przedsiębiorstwo Apple, które nie oferuje wariantów operatora.

- (105) Na podstawie powyższego strony zgłaszające mogłyby teoretycznie wezwać producentów oryginalnego wyposażenia do usuwania lub blokowania instalowanego fabrycznie elementu bezpieczeństwa w telefonach komórkowych pochodzących z ich własnego, bezpośredniego kanału sprzedaży detalicznej pod własną marką. Dostawcy systemów operacyjnych lub w pełni zintegrowani pionowo producenci oryginalnego wyposażenia mogliby jednak podjąć strategię przeciwdziałania takiej próbie utrudnienia dostępu. Dostawcy systemów operacyjnych dużo wcześniej niż operatorzy sieci komórkowej zostają zaangażowani w proces wytwarzania telefonu komórkowego i to ogranicza wpływ stron zgłaszających na specyfikacje telefonów komórkowych w porównaniu z dostawcami systemów operacyjnych. Dostawca systemu operacyjnego, przewidując takie żądania stron zgłaszających, mógłby spróbować wpłynąć na specyfikacje techniczne telefonu komórkowego producentów oryginalnego wyposażenia na wczesnym etapie poprzez dopilnowanie, aby obowiązkowe było wyposażenie każdego telefonu komórkowego z markowym systemem operacyjnym w działający wbudowany element bezpieczeństwa na telefonie komórkowym. Miałoby to miejsce szczególnie w przypadku przedsiębiorstwa Google, którego kontrola nad systemem Android daje mu silną pozycję w potencjalnych negocjacjach z producentami oryginalnego wyposażenia<sup>(31)</sup>. Pozycja przedsiębiorstwa Google na rynku sprzedaży telefonów komórkowych staje się coraz ważniejsza, ponieważ wraz z upływem czasu zdecydowanie rośnie sprzedaż telefonów komórkowych wyposażonych w system Android. W latach 2010–2011

<sup>(31)</sup> Zob. decyzję Komisji z dnia 13 lutego 2012 r. w sprawie COMP/M.6381 – Google/Motorola Mobility. Poza tym nawet jeżeli przedsiębiorstwo Google wkracza w działalność związaną ze sprzętem, niezależni eksperci potwierdzają, że: „Pomimo otwartej filozofii, w oparciu o którą wprowadzono początkowo system Android, Google wykazuje stałą tendencję do przejmowania coraz większej kontroli nad platformą. Przedsiębiorstwo zapoczątkowało ten proces, wydając pod własną marką urządzenia Nexus, których użyło, aby zaprezentować najnowszą wersję systemu Android, ale następnie odmówiło otwartego udostępnienia kodu źródłowego w odniesieniu do zoptymalizowanej dla tabletek wersji Honeycomb na system Android. Pojawiały się również doniesienia, że Google jest bardziej wybiórcze odnośnie do tego, którym producentom oryginalnego wyposażenia umożliwić wczesny dostęp do najnowszych wersji kodu źródłowego systemu Android, tworząc w istocie elitarny klub producentów oryginalnego wyposażenia, którzy muszą pozostać w bliskim związku z przedsiębiorstwem Google, aby utrzymać się w czołówce, jeżeli chodzi o rozwój najnowocześniejszej technologii. Google utrzymuje szereg zastrzeżonych punktów kontroli nad »otwartym« systemem operacyjnym, takich jak znak towarowy nazwy »Android«, a oprócz tego podstawowe aplikacje pod marką Google, takie jak Google Mail, Maps czy Android Marketplace. Ponadto licencja otwartego oprogramowania Apache 2.0, wybranego przez Google dla systemu Android, oznacza, że przedsiębiorstwo nie jest prawnie zobowiązane do udostępnienia kodu źródłowego, dlatego też mogło utrzymać kod Honeycomb w tajemnicy. Te czynniki oznaczają, że producenci oryginalnego wyposażenia muszą utrzymywać bliskie kontakty z Google i mieć przyzwolenie przedsiębiorstwa, aby uzyskać dostęp do kodu źródłowego, wykorzystywać jego popularne usługi i stosować markę Android w swoich urządzeniach. Mając to na uwadze, można jasno stwierdzić, że przedsiębiorstwo Google chce mieć większą kontrolę nie tylko nad tym, kto używa systemu Android, ale także nad tym, jak go używa. Przedsiębiorstwo najwyraźniej dostrzegło korzyści płynące z większej kontroli i zintegrowania pionowego poprzez obserwowanie wzrostu wartości jego bliskiego konkurenta, przedsiębiorstwa Apple i może również chcieć czerpać korzyści z większego zintegrowania pionowego.”. Sprawozdanie [...]\*, s. 6, dołączone jako załącznik 4 do wniosku stron zgłaszających z dnia 6 czerwca 2012 r.

udział telefonów komórkowych z systemem Android w Zjednoczonym Królestwie wzrósł z poniżej 5 % do ok. 40 %. W pełni zintegrowani pionowo producenci oryginalnego wyposażenia, którzy zaferowaliby konkurencyjny portfel w odniesieniu do wbudowanego elementu bezpieczeństwa, mogliby również zapewnić pełną kompatybilność sprzętu telefonu komórkowego z działaniem ich mobilnego portfela<sup>(32)</sup>.

- (106) Ponadto jakakolwiek zdolność do handlowego utrudnienia dostępu w oparciu o zablokowanie lub wyłączenie wbudowanego elementu bezpieczeństwa w każdym wypadku miałyby ograniczony zakres i byłaby przynajmniej częściowo nieskuteczna. Zdolność handlowa stron zgłaszających do zablokowania lub wyłączenia instalowanych fabrycznie elementów bezpieczeństwa prowadziłyby jedynie do częściowego utrudnienia dostępu konkurencyjnym mobilnym portfelom, ponieważ strony zgłaszające nie miałyby możliwości ani zachęty do znaczącego utrudnienia dostępu do kanału pośredniej sprzedaży detalicznej ani do utrudnienia dostępu portfelom umieszczonym w telefonach komórkowych przedsiębiorstwa Apple, jeżeli Apple zdecydowałoby się wejść na ten rynek. Niezależni detaliści mają silną pozycję na rynku przy 49 % udziału w rynku i 41 % liczby sklepów detalicznych w Zjednoczonym Królestwie. Według raportu Mintela<sup>(33)</sup> przedsiębiorstwa Phones 4U i Carphone Warehouse mają w sumie 1 258 sklepów. Zestawia się to z przedsiębiorstwem Everything Everywhere z 672 sklepami, przedsiębiorstwem Telefónica z 450 sklepami i Vodafone z 365 sklepami. Przedsiębiorstwo Three UK ma w Zjednoczonym Królestwie kolejne 300 sklepów.
- (107) Komisja stwierdza zatem, że zdolność handlowa stron zgłaszających do istotnego utrudnienia dostępu poprzez wywarcie presji handlowej na producentów oryginalnego wyposażenia, aby blokowali lub dezaktywowali instalowany fabrycznie wbudowany element bezpieczeństwa, doprowadziłyby najwyżej do częściowego utrudnienia dostępu (z wyłączeniem telefonów komórkowych Apple i pośrednich detalistów). Ponadto może się to w ogóle nie udać, jeżeli dostawcy systemów operacyjnych byłiby w stanie wdrożyć skuteczne strategie przeciwdziałania, które uniemożliwiłyby stronom zgłaszającym blokowanie działania wbudowanych elementów bezpieczeństwa.
- (108) Fakt, że strategia handlowego utrudnienia dostępu polegająca na nieinstalowaniu lub blokowaniu wbudowanych elementów bezpieczeństwa doprowadziłyby jedynie do częściowego utrudnienia dostępu, w istotny sposób ograniczyłoby skuteczność i – nawet, gdyby ją zastosowano –

zmniejszyłyby znacznie zachętę do angażowania się w taką strategię, ponieważ dodatkowe zyski z utrudnienia dostępu byłyby ograniczone. Potwierdza to silna asymetria, jaka istnieje między spodziewanymi zyskami przedsiębiorstwa JV Co a zyskami na rynku detalicznym telefonii ruchomej, co podkreśliły strony zgłaszające. W szczególności zyski brutto z działalności stron zgłaszających związanej z rynkiem detalicznym telefonii ruchomej (w tym zyski z połączeń międzysieciowych i koszty pozyskiwania klientów netto) są ok. [...] razy wyższe niż spodziewane zyski przedsiębiorstwa JV Co po jego początkowym okresie rozruchu<sup>(34)</sup>.

- (109) Ponadto strony zgłaszające pokazały również, że warunki konkurencji na rynku reklamy i rynku analizy danych różnią się znacznie od warunków na rynku hurtowym mobilnych portfeli. Co więcej, dochody i zyski związane z tymi dwoma rodzajami działalności nie wiążą się bezpośrednio z działaniami przedsiębiorstwa JV Co w zakresie transakcji, a strategia utrudniająca dostęp operatorom konkurencyjnego mobilnego portfela nie miałyby na nie bezpośredniego wpływu.
- (110) Ponadto negatywna reakcja konsumentów na pogorszenie jakości ofert konkurencyjnych mobilnych portfeli stanowi podstawowy mechanizm, za którego pośrednictwem handlowe utrudnienie dostępu doprowadziłoby do strat na rynku detalicznym telefonii ruchomej. Konkurenci mogliby też wprowadzić strategie przeciwdziałania ukierunkowane na zwiększenie negatywnej reakcji konsumentów. Takie strategie przeciwdziałania sprawiłyby, że konkurencyjne mobilne portfele stałyby się bardziej atrakcyjne dla konsumentów, co zwiększyłoby koszt utrudnienia dostępu.
- (111) Czynniki te razem wzięte oznaczają, że handlowe utrudnienie dostępu wiązałoby się z istotną zachętą dla każdej ze stron zgłaszających do odejścia od tego zachowania w celu uniknięcia jakiegokolwiek negatywnej reakcji klientów na pogorszenie jakości ich oferty w zakresie telefonów komórkowych oraz w celu zyskania przewagi nad innymi stronami zgłaszającymi, które zaangażowałyby się w utrudnienie dostępu. Każda strona zgłaszająca rezygnująca z utrudnienia dostępu uniknęłaby również utraty udziału w rynku na rzecz (wirtualnych) operatorów sieci komórkowych poza przedsiębiorstwem JV Co.
- (112) Ogólnie wydaje się bardzo prawdopodobne, że co najmniej jedna ze stron zgłaszających miałaby jednostronną zachętę do odejścia od jakiegokolwiek wspólnej strategii handlowego utrudnienia dostępu opartej na wywieraniu presji na producentów oryginalnego wyposażenia, aby blokowali oni instalowany fabrycznie wbudowany element bezpieczeństwa. To podważyłoby wspólną strategię handlowego utrudnienia dostępu.
- (113) W odniesieniu do wspólnej strategii utrudnienia dostępu opartej na milczącej i ciągłej koordynacji między stronami zgłaszającymi jest mało prawdopodobne, aby w przypadku handlowego utrudnienia dostępu zostały spełnione wszystkie warunki określone w wyroku *Airtours*<sup>(35)</sup>.

<sup>(32)</sup> Przedsiębiorstwo RIM, producent telefonów komórkowych Blackberry, ogłosiło niedawno, że opracowanie aplikacji NFC dla jego smartfonów Blackberry będzie priorytetem, i stwierdziło, że „przez najbliższe 12 miesięcy technologie NFC będą dla przedsiębiorstwa RIM kwestią kluczową” (zob. <http://www.forbes.com/sites/elizabethwoyke/2011/11/08/rim-plans-big-push-for-nfc-enabled-blackberry-apps/>). Komisja bierze jednak pod uwagę zmieniającą się sytuację RIM, które wydaje się przechodzić pewien proces restrukturyzacji. Blackberry prawdopodobnie ma wystarczająco silną pozycję w łańcuchu dostaw telefonów komórkowych, aby zapewnić swoim popularnym telefonom komórkowym wprowadzenie do obrotu. Według [...] trzy na dziesięć najpopularniejszych telefonów wśród klientów usług abonamentowych w Zjednoczonym Królestwie w Q1 2012 stanowiły telefony komórkowe Blackberry (zob. wniosek stron zgłaszających „Brak zdolności handlowej do utrudnienia dostępu do usług hurtowych platform konkurencyjnych mobilnych portfeli”, s. 35).

<sup>(33)</sup> Mintel, „Telecoms Retailing” (styczeń 2011 r.), ryc. 27.

<sup>(34)</sup> Zob. np. odpowiedzi stron zgłaszających na wezwanie Komisji do udzielenia informacji z dnia 31 maja 2012 r., dnia 8 czerwca 2012 r. i dnia 14 czerwca 2012 r.

<sup>(35)</sup> Sprawa T-342/99, *Airtours* przeciwko Komisji [2002], Rec. s. II-02585.

- (114) Po pierwsze, wprowadzenie skoordynowanego handlowego utrudnienia dostępu byłoby procesem bardzo złożonym, ponieważ zależy ono od wyniku dwustronnych negocjacji między każdą ze stron zgłaszających i osób trzecich, które są poufne i które zależą od siły przetargowej każdej ze stron w negocjacjach.
- (115) Po drugie, skoordynowane utrudnienie dostępu mogłoby nie być wewnętrznie stabilne, ponieważ jednostronne zyski z odejścia mogłyby przewyższać koszt kar wynikłych z załamania się skoordynowanego wyniku. Ze względu na znaczącą asymetrię między zyskami z detalicznej telefonii ruchomej a spodziewanymi zyskami przedsiębiorstwa JV Co z działalności w zakresie transakcji groźba kary może nie być wystarczająca, aby przeważyć nad zachętą do odejścia. Ponadto odejścia od koordynacji prawdopodobnie wykryto by na tym rynku z opóźnieniem, ponieważ negocjacje handlowe są poufne i odejście zostałoby wykryte dopiero w momencie wprowadzenia telefonu komórkowego do obrotu. To dodatkowo podważyłoby skuteczność jakiegokolwiek mechanizmu kary, co jeszcze bardziej utrudnia podtrzymanie porozumienia dotyczącego zmwu.
- (116) Ogólnie w oparciu o powyższą analizę Komisja stwierdza, że jest bardzo mało prawdopodobne, by strony zgłaszające miały możliwości i zachętę do zaangażowania się we wspólną strategię utrudnienia dostępu, która polegałaby na wywarceniu presji handlowej na producentów oryginalnego wyposażenia, aby blokowali oni instalowany fabrycznie element bezpieczeństwa, który mógłby obsługiwać konkurencyjny mobilny portfel.
- Wpływ na twórców systemów operacyjnych lub producentów oryginalnego wyposażenia, aby blokowali oni aplikacje mobilnego portfela*
- (117) Komisja zbadała, czy strony zgłaszające miałyby możliwości i zachętę do tego, by wpłynąć na twórców systemów operacyjnych lub producentów oryginalnego wyposażenia, aby blokowali oni instalację fabryczną aplikacji mobilnego portfela na telefonach komórkowych lub usuwali te aplikacje.
- (118) Wielu respondentów odpowiadających na pytania stawiane podczas badania rynku podkreśliło znaczenie instalacji fabrycznej aplikacji i zauważyło, że strony zgłaszające mogłyby wpłynąć na to, gdzie znajduje się konkretna aplikacja na wyświetlaczu telefonu w „wariantcie operatora” telefonów komórkowych.
- (119) Dostawcy konkurencyjnego mobilnego portfela zdołali jednak podjąć przeciwdziałania poprzez promowanie umieszczania swoich mobilnych portfeli w widocznym miejscu w sklepie z aplikacjami. Ponadto dostawcy systemów operacyjnych mogliby również związać aplikację mobilnego portfela z systemem operacyjnym, uprzedzając żądania do producentów oryginalnego wyposażenia. W szczególności taką strategię przeciwdziałania może wdrożyć przedsiębiorstwo Google, które ma na przykład możliwość wpływania na wybory dotyczące oprogramowania za pośrednictwem umów o dystrybucji ich aplikacji na telefony komórkowe zawieranych z producentami oryginalnego wyposażenia i wskazujących, który z pakietów aplikacji Google na telefon komórkowy jest instalowany fabrycznie na telefonie komórkowym. Potencjalną skuteczność takiej strategii odzwierciedla również wpływ, jaki ma obecnie przedsiębiorstwo Google na rynek systemów operacyjnych dla urządzeń mobilnych.
- (120) Ogólnie ze względu na ograniczoną skuteczność handlowego utrudnienia dostępu polegającego na wywieraniu presji na producentów oryginalnego wyposażenia, aby nie instalowali elementu bezpieczeństwa lub blokowali taki instalowany fabrycznie element bezpieczeństwa, oraz z uwagi na siłę strategii przeciwdziałania dostawców konkurencyjnych mobilnych portfeli jest mało prawdopodobne, że strony zgłaszające mają zdolność handlową do znaczącego utrudnienia dostępu poprzez zablokowanie aplikacji konkurencyjnego mobilnego portfela.
- (121) Większość argumentów dotyczących zachęt, które mają zastosowanie do pierwszej strategii handlowego utrudnienia dostępu omówionej w części dotyczącej utrudnienia dostępu poprzez wywieranie presji na producentów oryginalnego wyposażenia, aby nie instalowali elementu bezpieczeństwa lub blokowali taki instalowany fabrycznie element bezpieczeństwa, ma również zastosowanie do strategii handlowej opartej na wywieraniu wpływu na twórców systemów operacyjnych lub producentów oryginalnego wyposażenia, aby blokowali oni mobilne portfele.
- (122) Ogólnie w oparciu o powyższą analizę Komisja stwierdza, że jest bardzo mało prawdopodobne, by strony zgłaszające miały możliwości i zachętę do zaangażowania się we wspólną strategię utrudnienia dostępu polegającą na wywieraniu wpływu na twórców systemów operacyjnych lub producentów oryginalnego wyposażenia, aby blokowali oni lub usuwali aplikacje mobilnego portfela.
- Tworzenie niekorzystnej sytuacji w odniesieniu do telefonów komórkowych zawierających konkurencyjne mobilne portfele lub wycofanie ich*
- (123) Komisja zbadała, czy strony zgłaszające miałyby możliwości i zachętę do stworzenia niekorzystnej sytuacji w odniesieniu do telefonów komórkowych obsługujących konkurencyjne portfele lub wycofania ich.
- (124) Z uwagi na fakt, że telefony komórkowe, które wycofano lub w odniesieniu do których stworzono niekorzystną sytuację, a które mogą być wyposażone w konkurencyjne mobilne portfele, będą mieć alternatywny sposób wejścia na rynek za pośrednictwem niezależnych detalistów, wycofywanie lub tworzenie niekorzystnej sytuacji w odniesieniu do telefonów komórkowych wyposażonych w konkurencyjne mobilne portfele przez operatorów sieci komórkowych w ich własnej sieci sprzedaży detalicznej jedynie częściowo utrudni dostęp do rynku. Ponadto taka strategia będzie miała wysoki koszt handlowy. Konkurenci mogliby zaangażować się w przeciwdziałania, które sprawiłyby, że konkurencyjne mobilne portfele stałyby się bardziej atrakcyjne dla klientów, co zwiększyłoby koszt utrudnienia dostępu.
- (125) Wycofywanie telefonów komórkowych wyposażonych w konkurencyjne mobilne portfele oznaczałoby, że takie telefony komórkowe nie mogłyby być już dostępne w kanale bezpośredniej sprzedaży detalicznej kontrolowanym przez strony zgłaszające. Tworzenie niekorzystnej sytuacji w odniesieniu do telefonów komórkowych wyposażonych w konkurencyjne mobilne portfele byłoby subtelniejszą formą utrudnienia dostępu polegającą na zmniejszaniu dopłat do takich telefonów komórkowych w kanale bezpośredniej sprzedaży detalicznej kontrolowanym przez strony zgłaszające.



(126) Większość argumentów dotyczących zachęt i omówionych w części dotyczącej utrudnienia dostępu polegającego na wywieraniu presji handlowej na producentów oryginalnego wyposażenia, aby nie instalowali elementu bezpieczeństwa lub blokowali taki instalowany fabrycznie element bezpieczeństwa, ma również zastosowanie do strategii handlowej opartej na tworzeniu niekorzystnej sytuacji w odniesieniu do telefonów komórkowych lub ich wycofywaniu.

(127) W świetle powyższej analizy Komisja stwierdza, że jest bardzo mało prawdopodobne, aby strony zgłaszające miały możliwości i zachętę do zaangażowania się we wspólną strategię utrudnienia dostępu polegającą na tworzeniu niekorzystnej sytuacji w odniesieniu do telefonów komórkowych lub ich wycofywaniu.

*Zachęcanie niezależnych detalistów do wprowadzania do obrotu telefonów komórkowych niezawierających konkurencyjnych mobilnych portfeli lub do ustawiania określonych ustawień domyślnych faworyzujących mobilny portfel ich stron zgłaszających*

(128) Komisja zbadała, czy strony zgłaszające miały możliwości i zachętę do tego, aby skłonić niezależnych detalistów do wprowadzania do obrotu telefonów komórkowych niezawierających konkurencyjnych mobilnych portfeli lub do ustawiania określonych ustawień domyślnych faworyzujących mobilny portfel stron zgłaszających.

(129) Aby przyjąć ostrożne podejście w stosunku do strategii handlowego utrudnienia dostępu opartej na zachęcaniu niezależnych detalistów do wprowadzania do obrotu telefonów komórkowych niezawierających konkurencyjnych mobilnych portfeli lub do ustawiania określonych ustawień domyślnych faworyzujących mobilny portfel stron zgłaszających, Komisja ocenia przedmiotową strategię handlowego utrudnienia dostępu w połączeniu z jedną z trzech strategii omówionych powyżej (utrudnienie dostępu do kanału bezpośredniej sprzedaży detalicznej kontrolowanego przez strony zgłaszające).

(130) Przeciwnie niż w przypadku stosowania strategii utrudnienia dostępu ukierunkowanych na kanał bezpośredniej sprzedaży detalicznej, strony zgłaszające miałyby bardziej ograniczone możliwości handlowego utrudnienia dostępu swoim konkurentom poprzez zachęcanie niezależnych detalistów. Chociaż strony zgłaszające mogą mieć możliwość zachęcania niezależnych detalistów, ponieważ już przyznają prowizje i [...] dotacje na ich rzecz (mimo iż wyraźnie nie są one ukierunkowane konkretnie na telefony komórkowe), producenci oryginalnego wyposażenia i dostawcy systemów operacyjnych także przyznają selektywne dotacje marketingowe na rzecz niezależnych detalistów i mogą zaangażować się w równoległą strategię przeciwdziałania, aby stworzyć zachętę do sprzedaży na otwartym rynku tych telefonów komórkowych, które zawierają konkurencyjne mobilne portfele. W szczególności Komisja uważa, że potencjalny nowy uczestnik rynku mobilnych portfeli mógłby zaangażować się w umowy dzielenia się dochodami ze sprzedaży z producentami oryginalnego wyposażenia, aby zapewnić zaopat-

zenie telefonów we wbudowane elementy bezpieczeństwa. Nawiasem mówiąc, nie jest oczywiste, dlaczego strony zgłaszające miałyby większą zachętę niż producenci oryginalnego wyposażenia lub dostawcy systemów operacyjnych do przyznawania dotacji na konkretne telefony komórkowe w celu utrudnienia dostępu do rynku mobilnych portfeli.

(131) W związku z tym, o ile strony zgłaszające miałyby pewne rynkowe możliwości, aby zachęcać niezależnych detalistów do wprowadzania do obrotu telefonów komórkowych niezawierających konkurencyjnych mobilnych portfeli lub do ustawiania określonych ustawień domyślnych faworyzujących mobilny portfel stron zgłaszających, o tyle skuteczność takiej strategii może być znacząco ograniczona przez podobne strategie przeciwdziałania osób trzecich.

(132) Niektóre z argumentów na temat zachęt przedstawionych w poprzednich sekcjach dotyczących innych strategii handlowego utrudnienia dostępu mają także zastosowanie do strategii rynkowego utrudnienia dostępu opartej na zachęcaniu niezależnych detalistów do wprowadzania do obrotu telefonów komórkowych niezawierających konkurencyjnych mobilnych portfeli lub opartej na ustawianiu określonych ustawień domyślnych faworyzujących mobilny portfel stron zgłaszających.

(133) W celu skutecznego utrudnienia dostępu konkurencyjnych ofert do kanału pośredniej sprzedaży detalicznej strony zgłaszające musiałyby ponieść znaczące koszty, aby przebić producentów oryginalnego wyposażenia lub dostawców systemów operacyjnych, by uzyskać wsparcie niezależnych odsprzedawców. To z kolei znacznie podwyższyłoby koszty utrudnienia dostępu, ponownie wzmacniając jednostronną zachętę do odstąpienia od tej strategii handlowego utrudnienia dostępu. W związku z tym jest mało prawdopodobne, aby strategia oparta na utrudnieniu dostępu poprzez zachęcanie detalistów do wprowadzania do obrotu telefonów komórkowych niezawierających konkurencyjnych mobilnych portfeli lub ustawiania określonych ustawień domyślnych faworyzujących mobilny portfel stron zgłaszających doprowadziła do utrudnienia dostępu do kanału pośredniej sprzedaży detalicznej.

*Potencjalne utrudnienie dostępu do rozwiązań w zakresie płatności pozabankowych*

(134) Komisja uważa, że przedsiębiorstwo JV Co nie zmieniłoby nic w odniesieniu do możliwości i zachęty banków do stawiania systemów płatności pozabankowych w gorszej sytuacji w wyniku utworzenia przedsiębiorstwa JV Co w porównaniu do scenariusza, w którym każdy udziałowiec oferowałby własny mobilny portfel, ponieważ banki nie są udziałowcami w ramach tego działania.

(135) Podsumowując, Komisja uważa za bardzo mało prawdopodobne, aby banki i operatorzy sieci komórkowych mieli zbieżny interes w znaczącym utrudnianiu dostępu do systemów płatności pozabankowych.

*Wniosek ogólny*

- (136) Komisja stwierdza, że jest mało prawdopodobne, aby strony zgłaszające miały możliwości lub zachętę do zaangażowania się w handlowe utrudnienie dostępu.

**Usługi w zakresie grupowych wiadomości SMS**

- (137) Przedsiębiorstwo JV Co działałoby także jako agregator na rynku sprzedaży detalicznej usług w zakresie grupowych wiadomości SMS, kupujący usługi rozpoczynania i zakańczania od operatorów sieci komórkowych na rynku sprzedaży hurtowej usług w zakresie grupowych wiadomości SMS w Zjednoczonym Królestwie.
- (138) Rynek wyższego szczebla w zakresie hurtowego dostarczania grupowych wiadomości SMS składa się z dwóch głównych elementów: z przekazania wiadomości od nadawcy (tzn. od przedsiębiorstwa JV Co lub agregatora) do sieci telefonii ruchomej, której abonentem jest docelowy odbiorca (do sieci macierzystej), oraz z przekazania jej przez sieć macierzystą do telefonu komórkowego odbiorcy.
- (139) Usługi hurtowego dostarczania grupowych wiadomości SMS mogą być świadczone tylko przez operatorów sieci komórkowych i są świadczone na zasadach konkurencyjnych przez wszystkich operatorów sieci komórkowych w Zjednoczonym Królestwie. Agregatorzy zazwyczaj zawierają umowę na dostarczanie wszystkich swoich grupowych wiadomości SMS z jednym operatorem sieci komórkowej niezależnie od sieci macierzystej indywidualnych odbiorców wiadomości. Operatorzy sieci komórkowych mogą zaferować tę usługę, składającą się z dostarczania wiadomości zarówno w sieci, jak i poza siecią, dzięki podstawowym porozumieniom dotyczącym wzajemnych połączeń, obowiązującym między operatorami sieci komórkowych w zakresie wymiany wiadomości SMS.
- (140) Agregacja wymaga komputera wyposażonego w oprogramowanie pozwalające na wysyłanie wiadomości i połączenie z jednym operatorem sieci komórkowej korzystającym z globalnej sieci połączeń, który ma możliwość kierowania wiadomości SMS do każdego miejsca przeznaczenia dzięki podstawowym porozumieniom dotyczącym wzajemnych połączeń, jakie zawarł z innymi operatorami sieci komórkowych. Agregatorzy, którzy tworzą wystarczającą liczbę wiadomości do danej sieci, aby uzasadnić inwestycję, zazwyczaj zawierają własne porozumienia dotyczące wzajemnych połączeń z indywidualnymi sieciami w zakresie wysyłania wiadomości do (i od) abonentów mobilnych tej sieci.
- (141) Komisja oceniła, czy łączna pozycja stron zgłaszających na rynku hurtowym wyższego szczebla w zakresie grupowych wiadomości SMS może prowadzić do znaczącego utrudnienia dostępu agregatorom grupowych wiadomości SMS konkurującym z przedsiębiorstwem JV Co na rynku detalicznym grupowych wiadomości SMS poprzez odmowę zakańczania grupowych wiadomości SMS pochodzących od konkurencyjnych agregatorów w ich odpowiednich sieciach lub poprzez oferowanie konkurentom przedsiębiorstwa JV Co wyższych stawek za zakańczanie. Przeważająca większość respondentów uważa, że strony zgłaszające kontynuowałyby świadczenie na ich rzecz usług zakańczania grupowych wiadomości SMS.

- (142) Biorąc pod uwagę badanie rynku, Komisja uważa za mało prawdopodobne, aby strony zgłaszające miały możliwość odróżnienia grupowych wiadomości SMS, które mają być zakończone w ich sieciach, wysyłanych przez przedsiębiorstwo JV Co od tych wysyłanych przez jego konkurentów; w związku z tym strony zgłaszające prawdopodobnie nie zaangażują się w utrudnienie dostępu.

- (143) Co więcej, trudno byłoby osiągnąć skoordynowane utrudnienie dostępu. W szczególności z uwagi na brak przejrzystości na rynku hurtowym i na gwałtownie zmieniające się udziały w rynku strony zgłaszające miałyby tylko bardzo ograniczoną możliwość osiągnięcia porozumienia w zakresie strategii utrudnienia dostępu.

- (144) W związku z powyższym jest mało prawdopodobne, aby działanie doprowadziło do znaczącego utrudnienia skutecznej konkurencji na którymkolwiek rynku związanym z działalnością przedsiębiorstwa JV Co w zakresie grupowych wiadomości SMS.

**4.3. Skutki niehoryzontalne – skutki skumulowane**

- (145) Komisja przeanalizowała, jak ważna byłaby dla konkurujących (wirtualnych) operatorów sieci komórkowych możliwość oferowania mobilnego portfela w celu pozostania wiarygodnym konkurentem na rynku detalicznym telefonii ruchomej.
- (146) Większość respondentów badania rynku oczekuje, że przynajmniej w perspektywie krótkoterminowej obecność mobilnych portfeli nie będzie dla konsumentów kluczowym elementem różnicującym podczas wybierania telefonu komórkowego lub umowy dotyczącej czasu połączeń z operatorem sieci komórkowej.
- (147) Ponadto, nawet jeśli posiadanie możliwości zaferowania mobilnego portfela stanie się czynnikiem niezbędnym – co dobitnie stwierdza przedsiębiorstwo Three UK<sup>(36)</sup> – prawdopodobne jest, że przedsiębiorstwo Three UK będzie w stanie zaferować klientom własny mobilny portfel, prawdopodobnie wchodząc w partnerstwo z osobami trzecimi, takimi jak przedsiębiorstwo Google lub instytucje finansowe.
- (148) W oparciu o powyższe stwierdza się, że ze skutków skumulowanych spowodowanych utworzeniem przedsiębiorstwa JV Co najprawdopodobniej nie wyniknie jakikolwiek problem związany z konkurencją.

**4.4. Skutki horyzontalne**

- (149) Komisja zbadała także, czy działanie wzbudzi obawy związane z konkurencją horyzontalną. Ocenę w przedmiotowej sekcji podzielono na dwie części poświęcone odpowiednio rynkowi świadczenia usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela oraz rynkom świadczenia usług reklamy mobilnej i analizy danych. Najbardziej bezpośrednim skutkiem połączenia będzie zanik konkurencji między łączącymi się przedsiębiorstwami.

<sup>(36)</sup> Przedsiębiorstwo Three UK twierdzi, że dostępność mobilnego portfela będzie coraz istotniejszym parametrem konkurencyjności przy wyborze przez konsumentów planu taryfowego u operatora, w miarę jak telefony będą coraz bardziej wielofunkcyjne, a mobilny portfel będzie kolejnym krokiem w już istniejącej naturalnej ewolucji, stając się „czynnikiem higienicznym” w tym sensie, że będzie on integralną częścią telefonu komórkowego, tak jak np. aparat fotograficzny lub dostęp do Internetu.

*Świadczenie usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela i bezpiecznego przechowywania*

- (150) Przedsiębiorstwo JV Co będzie nowym uczestnikiem powstającego rynku świadczenia usług hurtowych w zakresie platform mobilnego portfela. Strony zgłaszające są albo nowymi uczestnikami rynku (na przykład produkt Quicktap przedsiębiorstw Orange/Barclaycard i portfel przedsiębiorstwa Telefónica O2), albo potencjalnymi nowymi uczestnikami rynku. Są one także nowymi lub potencjalnymi nowymi uczestnikami rynku w zakresie bezpiecznego przechowywania.
- (151) Komisja zbadała wspomniane bariery wejścia na ten powstający rynek usług w zakresie platform mobilnego portfela i bezpiecznego przechowywania. W kilku państwach ogłoszono już szereg inicjatyw. Kilka inicjatyw wprowadzono także w Zjednoczonym Królestwie. Potencjalnymi nowymi uczestnikami rynku są banki i instytucje finansowe, inni operatorzy sieci komórkowych/wirtualni operatorzy sieci komórkowych (w szczególności przedsiębiorstwo Three UK) oraz podmioty świadczące usługi w Internecie i *over-the-top*, tacy jak Google i PayPal. Komisja uważa za prawdopodobne, że przedsiębiorstwo Apple wejdzie na rynek, jeżeli warunki rynkowe będą korzystne. Oprócz elementów bezpieczeństwa opartych na karcie SIM dostęp byłby zapewniony także w odniesieniu do wbudowanych elementów bezpieczeństwa i do elementów bezpieczeństwa zawartych w sprzęcie dodatkowym (naklejkach, etykietach itp.). Jak opisano powyżej w sekcjach dotyczących skutków wertykalnych i skumulowanych, strony zgłaszające nie miały ani możliwości, ani zachęty do tego, aby znacząco utrudniać dostęp nowym uczestnikom tego rynku. Sugeruje to, że strony zgłaszające nie byłyby w stanie zapobiec wejściu na rynek niższego szczebla w zakresie detalicznych mobilnych portfeli.
- (152) Na tej podstawie Komisja stwierdza, że działanie prawdopodobnie nie doprowadzi do znaczącego utrudnienia skutecznej konkurencji, ponieważ przedsiębiorstwo JV Co będzie konkurowało z różnymi innymi uczestnikami rynku. W związku z tym, nawet jeżeli działanie wyeliminuje potencjalną konkurencję między stronami zgłaszającymi, prawdopodobnie nie utrudni znacząco skutecznej konkurencji, ponieważ nie będzie w stanie powstrzymać znaczących przedsiębiorstw (na przykład Google, Apple) od wejścia na ten powstający rynek i skutecznego konkurowania z przedsiębiorstwem JV Co.

*Usługi w zakresie analizy danych*

- (153) Obecnie żadna ze stron zgłaszających nie prowadzi indywidualnej działalności świadczenia usług w zakresie analizy danych w dziedzinie usług w zakresie reklamy i transakcji *online* i *offline*. Przedsiębiorstwo JV Co będzie prowadziło w Zjednoczonym Królestwie działalność świadczenia usług w zakresie analizy danych w dziedzinie reklamy i transakcji *online* i *offline*, wykonując analizy w zakresie sprawozdawczości, analizy działalności gospodarczej i analizy w zakresie lojalności.
- (154) Przedsiębiorstwo JV Co będzie świadczyło elementy wszystkich trzech rodzajów usług w zakresie analizy

danych. Przedsiębiorstwo JV Co nie będzie jednak dostarczało oprogramowania do analizy danych<sup>(37)</sup>, ale będzie przedstawiało pewne analizy trendów w sieci, które są także dostarczane przez te przedsiębiorstwa. Podobnie przedsiębiorstwo JV Co nie będzie sprzedawało samych danych (jak czynią to przedsiębiorstwa BlueKai lub Experian), ale zamiast tego będzie sprzedawało informacje uzyskane w wyniku zastosowania usług w zakresie analizy.

- (155) Informacje dostępne dla przedsiębiorstwa JV Co są jednak w dużym stopniu dostępne także dla istniejących i nowych podmiotów rynkowych, takich jak Google, Apple, Facebook, emitenci kart, biura informacji kredytowej lub detaliści<sup>(38)</sup>. Dodatkowo istnieją inne sposoby dotarcia do dużej liczby konsumentów, na przykład poprzez dostawców mediów (niemal wszyscy konsumenci korzystają z usług dostawców mediów). Ponadto przyznano także, że niektóre inne przedsiębiorstwa, takie jak RIM, miałyby dostęp do podobnej ilości danych z telefonów co przedsiębiorstwo JV Co.
- (156) Komisja oceniła także, czy gdyby nie doszło do działania, strony zgłaszające mogłyby świadczyć usługi w zakresie analizy danych (w ramach sieci komórkowych) indywidualnie. Znaczna większość respondentów uważała, że jest to możliwe. Wielu respondentów badania rynkowego uważało jednak, że bardziej efektywne jest istnienie przedsiębiorstwa JV Co jako pojedynczego punktu kontaktowego i że skoro analiza danych nie jest jego podstawową działalnością, świadczenie tej usługi samodzielnie nie uzasadniałoby tej inwestycji.
- (157) Uwzględniając wszystkie dostępne informacje, Komisja stwierdza, że na wszystkich możliwych sektorach rynku przedsiębiorstwo JV Co rzeczywiście miałyby możliwość gromadzenia szerokiego zakresu informacji o konsumentach, które byłyby bardzo cenne ze względu na świadczone przez nie usługi w zakresie analizy danych (w ramach sieci komórkowych) i reklamy. Jednak wielu innych istotnych uczestników rynku o ustalonej pozycji także może zaoferować podobne rozwiązania do rozwiązań przedsiębiorstwa JV Co. W związku z tym innym dostawcom usług reklamowych konkurującym z przedsiębiorstwem JV Co nie utrudniono by dostępu do istotnych czynników produkcyjnych, a utworzenie przedsiębiorstwa JV Co nie miałoby negatywnego wpływu na konkurencję na rynku analizy danych (w ramach sieci komórkowych) ani na usługi w zakresie analizy rynkowej lub w zakresie informacji marketingowych. W związku z tym kwestia, czy gdyby nie doszło do działania, strony zgłaszające weszłyby na rynek indywidualnie, pozostanie otwarta.
- (158) W świetle powyższego działanie prawdopodobnie nie utrudni znacząco skutecznej konkurencji na żadnym z możliwych rynków związanych z działalnością przedsiębiorstwa JV Co w zakresie analizy danych.

<sup>(37)</sup> [...]\*

<sup>(38)</sup> Brak utrudnienia dostępu w działalności w zakresie transakcji pomaga także zapewnić możliwość zgromadzenia przez te przedsiębiorstwa odpowiednich danych po działaniu.



*Usługi reklamowe*

- (159) Przedsiębiorstwo JV Co będzie działało jako pośrednik reklamowy oferujący różnorodne usługi reklamowe, między innymi: reklamę niezwiązaną z wyszukiwaniem (w odniesieniu do operatorów sieci komórkowych lub wirtualnych operatorów sieci komórkowych biorących udział w przedsiębiorstwie JV Co oraz narzędzi osób trzecich), wiadomości SMS typu *push*, inteligentne grupowe wiadomości SMS i wiadomości typu *pull* (kupony i bony).
- (160) Komisja oceniła wpływ utworzenia przedsiębiorstwa JV Co na rynek pośrednictwa w reklamie mobilnej i na wszystkie możliwe sektory rynku. Wiele usług dopiero powstaje, nawet jeżeli analitycy spodziewają się znacznego rozwoju w najbliższej przyszłości<sup>(39)</sup>.
- (161) Żadna ze stron zgłaszających nie jest obecnie zaangażowana oddzielnie w usługi pośrednictwa w odniesieniu do jakiegokolwiek formy reklamy cyfrowej. Każda z nich działa obecnie w bardzo ograniczonym zakresie w dziedzinie sprzedaży własnych narzędzi.
- (162) Komisja uważa, że na ogólnym rynku reklamy mobilnej przedsiębiorstwo JV Co zmierzy się z silnymi globalnymi konkurentami, takimi jak Google (DoubleClick, AdMob, Admeld), Apple (Quattro Wireless/iAd), Yahoo! (Blue Lithium i RightMedia), Microsoft (Screentonic, aQuantive), AOL (AOL Advertising), WPP (24/7 RealMedia), a także z niezależnymi mobilnymi sieciami reklamowymi, takimi jak Millennial Media. Na takim rynku przedsiębiorstwo JV Co działałoby jako alternatywa dla tych podmiotów rynkowych o ustalonej pozycji.
- (163) Komisja oceniła, czy na węższym rynku przesyłania ukierunkowanych wiadomości marketingowych i w szczególności na możliwym sektorze rynku inteligentnych grupowych wiadomości SMS i wiadomości SMS typu *push* przedsiębiorstwo JV Co stałoby się silnym uczestnikiem rynku mającym dostęp do klientów końcowych stron zgłaszających i miałoby możliwość wysyłania im ukierunkowanych wiadomości marketingowych.
- (164) Rynek przesyłania ukierunkowanych wiadomości marketingowych (a w szczególności wiadomości SMS typu *push* i inteligentnych grupowych wiadomości SMS) jest obecnie mało istotny w porównaniu z reklamą mobilną. Ponadto zdolność przedsiębiorstwa JV Co do dostarczania ukierunkowanych wiadomości SMS nie byłaby wyjątkowa, ponieważ istnieją różni uczestnicy rynku (jak Apple lub Google)<sup>(40)</sup>, którzy także posiadają numery telefonów komórkowych (większości) swoich klientów wraz z innymi informacjami o klientach i mogą z łatwością stworzyć podobną usługę lub dostarczać potrzebne dane osobom trzecim<sup>(41)</sup>. Możliwe, że

inne podmioty rynkowe, takie jak emitenci kart kredytowych, systemy płatnicze, detaliści i biura informacji kredytowej, w połączeniu mogłyby także stworzyć oferty lub dostarczać dane osobom trzecim.

- (165) Ponadto należy zauważyć, że nawet na podstawie najwęższej możliwej definicji rynku tylko w zakresie wiadomości SMS typu *push* i inteligentnych grupowych wiadomości SMS przedsiębiorstwo JV Co prawdopodobnie będzie wystarczająco ograniczone przez alternatywne formy przesyłania wiadomości, takie jak powiadomienia IP typu *push* lub przesyłanie wiadomości e-mail.
- (166) Komisja stwierdza, że działanie prawdopodobnie nie utrudni znacząco skutecznej konkurencji na żadnym z możliwych rynków właściwych związanych z usługami reklamowymi przedsiębiorstwa JV Co.

**Koordinacja rynku detalicznego telefonii ruchomej**

- (167) Komisja przeanalizowała także zgodnie z art. 2 ust. 4 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw, czy przedsiębiorstwo JV Co stworzy większą możliwość koordynacji pomiędzy stronami zgłaszającymi w zakresie rynku detalicznego telefonii ruchomej, co należy oceniać według kryteriów określonych w art. 101 ust. 1 i ust. 3 TFUE. Ograniczenie konkurencji na podstawie art. 101 ust. 1 TFUE ma miejsce, gdy koordynacja zachowania konkurencyjnego spółek dominujących jest prawdopodobna i znaczna oraz wynika z utworzenia spółki *joint venture*<sup>(42)</sup>.
- (168) Wszystkie trzy strony zgłaszające prowadzą i nadal będą prowadziły działalność na rynku detalicznym telefonii ruchomej w Zjednoczonym Królestwie, który jest rynkiem sąsiadującym w stosunku do działalności przedsiębiorstwa JV Co.
- (169) Utworzenie przedsiębiorstwa JV Co prawdopodobnie nie wpłynie jednak na żaden z kluczowych parametrów konkurencyjności na rynku detalicznym telefonii ruchomej, takich jak dostępność różnych telefonów komórkowych bądź liczba minut włączonych w abonament, ilość danych lub wiadomości tekstowych.
- (170) Komisja stwierdza, że nie powinno być żadnej praktycznej możliwości koordynacji stron zgłaszających na rynku detalicznym telefonii ruchomej za pośrednictwem przedsiębiorstwa JV Co.

**V. KORZYŚCI ZWIĄZANE Z EFEKTYWNOŚCIĄ**

- (171) Na ogólne skutki działania będą mieć wpływ także prawdopodobne korzyści związane z efektywnością wynikające z tego działania. Chociaż brak jest antykonkurencyjnych skutków niezależnych od korzyści związanych z efektywnością, korzyści te stanowią część ogólnej oceny wpływu na konkurencję.

<sup>(39)</sup> Sprawozdanie Ofcom z sierpnia 2011 r., s. 201–202.

<sup>(40)</sup> Strony zgłaszające podkreślają, że na przykład Apple i Google gromadzą numery telefonów komórkowych, gdy klienci zakładają konta na iTunes lub Google Play.

<sup>(41)</sup> Na podstawie informacji dotyczących innych uczestników rynku Komisja wnioskuję, że przedsiębiorstwa Apple i Google obecnie nie sprzedają bezpośrednio tego typu danych.

<sup>(42)</sup> Zob. decyzję Komisji z dnia 27 maja 1998 r., sprawa IV/JV.1 – *Telia/Telenor/Schibsted*, pkt 28.

- (172) Strony zgłaszające nie przedstawiły szczegółowej analizy wykazującej, że jakiegokolwiek takie korzyści związane z efektywnością spełniają kryteria wytycznych w sprawie połączeń horyzontalnych i w szczególności że nie można ich wypełnić za pomocą rozwiązań alternatywnych w mniejszym stopniu antykonkurencyjnych.
- (173) Nie jest jednak konieczne dokonanie precyzyjnej oceny zakresu tych prawdopodobnych korzyści związanych z efektywnością, biorąc pod uwagę brak antykonkurencyjnych skutków działania niezależnych od tych korzyści.

#### VI. WNIOSK OGÓLNY Z OCENY WPŁYWU NA KONKURENCJĘ NA RYNKACH WŁAŚCIWYCH

- (174) Do powstającego sektora usług komercyjnych oferowanych przez urządzenia przenośne wchodzi kilka zainteresowanych stron i pojawia się w nim kilka różnych technologii. Przedsiębiorstwo JV Co prawdopodobnie nie będzie miało możliwości technicznych i handlowych, ani zachęty do tego, aby znacząco utrudniać dostęp lub utrudniać ekspansję konkurentom w dziedzinie usług hurtowych lub detalicznych w zakresie platform mobilnego portfela, usług reklamowych lub usług w zakresie analizy danych.
- (175) Wystarczająca liczba konkurentów już się pojawiła lub najprawdopodobniej pojawi się w najbliższej przyszłości. Niektórzy z tych konkurentów to przedsiębiorstwa o znaczącej władzy rynkowej, posiadające istotną bazę klientów i wiedzę fachową w swojej dziedzinie. Są wśród nich dostawcy usług finansowych, podmioty branży internetowej i podmioty prowadzące działalność

w zakresie usług *over-the-top*, przedsiębiorstwa, które rozpoczęły już działalność w zakresie płatności *online* oraz inni (wirtualni) operatorzy sieci komórkowych. Komisja nie uważa, że działanie może ustanowić znaczące bariery wejścia, na przykład utrudniając potencjalnym nowym uczestnikom rynku uzyskanie niezbędnych czynników produkcji. W związku z tym Komisja stwierdza, że nawet jeżeli strony zgłaszające nie wystąpią indywidualnie jako rzeczywisti konkurenci z powodu utworzenia przedsiębiorstwa JV Co, pozostała liczba innych konkurentów będzie wystarczająca, aby zapewnić odpowiednią presję konkurencyjną po działaniu. Podobnie Komisja stwierdza, że przedsiębiorstwo JV Co prawdopodobnie nie będzie w stanie hamować innowacji; w rzeczywistości w nadchodzących latach rynek usług komercyjnych oferowanych przez urządzenia przenośne prawdopodobnie nadal będzie się charakteryzował rozwojem nowych inicjatyw i pojawianiem się wielu różnych możliwych zmian handlowych i technicznych.

- (176) Komisja stwierdza, że działanie prawdopodobnie nie doprowadzi do znaczącego utrudnienia skutecznej konkurencji w rozumieniu art. 2 ust. 2 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw na żadnym z rynków właściwych ani na żadnej z potencjalnych części rynku.
- (177) W związku z tym działanie należy uznać za zgodne z rynkiem wewnętrznym i funkcjonowaniem Porozumienia o Europejskim Obszarze Gospodarczym na podstawie art. 8 ust. 1 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw i art. 57 Porozumienia EOG.