

**Decisione della Commissione**

**del 29 settembre 2000**

**che dichiara una concentrazione compatibile con il mercato comune**

**e con il funzionamento dell'Accordo SEE**

(Caso n. COMP/M.1879 - BOEING/HUGHES)

(Il testo in lingua inglese è il solo facente fede)

(Testo rilevante ai fini del SEE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

visto l'Accordo sullo spazio economico europeo (SEE), in particolare l'articolo 57, paragrafo 2, lettera a),

visto il regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio, del 21 dicembre 1989, relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese<sup>1</sup>, modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1310/97<sup>2</sup>, in particolare l'articolo 8, paragrafo 2,

vista la decisione della Commissione, del 26 maggio 2000, di avviare il procedimento nel caso in esame,

sentito il parere del comitato consultivo in materia di concentrazioni<sup>3</sup>,

CONSIDERANDO QUANTO SEGUE:

- (1) Il 18 aprile 2000, la Commissione ha ricevuto, conformemente all'articolo 4 del regolamento (CEE) n. 4064/89 (in appresso "regolamento sulle concentrazioni"), una notifica relativa ad un'operazione di concentrazione progettata, con cui l'impresa The Boeing Company (in appresso "Boeing" o "la parte notificante") acquisisce il controllo, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sulle concentrazioni, del ramo commesse di satelliti e apparecchiature per satelliti dell'impresa Hughes Electronics Corporation (in appresso "Hughes").

---

<sup>1</sup> GU L 395 del 30.12.1989 pag. 1; versione modificata, GU L 257 del 21.9.1990, pag. 13.

<sup>2</sup> GU L 180 del 9.7.1997, pag. 1.

<sup>3</sup> GU ...

- (2) In data 26 maggio 2000, la Commissione ha constatato che l'operazione notificata desta seri dubbi circa la sua compatibilità con il mercato comune e ha deciso, conformemente all'articolo 6, paragrafo 1, lettera c) del regolamento sulle concentrazioni e all'articolo 57, paragrafo 2, lettera a) dell'accordo SEE, di avviare il procedimento nel caso in esame.

## **I. LE PARTI**

- (3) Boeing è una società con sede nel Delaware, attiva nel settore dei velivoli commerciali, degli armamenti e dello spazio, compresa la costruzione ed il lancio di satelliti. Il ramo satelliti di Boeing si occupa essenzialmente della costruzione di satelliti di navigazione per sistemi di posizionamento terrestre ("GPS" - Global Positioning Systems) per il ministero della Difesa americano. Boeing presta servizi di lancio di satelliti a clienti commerciali in tutto il mondo e al governo americano attraverso il proprio programma Delta, interamente finanziato da Boeing. L'impresa è inoltre azionista di minoranza, con una partecipazione del 40%, di Sea Launch, un'altra impresa fornitrice di servizi di lancio. L'impresa comune Sea Launch ha iniziato l'attività nel 1999.
- (4) Hughes è una controllata statunitense di General Motors, operante nel settore dei servizi satellitari (compresi i servizi di telecomunicazioni e di TV a pagamento) e costruzione di satelliti. Il comparto commesse di satelliti e apparecchiature di Hughes, in cui l'impresa opera come capocommessa, è costituito dalle imprese Hughes Space and Communications Company (in appresso "HSC"), Spectrolab Inc. (in appresso "Spectrolab") e Hughes Electron Dynamics (in appresso "HED"). HSC progetta e costruisce satelliti per comunicazioni per conto di clienti commerciali in tutto il mondo, oltre che del ministero della Difesa statunitense e della NASA, mentre Spectrolab e HED producono componenti destinati principalmente a satelliti (quali cellule solari, pannelli solari, tubi ad onde progressive e pile).

## **II. L'OPERAZIONE**

- (5) In data 13 gennaio 2000, Boeing, Hughes ed HSC hanno sottoscritto un Accordo di acquisto di azioni, in base al quale Boeing acquisisce: (a) tutte le azioni in circolazione di HSC; (b) tutte le azioni in circolazione di Spectrolab; (c) le attività di HED; (d) il 2,69% delle azioni ordinarie emesse e circolanti di ICO Global Communications (Holdings) Ltd, detenute a tale data da Hughes e (e) il 2% delle azioni ordinarie emesse e circolanti di Thuraya Satellite TeleCommunications Private Joint Stock Co., in possesso di Hughes a tale data.
- (6) L'accordo prevede inoltre la cessione a Boeing delle azioni, detenute dal gruppo Hughes, di un'impresa comune tra questa e l'impresa Raytheon (in appresso "HRL") operante nel settore della ricerca, previo accordo di Raytheon. In caso contrario, Hughes e Boeing intendono costituire un'impresa comune che consenta a Boeing di beneficiare delle attività di ricerca e sviluppo di HRL.
- (7) Il gruppo Hughes manterrà il possesso di tutte le altre attività, in particolare di Hughes Network Systems, PanAmSat e DirecTV.
- (8) Alla luce di quanto precede, l'operazione progettata si configura come una concentrazione ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b) del regolamento sulle concentrazioni.

### III. DIMENSIONE COMUNITARIA

- (9) La parte notificante ritiene che l'operazione in esame non abbia una dimensione comunitaria e che pertanto esuli dalla sfera di competenza della Commissione, poiché il fatturato realizzato da HSC all'interno del SEE non raggiunge le soglie stabilite dal regolamento sulle concentrazioni. Secondo la parte notificante, il fatturato di HSC a livello comunitario è stato di [...] \* milioni di EUR nel 1999 e di [...] \* milioni di EUR nel 1998.
- (10) HSC ha tuttavia realizzato un fatturato notevole (di circa [...] \* milioni di EUR nel 1999) attraverso l'impresa ICO Global Communications (Holdings) Ltd. (in appresso "ICO"). ICO è un'impresa costituita per fornire servizi di comunicazioni mobili personali via satellite in qualunque parte del globo. Nell'agosto 1999, l'impresa ICO ha chiesto di poter fruire della tutela prevista dal capitolo 11 del codice di diritto fallimentare statunitense (una procedura per le imprese che rischiano il fallimento), ed è stata recentemente ristrutturata. Boeing sostiene che il fatturato di HSC potrebbe risultare superiore alla soglia fissata per il SEE solo nel caso in cui s'includano le vendite di ICO nel SEE.
- (11) Essendo ICO iscritta nel registro delle imprese delle Isole Cayman, ma di fatto gestita a Londra, è determinante stabilire se detta impresa possa essere considerata un'impresa comunitaria per poter decidere se l'operazione ha una dimensione comunitaria. Qualora il fatturato realizzato da HSC attraverso ICO fosse di pertinenza del SEE, l'operazione sarebbe disciplinata dal regolamento sulle concentrazioni. La parte notificante sostiene tuttavia che il predetto fatturato dovrebbe essere di pertinenza delle Isole Cayman.
- (12) Con tali premesse, la Commissione ha chiesto ulteriori ragguagli ad ICO, che ha risposto in data 29 febbraio 2000. Risulta che ICO sia stata costituita a coronamento di un progetto lanciato da Inmarsat (un'organizzazione internazionale con sede a Londra, ora diventata un'impresa quotata nel Regno Unito) finalizzato alla fornitura di servizi di trasmissione dati e comunicazioni vocali a livello mondiale attraverso una rete di telecomunicazioni satellitare. A tale scopo, nel 1994 ICO è diventata una società con personalità giuridica riconosciuta in Inghilterra e nel Galles. La società è stata successivamente liquidata e le attività sono state cedute ad un'impresa delle Isole Cayman, a sua volta trasformata in società con sede legale nelle Bermuda. Questi cambiamenti, tuttavia, che apparentemente hanno avuto finalità essenzialmente fiscale, hanno lasciato immutato l'assetto gestionale dell'impresa. Secondo quanto formalmente dichiarato da ICO, il suo principale centro di attività è Londra, ove si svolge tutta la gestione quotidiana di ICO ed ove è localizzato il 73% del personale, mentre il resto è sparso in diverse sedi nel mondo. Alla luce di quanto precede, l'affermazione delle parti che ICO è un'impresa con sede nelle Isole Cayman (o ancor più precisamente nelle Isole Bermuda) è apparentemente corretta dal punto di vista formale, ma sotto il profilo economico ICO resta palesemente un'impresa con sede nel Regno Unito.
- (13) Nel calcolo del fatturato ai fini del regolamento sulle concentrazioni occorre tenere conto della realtà economica. Infatti, il paragrafo 7 della comunicazione della

---

\* Alcune parti di questo testo sono state redatte in modo da non rivelare informazioni riservate; tali elementi sono racchiusi tra parentesi quadre e contrassegnati con un asterisco.

Commissione sul calcolo del fatturato<sup>4</sup> si afferma che "l'obiettivo delle disposizioni [relative al calcolo del fatturato] è garantire che si giunga a delle cifre che costituiscono una rappresentazione fedele della realtà economica ". Nella fattispecie, quindi, il fatturato realizzato da HSC attraverso ICO dovrebbe essere di pertinenza del Regno Unito.

- (14) Inoltre risulta che, benché il contratto tra HSC ed ICO sia stato formalmente stipulato con un'impresa delle Isole Cayman, il medesimo è stato in ultima analisi negoziato dal personale londinese di ICO e che eventuali modifiche importanti dello stesso sarebbero negoziate a Londra. Se si tiene inoltre conto della piazza su cui è stata effettuata l'operazione, e quindi di dove vi è stata concorrenza tra HSC e le altre imprese appaltatrici nel settore dei satelliti, questa è palesemente il Regno Unito.
- (15) Conformemente a quanto statuito al paragrafo 7 della comunicazione della Commissione sul calcolo del fatturato, il fatturato di HSC realizzato attraverso ICO va quindi considerato di pertinenza del Regno Unito ed incluso nel fatturato all'interno del SEE.
- (16) Il fatturato mondiale aggregato di Boeing e HSC supera i 5 000 milioni di EUR<sup>5</sup> (53 403 milioni di EUR quello di Boeing nel 1999 e 2136 milioni di EUR quello di Hughes nel 1999). Il fatturato aggregato realizzato all'interno della Comunità dalle singole parti supera i 250 milioni di EUR ([...]\* milioni di EUR quello di Boeing nel 1999 e [...]\* milioni di EUR quello di Hughes nel 1999) e nessuna delle due imprese realizza più di due terzi del proprio fatturato totale a livello comunitario in un unico e medesimo Stato membro. L'operazione notificata ha pertanto una dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 2 del regolamento sulle concentrazioni.

#### **IV. COMPATIBILITÀ CON IL MERCATO COMUNE**

- (17) L'entità risultante dalla concentrazione opererà nel campo della costruzione di satelliti e apparecchiature, nonché della fornitura di servizi di lancio di satelliti. Nella decisione del 26 maggio 2000, la Commissione ha espresso seri timori che attraverso l'operazione in esame HSC acquisti o rafforzi una sua eventuale posizione dominante sul mercato dei satelliti commerciali geostazionari ('GEO') per comunicazioni, nonché che si crei una posizione dominante nel mercato dei lanci di satelliti commerciali.
- (18) I risultati dell'indagine approfondita condotta dalla Commissione dimostrano tuttavia che, per le ragioni esposte nelle sezioni A e B, non sussistono preoccupazioni la concorrenza in questi mercati.

#### **A. SATELLITI**

##### **MERCATI DEL PRODOTTO RILEVANTI**

---

<sup>4</sup> GU C 66 del 2.3.1998, pag. 25.

<sup>5</sup> Fatturato calcolato a norma dell'articolo 5, paragrafo 1, del regolamento sulle concentrazioni e della comunicazione della Commissione sul calcolo del fatturato (GU C 66 del 1998, pag. 25). Qualora i valori comprendano il fatturato del periodo anteriore al 1° gennaio 1999, questi sono calcolati in base ai tassi di cambio medi dell'ECU e tradotti in EUR in rapporto 1a 1.

- (19) I satelliti sono veicoli spaziali complessi orbitanti o ruotanti attorno ad un corpo celeste. I satelliti possono essere utilizzati per diverse applicazioni (comunicazioni, navigazione, osservazione e scopi scientifici), e destinati a clienti civili e militari.
- (20) La parte notificante sostiene che i mercati del prodotto dei satelliti possono essere suddivisi in base a due elementi: (i) il tipo di cliente, e (ii) l'orbita satellitare.
- (21) Secondo Boeing i satelliti per scopi civili venduti a clienti commerciali, i satelliti per scopi civili venduti ad enti o amministrazioni pubbliche ed i satelliti militari costituiscono altrettanti mercati del prodotto distinti. In primo luogo, i satelliti venduti ad enti o amministrazioni pubbliche appartengono ad un mercato del prodotto distinto da quello dei satelliti commerciali, in quanto sono di norma prodotti specializzati e i satelliti commerciali sono spesso derivati dai primi. In ragione di tali differenze le condizioni di concorrenza tra i satelliti commerciali e i satelliti pubblici sono diverse: la concorrenza nel settore commerciale è incentrata sulle “tecniche di produzione di massa”, mentre la concorrenza nei mercati pubblici si fonda su un maggior grado di specializzazione e coinvolgimento del cliente. Secondo, i satelliti militari costituiscono un mercato del prodotto specifico, in quanto, diversamente dagli altri satelliti, devono soddisfare requisiti estremamente rigorosi per quanto riguarda le apparecchiature, con conseguenti specificazioni del prodotto più rigide, programmi di collaudo più severi ed impiego di componenti non utilizzati in altri satelliti.
- (22) Boeing sostiene inoltre che i satelliti con orbite geostazionarie o geosincrone (i cosiddetti satelliti “GEO”- GEosynchronous Orbit) ed i satelliti non geostazionari o con orbite non geosincrone (satelliti “NGSO” (Non- GeoSynchronous Orbit), ossia i satelliti “LEO” (Low Earth Orbit) e i satelliti “MEO” (Medium Earth Orbit) rientrano in diversi mercati del prodotto, poiché dal punto di vista della domanda ciascun genere di orbita presenta vantaggi e svantaggi precisi, per cui ciascun tipo di satellite è intrinsecamente più idoneo ad un uso diverso (ad esempio la maggiore vicinanza alla terra dei satelliti LEO li rende più adatti al telerilevamento ad alta risoluzione). Dal punto di vista dell'offerta inoltre, il tempo necessario per dimostrare la capacità tecnica di costruire un satellite con un'orbita differente può variare tra i tre e i cinque anni. In particolare, i satelliti GEO sono molto più costosi (100 milioni di USD per un satellite GEO, rispetto a 10 milioni di USD per un satellite LEO), complessi, pesanti ed hanno una durata più lunga dei satelliti non geostazionari.
- (23) In precedenti decisioni<sup>6</sup>, la Commissione ha ripartito il settore dei satelliti principalmente in base alle applicazioni, facendo una distinzione tra satelliti per comunicazioni (ed eventualmente per navigazione), da un lato, e satelliti per osservazione e scopi scientifici, dall'altro, in ragione delle diverse capacità tecnologiche e conoscenze specifiche richieste per queste varie applicazioni. La Commissione ha inoltre prospettato l'esistenza di mercati del prodotto separati per i satelliti militari e i satelliti per applicazioni civili (principalmente perché le condizioni di concorrenza per le applicazioni militari e civili sono diverse) e la possibilità di procedere ad un'ulteriore segmentazione in base al tipo di orbita. Si è inoltre considerata un'ulteriore distinzione per tipo di cliente (operatore commerciale o amministrazione pubblica), anche se solo per la definizione dei mercati geografici.

---

<sup>6</sup> Cfr. ad esempio il caso COMP/M.1636-MMS/DASA/Astrium, decisione della Commissione del 21.3.2000, non ancora pubblicata.

- (24) I risultati dell'indagine condotta dalla Commissione confermano in generale che: (a) i satelliti per le comunicazioni, per la navigazione, e per l'osservazione e scopi scientifici rientrano in mercati del prodotto distinti; (b) le condizioni di concorrenza per i satelliti commerciali, i satelliti pubblici per scopi civili ed i satelliti militari sono diverse; e (c) si dovrebbe distinguere tra satelliti GEO e satelliti non geostazionari, benché questa ripartizione possa essere più pertinente per i satelliti per comunicazioni che non per i satelliti per osservazione o per scopi scientifici (dato che la maggioranza di questi ultimi sono di tipo non geostazionario, e anche perché, probabilmente, in ragione della specificità dei singoli satelliti per osservazione e scientifici, il possesso di determinati modelli costruttivi o di esperienza in un determinato tipo di orbita è forse meno importante che non nel caso dei prodotti “di massa” per comunicazioni).
- (25) Dalle stime delle parti risulta tuttavia che tutti i satelliti commerciali GEO sono utilizzati per le comunicazioni e che quasi tutti i satelliti commerciali non geostazionari sono anch'essi adibiti a tale uso. Conseguentemente, l'eventuale ulteriore ripartizione dei satelliti commerciali in base all'applicazione (ad esempio: comunicazioni, navigazione, osservazione e scopi scientifici) non incide sulla valutazione sotto il profilo della concorrenza della concentrazione progettata.
- (26) Inoltre, al fine del presente procedimento non occorre operare una distinzione più precisa dei mercati del prodotto per i satelliti, in quanto in tutti i mercati alternativi definiti in questo contesto l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo la concorrenza effettiva all'interno del SEE o in una sua parte sostanziale.

#### **MERCATI GEOGRAFICI RILEVANTI**

- (27) La parte notificante sostiene che i mercati dei satelliti commerciali siano di dimensione mondiale. Quest'affermazione è conforme alle precedenti decisioni della Commissione<sup>7</sup> [ad esempio] ed è ampiamente corroborata dai risultati dell'indagine della Commissione.
- (28) Boeing sostiene altresì che i mercati geografici dei satelliti pubblici (civili e militari) sono di estensione nazionale o al massimo regionale. Nella decisione Astrium<sup>8</sup>, la Commissione ha stabilito che vi è un mercato europeo occidentale<sup>9</sup> dei satelliti acquistati dalle agenzie spaziali, poiché in questo settore i satelliti di tali enti sono principalmente acquistati dall'Agenzia Spaziale Europea (ESA), che aggiudica gli appalti in base al principio di equa ripartizione geografica (in proporzione al contributo all'agenzia medesima). Inoltre, la Commissione ha rilevato che vi possono essere mercati nazionali per i satelliti pubblici (a scopi civili) negli Stati membri in cui le agenzie spaziali applicano procedure d'appalto analoghe. Da ultimo, la Commissione ha prospettato l'esistenza di un mercato mondiale dei satelliti militari, acquistati mediante gare d'appalto cui partecipano imprese capocommessa della Comunità e degli Stati Uniti, ma che apparentemente sussistono ancora mercati di dimensione nazionale negli Stati membri ove i satelliti sono acquistati attraverso appalti aggiudicati unicamente ad imprese capocommessa nazionali. Tuttavia, al fine dell'esame del presente esame non

---

<sup>7</sup> Cfr. il caso IV/M.437-Matra Marconi Space/British Aerospace Systems, par. 22, decisione della Commissione del 22.8.1994, e il caso COMP/M.1636-MMS/DASA/Astrium.

<sup>8</sup> Cfr. ad esempio il caso COMP/M.1636-MMS/DASA/Astrium.

<sup>9</sup> Al fine dell'esame del presente caso, per Europa occidentale s'intende il SEE e la Svizzera (e comprende pertanto tutti gli Stati membri dell'Agenzia spaziale europea).

occorre delineare in modo più preciso i mercati geografici dei satelliti pubblici (per scopi civili e militari), in quanto in tutti i mercati geografici definibili in questo contesto l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo l'effettiva concorrenza nel SEE o in una sua parte sostanziale.

#### **VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA**

- (29) HSC e Boeing sono entrambe imprese capocommessa operanti nel settore dei satelliti. L'operazione non causerà tuttavia una diretta duplicazione dell'attività delle parti, visto che solo HSC opera nel segmento commerciale e né HSC né Boeing hanno fornito satelliti GEO o satelliti non geostazionari a clienti europei. Va altresì rilevato che i satelliti di Boeing e HSC sono utilizzati per applicazioni diverse (per comunicazioni quelli di HSC e per navigazione quelli di Boeing) ed hanno dimensioni ed orbite diverse (i satelliti di HSC sono di tipo GEO e MEO, mentre quelli di Boeing sono satelliti LEO).
- (30) In questo contesto, la parte notificante afferma che l'operazione non ha effetti trasversali sui mercati. In considerazione tuttavia della quota detenuta da HSC nel mercato dei satelliti commerciali per comunicazioni, occorre esaminare se, con l'apporto dell'attività di Boeing nel settore dei satelliti, si accresce l'attuale forte posizione di HSC, segnatamente nel mercato dei satelliti commerciali geostazionari.

#### ***Caratteristiche del mercato***

- (31) I satelliti commerciali GEO per comunicazioni sono dei satelliti di grandi dimensioni (il carico utile di più della metà dei satelliti GEO supera le 9 000 libbre (circa 4 500 kg) rotanti su orbite geosincrone, ed adibiti a diversi servizi quali la telefonia, la trasmissione di dati, la diffusione radiotelevisiva via etere e cavo, nonché i servizi diretti di radiodiffusione.
- (32) La domanda proviene da gestori di satelliti commerciali, tra cui si annoverano grandi istituti internazionali quali Intelsat o Inmarsat oppure società private, che forniscono direttamente servizi finali o affittano la capacità del satellite a gestori di servizi quali società televisive, società di telecomunicazioni, ecc.
- (33) Dall'indagine della Commissione risulta che i satelliti sono quasi sempre commissionati mediante gare d'appalto internazionali cui partecipano numerose imprese capocommessa operanti nel settore dei satelliti quali HSC, Space Systems/Loral ("SS/Loral"), Lockheed Martin, Alcatel Space Industries ("Alcatel") o Astrium. In considerazione delle notevoli perdite d'introiti (fino a un milione di USD al giorno) causate da eventuali guasti del satellite, risulta inoltre che la selezione dell'impresa capocommessa nel settore dei satelliti si basa principalmente sull'affidabilità ed il prezzo; altri importanti fattori sono la durata di vita e il tempo di costruzione.
- (34) In prospettiva dell'avvento di costellazioni di satelliti non geostazionari, di dimensioni inferiori, anch'essi in grado di offrire servizi di comunicazioni (quali telefonia mobile, messaggistica personale ('paging'), trasmissione di dati e messaggistica a distanza), e della saturazione di punti e degli 'slot' orbitali utilizzati dai satelliti GEO, si prevede che il mercato dei satelliti geostazionari si svilupperà nelle tre seguenti direzioni: (i) stabilizzazione, o addirittura riduzione del numero di satelliti commissionati; (ii) aumento della massa e della potenza media dei satelliti; e (iii) focalizzazione sui servizi

a larga banda (che non possono essere economicamente offerti dai satelliti di minori dimensioni).

### ***Soggetti del mercato***

- (35) I satelliti GEO per comunicazioni sono offerti principalmente da cinque imprese capocommessa statunitensi od europee operanti nel settore dei satelliti, precisamente: HSC, SS/Loral, Lockheed Martin, Alcatel ed Astrium. Risulta che tutte queste cinque imprese costruiscono sia satelliti GEO che satelliti non geostazionari per comunicazioni, destinati a clienti sia istituzionali che commerciali.
- (36) Sulla base degli ordinativi mediamente emessi dal 1997 per satelliti commerciali GEO per comunicazioni, HSC detiene una quota di mercato pari a [tra il 35% ed il 45%]\*, seguita da Lockheed Martin [tra il 25% ed il 35%]\*, Alcatel [tra il 10% ed il 20%]\*, SS/Loral [tra il 10% ed il 20%]\* ed Astrium [tra il 0% ed il 10%]\*.

### ***Incidenza dell'operazione***

- (37) Nella decisione adottata il 26 maggio 2000, la Commissione rileva la possibilità che le indicazioni della quota di mercato detenuta da HSC potrebbero sottovalutare la reale posizione dell'impresa sul mercato. Anzitutto, i terzi interessati hanno affermato che HSC godrebbe di una serie di vantaggi, sotto il profilo della concorrenza, rispetto alle altre imprese capocommessa operanti nel settore dei satelliti, in termini principalmente di reputazione di eccellenza e di affidabilità superiore a quella di altri concorrenti, nonché di minori costi, grazie ai maggiori volumi di vendita (nel settore sia commerciale che militare). In secondo luogo, è emerso che il successo di HSC potrebbe essere limitato dal fatto che appartenendo al gruppo Hughes, a struttura verticalmente integrata, operante nel settore a valle della gestione di satelliti (attraverso PanAmSat, DirecTV e Hughes Network Systems), l'impresa potrebbe essere considerata al contempo sia come un grande fornitore che un grande concorrente dei propri clienti. Dei documenti interni trasmessi dalle parti prospettano la possibilità che questo abbia indotto un numero cospicuo di gestori di satelliti a non acquistare satelliti da HSC.
- (38) Si è pertanto ritenuto che la posizione di HSC sul piano della concorrenza sia meglio illustrata dalla percentuale di contratti che l'impresa ha vinto nelle gare d'appalto, pari a [tra 40 e 60%]\*. I terzi interessati hanno indicato espressamente che a loro avviso HSC detiene una posizione dominante nel mercato dei satelliti commerciali GEO per comunicazioni.
- (39) Sebbene non si riscontrino duplicazioni d'attività tra Boeing e HSC nei mercati dei satelliti, la Commissione ha altresì rilevato indicazioni che l'operazione potrebbe rafforzare la posizione di HSC sul mercato. Anzitutto, si è stabilito che l'eliminazione del legame tra HSC ed il gruppo Hughes potrebbe permettere all'impresa di accedere all'intero mercato, riuscendo in tal modo ad incrementare la propria quota di mercato (portandola eventualmente al livello di quella dei contratti vinti, ossia [tra il 40% e il 60%]\*).
- (40) In secondo luogo, è stato indicato che le imprese capocommessa nel settore dei satelliti attualmente acquistano certe apparecchiature satellitari (segnatamente celle solari, pile e amplificatori di tubi ad onde progressive) da Hughes (in particolare da Spectrolab e HED). In questo contesto, i terzi interessati hanno espresso il timore che con

l'operazione progettata Boeing possa riservarsi l'acquisto delle suddette apparecchiature per i propri satelliti, riducendo la capacità disponibile ai terzi in misura tale da indebolire la loro posizione rispetto a HSC.

- (41) Alla luce di quanto precede, la Commissione ha pertanto esaminato se l'operazione possa aumentare ulteriormente il divario tra HSC e i concorrenti. In considerazione dell'apparente esistenza di economie di scala nella costruzione di satelliti (in quanto una quota notevole dei costi dei satelliti è rappresentata dall'ammortamento dei costi pregressi non recuperabili), si temeva che ciò potesse creare o rafforzare un'eventuale posizione dominante di HSC nel mercato dei satelliti GEO.
- (42) Tuttavia, i risultati dell'indagine approfondita condotta dalla Commissione indicano che l'operazione non creerà o rafforzerà una posizione dominante. In primo luogo, va rilevato che i mercati dei satelliti funzionano mediante le gare d'appalto e la presenza o meno di prodotti alternativi, credibili, a quelli di HSC incide sulle condizioni di concorrenza. In quest'ottica, e considerate le posizioni di mercato di Lockheed Martin [quota di mercato tra il 20% e il 40%]\*, SS/Loral [tra il 10% ed il 20%]\* ed Alcatel [tra il 10% ed il 20%]\*, sembra che HSC resti in concorrenza con altre imprese capocommessa di grandi dimensioni e credibili.
- (43) Secondo, dall'indagine della Commissione risulta che gli asseriti vantaggi di HSC sul piano della concorrenza siano probabilmente sopravvalutati. La maggioranza dei clienti, ad esempio, ha affermato di non ritenere che i satelliti di HSC siano più affidabili di quelli di altre imprese capocommessa costruttrici di satelliti, ed alcuni terzi interessati hanno precisato che, benché i satelliti di HSC storicamente abbiano goduto la fama di prodotti perfetti ed affidabili, anch'essi hanno avuto dei problemi negli ultimi anni. Analogamente, la maggioranza dei clienti ha affermato di non ritenere che HSC abbia un vantaggio sostanziale in termini di costi rispetto ai concorrenti. Da ultimo, sulla base dei principali criteri di valutazione utilizzati dai clienti non risulta che HSC sia considerato l'offerente migliore nella maggioranza dei casi. L'esistenza di alternative credibili ai satelliti di HSC è inoltre corroborata dal fatto che HSC si è aggiudicata solo [...] dei 29 ordini di satelliti emessi dall'inizio del 2000. Alla luce di quanto precede, si può pertanto concludere che HSC non detiene una posizione dominante nel mercato dei satelliti commerciali GEO.
- (44) A ciò si aggiunga che non vi sono elementi che inducano a ritenere che dopo l'operazione progettata gli acquisti di Boeing presso Spectrolab ed HED ridurranno gli incentivi di questi fornitori a vendere celle solari, pile ed amplificatori di tubi ad onda progressiva ad altre imprese capocommessa. Ciò è evidente per gli amplificatori di tubi ad onda progressiva, visto che Boeing non acquista tali prodotti. Questo discorso vale anche per le celle solari e le pile, perché HSC ha apparentemente una notevole sovraccapacità per la maggioranza delle suddette apparecchiature, che non potrebbe essere assorbita neppure dall'intera domanda potenziale di Boeing, in particolare se si considera che Boeing già acquista la maggioranza delle sue celle solari da Spectrolab e non acquista amplificatori di tubi ad onda progressiva. Secondo, le celle solari e le pile sono prodotti essenzialmente standardizzati, acquistabili a condizioni concorrenziali da altri fornitori alternativi. In terzo luogo, attualmente la maggioranza delle imprese capocommessa (anche la più grande) non acquistano attrezzature da HSC, per cui anche qualora HSC diminuisse le forniture a terzi non sorgerebbero problemi sotto il profilo della concorrenza.

- (45) Dall'indagine della Commissione risulta inoltre che, benché Hughes posseda imprese che gestiscono satelliti (precisamente PanAmSat, DirecTV e Hughes Network Systems), la possibilità che HSC sia considerata al contempo concorrente e fornitore di altri gestori di satelliti non ha scoraggiato la maggioranza dei clienti dall'acquistare satelliti da HSC. Quindi, l'operazione non dovrebbe portare ad un incremento sostanziale dei contratti per satelliti di HSC, e non dovrebbe perciò creare sostanzialmente nuove opportunità per HSC.
- (46) Al contrario, sembra che, eliminando il legame tra HSC e le società di Hughes che gestiscono satelliti (PanAmSat, DirecTV e Hughes Network Systems), l'operazione probabilmente renderà questi gestori più ben disposti a rivolgersi ad altre imprese capocommessa. Considerato che gli acquisti delle società facenti capo a Hughes, operanti nel settore dei satelliti, hanno rappresentato circa il [35%-45%]\* delle commesse di satelliti di HSC nel periodo compreso tra il 1997 ed il 1999, l'operazione progettata potrebbe pertanto indebolire sostanzialmente la posizione concorrenziale di HSC anziché rafforzarla.
- (47) Alla luce di quanto precedentemente esposto, si può concludere che l'operazione non creerà o rafforzerà una posizione dominante nei mercati dei satelliti, che possa effettivamente ostacolare la concorrenza nel SEE o in una sua parte sostanziale.

## **B. SERVIZI DI LANCIO**

### **MERCATI DEL PRODOTTO RILEVANTI**

- (48) I vettori sono utilizzati per mettere i satelliti nelle orbite spaziali. I servizi necessari per lanciare i satelliti in orbita sono designati col termine servizi di lancio dei satelliti. In generale, si distinguono due tipi di vettori: i vettori monouso (gettabili), che vengono gettati durante il processo di lancio, ed i vettori parzialmente o interamente riutilizzabili. Nella pratica, tuttavia, i servizi di lancio sono effettuati quasi esclusivamente con vettori monouso.
- (49) I vettori gettabili possono essere suddivisi in diversi gruppi di prodotto, in base alla massa utile che il vettore è in grado di lanciare in orbita. In particolare, Boeing sostiene che i satelliti LEO e MEO possono e sono di fatto lanciati mediante un'ampia gamma di veicoli di lancio (comprendente vettori di dimensioni minori e maggiori), ma i satelliti GEO di peso mediosuperiore (cioè quelli la cui massa supera le 4 000 libbre o circa 1 800 kg) possono essere lanciati unicamente da veicoli di lancio di maggiori dimensioni (in appresso denominati 'vettori spaziali per carichi pesanti'). Di conseguenza, Boeing ipotizza che vi siano due mercati del prodotto: un mercato generale dei servizi di lancio, comprendente tutti i lanci di satelliti, e un sottomercato per i servizi di lancio di satelliti GEO di peso intermedio e superiore (effettuati unicamente mediante vettori spaziali per carichi pesanti).
- (50) L'indagine della Commissione corrobora in linea generale l'affermazione che i vettori spaziali per carichi pesanti rientrano in un mercato del prodotto specifico, poiché sono gli unici in grado di mettere in orbita i satelliti GEO di maggiori dimensioni. Questo

risultato concorda con le conclusioni contenute nelle precedenti decisioni<sup>10</sup> della Commissione, in cui si è prospettata una segmentazione del settore dei servizi di lancio in base alla dimensione del satellite lanciato o alla capacità del vettore spaziale ai fini della definizione del mercato del prodotto.

- (51) Tuttavia, si rileva anzitutto un'apparente contraddizione nelle definizioni dei mercati proposte da Boeing. Se è vero che i satelliti GEO di peso intermedio e superiore possono essere lanciati unicamente da vettori spaziali per carichi pesanti, allora il lancio di questo tipo di satelliti GEO non è sostituibile con alcun altro servizio di lancio e pertanto non può essere incluso in un mercato del prodotto di più ampio. In quest'ottica, non può esistere un mercato generale del prodotto, comprendente tutti i lanci di satelliti. Sarebbe più coerente considerare i due seguenti mercati del prodotto: un mercato dei servizi di lancio per tutti i satelliti GEO, esclusi quelli di peso intermedio e superiore, ed un mercato dei servizi di lancio per i satelliti GEO di peso intermedio e superiore.
- (52) Inoltre, i terzi interessati hanno espresso critiche riguardo alla definizione del mercato del prodotto proposta dalla parte notificante relativa ai servizi di lancio per i satelliti GEO di peso intermedio e superiore. A loro dire, contrariamente a quanto proposto da Boeing, la segmentazione del mercato del prodotto non dovrebbe essere basata sulla dimensione e l'orbita del satellite, ma sulla categoria del vettore spaziale. I terzi in questione ritengono che i servizi offerti dai vettori spaziali per carichi pesanti non sono sostituibili con quelli offerti da altri vettori, indipendentemente dalla dimensione e dall'orbita del satellite considerato. Ad esempio, sembra che taluni satelliti non geostazionari possano essere lanciati solo dai vettori di maggiori dimensioni.
- (53) In tal caso, il "sottomercato" del prodotto dovrebbe abbracciare i servizi di lancio offerti dai vettori di dimensioni grandi od intermedie. Questo mercato alternativo comprenderebbe tutti i lanci di satelliti effettuati mediante vettori spaziali per carichi pesanti e sarebbe pertanto più vasto del mercato dei servizi di lancio dei satelliti GEO di peso intermedio e superiore, prospettato da Boeing (che non comprende i satelliti non geostazionari o i lanci di satelliti GEO di piccole dimensioni effettuati mediante vettori spaziali per carichi pesanti). Questa definizione alternativa del mercato presenterebbe il vantaggio di determinare in modo più accurato la collocazione dei diversi vettori sotto il profilo della concorrenza, in quanto includerebbe tutti i lanci che questi effettuano. D'altro canto, essa presupporrebbe che i vettori spaziali per carichi pesanti non siano in concorrenza con i vettori di minori dimensioni, nemmeno per i piccoli satelliti, cosa che non è stata dimostrata.
- (54) Altri terzi interessati accettano la definizione proposta di Boeing di un mercato del prodotto specifico dei servizi di lancio per satelliti GEO di peso intermedio e superiore, ma criticano la linea di demarcazione fissata per tale categoria (4 000 libbre). In particolare si è ipotizzato che non vi sia una distinzione rigorosa tra satelliti piccoli e grandi, e che la suddetta soglia sia stata appositamente suggerita per escludere il vettore Delta II della Boeing da questo sottomercato del prodotto. Non è tuttavia certo che scegliendo valori di riferimento diversi l'esito della valutazione sotto il profilo della concorrenza sarebbe molto diverso, visto che apparentemente il peso medio dei satelliti

---

<sup>10</sup> Cfr. il caso IV/M.1564 - Astrolink, decisione della Commissione del 25.6.1999 ed il caso COMP/M.1636-MMS/DASA/Astrium.

GEO è di 6 000 libbre (con una tendenza all'aumento), e che il 75% - 90% dei satelliti geostazionari rientra nella categoria dei satelliti di peso intermedio e superiore.

- (55) Tuttavia, al fine della presente decisione non occorre una più precisa delimitazione dei mercati del prodotto di riferimento per i servizi di lancio, poiché con nessuno dei mercati definiti in alternativa la concorrenza nel SEE o in una sua parte sostanziale risulterebbe ostacolata in modo significativo.

#### **MERCATI GEOGRAFICI RILEVANTI**

- (56) Boeing sostiene che i lanci per conto di clienti istituzionali e per clienti commerciali rientrano in mercati geografici diversi. I mercati geografici dei servizi di lancio sono di dimensione mondiale nel caso di applicazioni commerciali, mentre i mercati dei lanci di satelliti pubblici (civili o militari) sono di portata nazionale o regionale. Questa differenza è determinata dal fatto che, analogamente a quanto avviene per i satelliti, gli enti e le amministrazioni pubbliche tendono a prediligere, ove possibile, i fornitori di servizi di lancio nazionali o per lo meno regionali.
- (57) Questa constatazione concorda con la decisione Astrolink, in cui la Commissione ha stabilito che i lanci commerciali devono essere distinti dai lanci militari, vincolati per natura, e dagli altri lanci per conto delle amministrazioni pubbliche (non soggetti al regime di libera concorrenza, anche se i vettori usati per i diversi clienti sono simili). Queste definizioni hanno trovato ampio riscontro nei risultati dell'indagine condotta dalla Commissione.

#### **VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA**

- (58) Boeing è attiva nel settore dei servizi di lancio, ove opera con i vettori della serie Delta (Delta II, Delta III e, dal 2001, Delta IV). Si dice che il vettore Delta II sia il vettore per lanci commerciali con la più lunga storia e con il maggior numero di voli. Gode di un'ottima reputazione di affidabilità, ma la sua capacità di lancio è limitata (4 000 libbre), non sufficiente per la maggioranza delle missioni di satelliti commerciali GEO. Il nuovo Delta III ed il futuro Delta IV potranno trasportare carichi utili molto maggiori, ma il vettore Delta III è attualmente svantaggiato, poiché dei tre primi lanci effettuati solo uno è andato a buon fine, mentre il vettore Delta IV è ancora in fase di sviluppo e perciò finora non ha mai volato.
- (59) Boeing ha inoltre una partecipazione del 40% in Sea Launch, una società plurinazionale con la partecipazione dell'impresa russa RSC-Energia (25%), nonché con la norvegese Kvaerner Maritime (20%) e l'impresa ucraina Yuzhnoye/PO Yuzhmash (15%). Sea Launch gestisce lo Zenit 2, una navicella costruita in Ucraina (che utilizza lo stadio superiore Block DM fabbricato da Energia), che viene lanciata da una piattaforma marina che si sposta tra la California e le acque equatoriali. Il primo lancio di Sea Launch è stato effettuato a marzo del 1999. Anche l'affidabilità di questo vettore è incerta, dato il fallimento del terzo volo.
- (60) Boeing sostiene che la sua quota di partecipazione, pari al 40% del capitale di Sea Launch, non gli permette di controllare dell'impresa, in quanto i programmi di Delta e di Sea Launch sono commercializzati e gestiti separatamente. Risulta tuttavia che Boeing può esercitare il diritto di veto nel quadro di numerose decisioni strategiche di Sea Launch, tra cui le modifiche ai piani aziendali (che devono essere approvati

all'unanimità dei soci), la nomina dei massimi dirigenti e la stipulazione di contratti con clienti terzi e con i principali fornitori (per i quali è richiesta la maggioranza del 67%). Inoltre, Boeing ha nominato tre dei cinque massimi dirigenti di Sea Launch (segnatamente il presidente ed il direttore generale, il vicepresidente e segretario per gli affari aziendali ed il vicepresidente della divisione lanci). Si conclude perciò che Boeing detiene il controllo congiunto di Sea Launch.

- (61) HSC non è attiva nei servizi di lancio ma, come indicato al paragrafo 36, è il maggiore fornitore di satelliti commerciali GEO lanciati in orbita da veicoli di lancio. Occorre pertanto esaminare se combinando le posizioni di HSC e Boeing in questi mercati complementari si possa creare o rafforzare una posizione dominante nei servizi di lancio.
- (62) L'indagine condotta dalla Commissione conferma che quasi tutti i clienti annettono grande importanza alla selezione del vettore che da ultimo lancerà il loro satellite nello spazio. L'affidabilità e la prestazione comprovata sono i criteri più importanti cui i clienti fanno riferimento nel giudicare e valutare i potenziali operatori di servizi di lancio. Secondo quanto emerso dall'indagine condotta presso i clienti, il prezzo è sempre preso in considerazione al momento della scelta finale. Tuttavia, i clienti hanno altresì indicato chiaramente che la sicurezza del lancio è la massima priorità e che per tale motivo sono disposti a pagare un prezzo più elevato, pur di evitare eventuali fallimenti che nuocerebbero alla società sotto il profilo sia finanziario che commerciale. Infine, la dimensione del fornitore dei servizi di lancio non è apparentemente un fattore critico nella decisione finale dei clienti nel settore dei satelliti.

### ***Caratteristiche del mercato***

#### *Modalità delle commesse*

- (63) I servizi di lancio sono di norma venduti separatamente dal satellite. Con questa formula (nota con il termine "DOG" - Delivery on the Ground - consegna a terra), il gestore del satellite stipula due contratti: uno (con l'impresa capocommessa) per la fornitura del satellite ed uno (con il gestore di servizi di lancio) per la prestazione del relativo servizio di lancio.
- (64) Negli ultimi anni tuttavia le imprese capocommessa nel settore dei satelliti offrono sempre più frequentemente un nuovo tipo di contratto (che i clienti accettano o richiedono sempre più) designato con la sigla "DIO" (Delivery In Orbit - consegna in orbita). Con questa formula, il cliente commissiona al costruttore di satelliti un pacchetto completo e questi deve, nell'ambito di un unico contratto, fornire sia il satellite che il servizio di lancio. Il fornitore designato in base a questa formula di contratto è pertanto responsabile dell'organizzazione del lancio del satellite.
- (65) Il vantaggio della formula DIO è la semplificazione dei rapporti con l'impresa capocommessa. Visto che in un contratto DIO la responsabilità della consegna e del lancio del satellite è trasferita all'impresa capocommessa costruttrice del satellite, questa formula evita che i clienti debbano affrontare una serie di rischi quali ritardi, problemi di interfaccia satellite/vettore o compatibilità ecc., che sorgono normalmente nell'interazione tra il contratto per il satellite ed il contratto per il servizio di lancio. D'altro canto, questa formula di contratto (DIO) sembra ridurre la possibilità del cliente di seguire i progressi del contratto e le scelte operate dall'impresa capocommessa che

costruisce il satellite (comprese quelle relative alle operazioni di lancio). I clienti hanno dichiarato che un contratto d'acquisto con la formula DIO può risultare più costoso di un contratto di tipo DOG. Di conseguenza, la formula DIO sembra essere scelta principalmente dai piccoli clienti, privi delle risorse interne necessarie per gestire il processo richiesto dalla formula DOG.

- (66) In entrambi i procedimenti d'acquisto, la selezione dell'operatore per il servizio di lancio è condotta attraverso una gara d'appalto internazionale cui partecipano i principali operatori di servizi di lancio di tutto il mondo. Dall'indagine della Commissione risulta che, visto che gli eventuali ritardi o un fallimento comportano per il gestore del satellite notevoli perdite d'introiti (fino a un milione di USD al giorno) e che nessuna assicurazione sembra coprire tali rischi, la selezione del veicolo di lancio si basa essenzialmente sull'affidabilità e sul prezzo, ma anche la flessibilità del programma di lancio è un fattore importante.

#### *Integrazione tra satellite e veicolo di lancio*

- (67) Per poter essere lanciato con successo nello spazio, il satellite deve essere compatibile con il veicolo di lancio prescelto. La compatibilità può essere il frutto di un adattamento caso per caso, ma anche essere garantita dall'esito di lanci precedenti o da accordi di compatibilità.
- (68) Nell'ambito di un acquisto di tipo DOG, i clienti generalmente inviano inviti a proporre offerte sia alle imprese capocomessa che costruiscono satelliti sia agli operatori di servizi di lancio. Detti inviti o richieste possono essere inviati sia contemporaneamente sia in fasi diverse, a seconda del cliente. In questo stadio, i clienti di norma scelgono il costruttore del satellite e selezionano in via preliminare diversi potenziali veicoli di lancio. In genere, la selezione del costruttore del satellite avviene 24 - 36 mesi prima della data di lancio, ed il relativo contratto è firmato prima della selezione finale del fornitore del servizio di lancio. In questa prospettiva, nonché per avere delle alternative in sede di selezione definitiva del veicolo di lancio, i clienti di solito esigono che il costruttore del satellite ne garantisca la compatibilità con diversi veicoli di lancio (che non sono necessariamente designati).
- (69) Dopo l'aggiudicazione del contratto, e benché in teoria sia il satellite a dover essere adattato al vettore e non viceversa, il costruttore del vettore e il costruttore del satellite devono cooperare affinché il satellite sia integrato al veicolo di lancio prescelto. In questo contesto, sia il costruttore del satellite sia il gestore del vettore devono condurre un'ampia gamma di prove ed analisi, per garantire tra l'altro la compatibilità sotto il profilo meccanico, termico, elettrico, di frequenza radio ed elettromagnetico tra il satellite e l'ambiente del vettore.
- (70) Queste operazioni sono realizzate su base individuale, per ogni singolo satellite. Tuttavia, visto che i costruttori di satelliti di solito progettano i satelliti commerciali per comunicazioni in funzione di un numero limitato di "piattaforme standard", è anche possibile offrire una compatibilità generale per famiglie di satelliti. A tale scopo si ricorre ad "accordi di compatibilità" di ampia portata, relativi ad un'intera famiglia di satelliti, stipulati tra il costruttore del satellite ed il gestore di servizi di lancio. In pratica, i costruttori di satelliti e i fornitori di servizi di lancio si accordano sulla cosiddetta piattaforma globale generica ("envelope" platform), di cui si assicura la compatibilità con il veicolo di lancio in questione. Si ritiene quindi che i satelliti che rientrano nella

piattaforma siano di norma compatibili con il veicolo di lancio in questione. Gli accordi di compatibilità riducono pertanto i rischi, il carico di lavoro e il tempo richiesto per l'integrazione di satelliti specifici appartenenti ad una famiglia più ampia con un determinato veicolo di lancio.

- (71) Più la scadenza di lancio prevista è vicina, più può diventare costoso apportare le modifiche tecniche necessarie per l'adattamento ad un veicolo di lancio diverso. In funzione degli accordi contrattuali stipulati tra le parti, i clienti possono trovarsi a dover pagare crescenti costi di ultimazione, con l'avvicinarsi della data di lancio. Sebbene alcuni dei clienti che hanno aderito all'indagine della Commissione sostengano di avere la massima libertà di modificare un elemento della combinazione scelta, in generale i clienti hanno confermato che prima si apportano le modifiche al programma, meglio è per tutte le parti interessate.

#### *Sovraccapacità*

- (72) È diffusa l'opinione che il settore dei servizi di lancio commerciali sia attualmente afflitto da problemi di sovraccapacità. Questa situazione è apparentemente dovuta agli eccessivi investimenti destinati alla capacità di lancio, effettuati nella seconda metà degli anni novanta, indotti dalle previsioni ottimistiche circa il volume del mercato dei lanci. In particolare, si era previsto che lo sviluppo delle costellazioni di satelliti non geostazionari avrebbe fatto lievitare la domanda di servizi di lancio. Nel 1997, ad esempio, Boeing aveva pronosticato il lancio di circa [...] satelliti nell'anno 2002. Sapendo che tale domanda non avrebbe potuto essere soddisfatta con la capacità disponibile al momento, i gestori di servizi di lancio hanno investito massicciamente in nuove infrastrutture e spesso anche in nuovi veicoli di lancio. Tuttavia, da quando i primi sistemi lanciati (quali Iridium o ICO) versano in difficoltà finanziarie, i progetti relativi alle costellazioni di satelliti sono stati sostanzialmente ridotti o rinviati, ed i pronostici relativi ai lanci sono diventati più prudenti. Nell'autunno del 1999, ad esempio, le nuove previsioni per i servizi di lancio nel 2002 hanno ridotto il numero dei satelliti previsti a solo [...]\*
- (73) La notevole discrepanza tra le previsioni iniziali e la situazione reale, associata ai massicci investimenti in nuovi impianti e veicoli di lancio, ha creato una situazione di sostanziale sovraccapacità nel settore dei servizi di lancio. Si prevede, ad esempio, che la capacità totale dei tre veicoli di lancio più importanti (Delta, Atlas e Ariane) superi le 50 unità annue. Ciò equivale teoricamente al doppio dell'attuale volume del mercato commerciale. Se si tiene conto della presenza di altri veicoli di lancio (quali Proton, Sea Launch, Great Wall (Cina) e Starsem) - e nonostante i lanci supplementari per i satelliti pubblici - da questi dati emerge che la capacità è forse pari al doppio della domanda complessiva.
- (74) La sovraccapacità del settore incide sulla struttura dei costi della maggioranza degli operatori di servizi di lancio, allorché questi registrano volumi reali di vendita inferiori alle previsioni, ad un livello vicino al pareggio tra costi e ricavi. Per ammortizzare l'elevato livello di costi fissi che caratterizza il settore occorrono numerosi lanci. Di conseguenza i fornitori di servizi di lancio hanno assolutamente bisogno di accaparrarsi contratti per lanci commerciali, visto che ogni singolo contratto è fondamentale per assicurare la concorrenzialità dei loro prezzi. Per taluni fornitori di servizi di lancio, la perdita di due contratti può equivalere ad una perdita del 20% - 25% del volume annuo delle vendite e può perciò seriamente compromettere la redditività dell'impresa.

### *Soggetti del mercato*

- (75) I leader del mercato per i servizi di lancio commerciali sono tradizionalmente Ariespace e International Launch Services (ILS), che negli ultimi tre anni hanno effettuato rispettivamente circa [tra il 30% ed il 50%]\* e [tra il 30% ed il 50%]\* dei lanci di satelliti commerciali GEO di peso intermedio e superiore. Gli altri pochi lanci sono stati effettuati dal vettore Delta III di Boeing, i cui primi due lanci sono falliti, da Great Wall e Sea Launch.
- (76) ILS è un'impresa comune costituita tra Lockheed Martin e Khrunichev, responsabile della commercializzazione dei veicoli di lancio della gamma Atlas e Proton a clienti diversi dall'amministrazione pubblica americana. I vettori Atlas sono progettati e costruiti da Lockheed Martin. La serie Atlas comprende attualmente due classi di vettori: i vettori Atlas II ed il nuovo veicolo Atlas III (che ha effettuato il suo primo lancio commerciale a maggio del 2000). L'impresa sta inoltre sviluppando un veicolo di lancio ancora più nuovo (che sarà chiamato Atlas V). I vettori Proton sono progettati, sviluppati e costruiti dalle imprese russe Khrunichev ed Energia.
- (77) Ariespace è stata istituita nel 1980 ed è stata la prima società di trasporto spaziale commerciale. L'impresa è responsabile della produzione, commercializzazione e lancio dei vettori Ariane, progettati e sviluppati attraverso programmi condotti sotto l'egida dell'Agenzia spaziale europea. Ariespace conta 53 azionisti di 12 paesi europei. L'attuale gamma di veicoli offerti comprende il vettore Ariane IV ed il recente vettore Ariane V, mentre la nuova versione più pesante di Ariane V è ancora in fase di sviluppo.
- (78) Boeing e Sea Launch detengono attualmente una posizione relativamente limitata nel mercato dei servizi di lancio di satelliti. Ciò è spiegato da una serie di fattori, ed è dovuto soprattutto all'impossibilità del principale vettore di Boeing, Delta II, di lanciare nello spazio satelliti di grandi dimensioni, nonché all'incertezza, dopo i recenti fallimenti, circa l'affidabilità dei nuovi vettori di maggiori dimensioni di Boeing e Sea Launch. I clienti hanno confermato questo quadro nelle risposte fornite nell'ambito dell'inchiesta condotta dalla Commissione. Benché Delta II sia generalmente considerato uno dei vettori più affidabili, la maggioranza dei clienti danno una valutazione nettamente inferiore dell'affidabilità degli altri veicoli di Boeing. Nel 1999 Boeing e Sea Launch hanno effettuato complessivamente il 17% dei lanci commerciali, seguite da Lockheed Martin (25%) ed Ariespace (22%). Nel mercato dei servizi di lancio per satelliti GEO di peso intermedio e superiore, Boeing assorbe una quota inferiore, pari al 12%, posizionandosi dopo Ariespace (44%) e Lockheed Martin (44%).
- (79) Nonostante i problemi che hanno apparentemente inciso negativamente sull'attuale posizione di mercato di Boeing, è abbastanza chiaro che nei prossimi anni Boeing diventerà uno dei principali contendenti nel mercato dei servizi di lancio. Questa possibilità è inoltre indicata dal successo dei più recenti voli di Delta III e Sea Launch. Inoltre, si prevede che il prossimo veicolo di lancio di Boeing, Delta IV, che entrerà in esercizio nel 2001, sarà il più grande vettore al mondo ed avrà probabilmente la possibilità di affermarsi quale vettore apprezzato ed economico, grazie al contratto stipulato con il governo americano che garantisce circa 20 lanci. La capacità di Boeing come operatore di lanci per satelliti commerciali emerge inoltre dal fatto che dal 1997 i vettori Delta III e Sea Launch hanno assorbito assieme [tra il 25% ed il 40%]\* dei lanci

commerciali commissionati su vettori spaziali per carichi pesanti, contro il [tra il 25% e il 40%]\* di Arianespace ed il [tra il 15% ed il 25%]\* di ILS.

- (80) Altri vettori, quali il vettore giapponese H2 o il vettore del programma cinese 'Long March', sono anch'essi in grado di lanciare in orbita satelliti GEO di grandi dimensioni. Questi vettori non sembrano tuttavia rappresentare delle alternative valide per gli altri soggetti del mercato: il vettore H2 è fortemente sfavorito a causa dei lanci falliti, mentre il vettore Long March incontra difficoltà di carattere tecnologico e di esportazione (apparentemente non è in grado di lanciare satelliti americani, a causa delle restrizioni in vigore nel quadro del regime d'esportazione statunitense applicato ai satelliti). Sembra perciò che gli unici vettori principali, in grado d'incidere sul funzionamento del mercato dei lanci di satelliti commerciali GEO di peso intermedio e superiore, sono quelli di Boeing, Sea Launch, ILS ed Arianespace.

### *Impatto dell'operazione*

- (81) Benché non vi siano duplicazioni d'attività tra Boeing ed HSC nei servizi di lancio, nella decisione di avviare il procedimento relativo al presente caso la Commissione ha individuato diversi potenziali effetti negativi che l'operazione progettata potrebbe produrre. Essendo la costruzione di satelliti e i servizi di lancio prestazioni complementari, entrambe necessarie affinché gli operatori di satelliti mettano in orbita i loro satelliti, e vista la forte posizione occupata da HSC nel mercato dei satelliti commerciali GEO, si temeva che l'entità risultante dalla fusione potesse indurre i gestori di satelliti ad avvalersi dei vettori di Boeing per i servizi di lancio, garantendo quindi a Boeing una posizione dominante nel mercato dei lanci di satelliti di maggiori dimensioni.
- (82) In particolare sono stati individuati sei potenziali effetti negativi dell'operazione:
- (a) Apparentemente i costruttori di satelliti inseriscono nelle offerte che fanno ai clienti un margine relativo alla massa. A seguito dell'operazione, HSC potrebbe concepire il proprio margine di massa in modo da farlo coincidere in modo ottimale alla capacità utile dei vettori Boeing. Questo potrebbe rendere le offerte di servizi di lancio presentate da altri operatori meno interessanti di quelle di Boeing.
  - (b) Alcuni contratti di tipo DIO offrono all'impresa capocommessa per la costruzione di satelliti una certa flessibilità circa il veicolo di lancio da usare. Dopo la fusione, HSC potrebbe cercare di far sì che tutti i satelliti costruiti con un contratto di tal genere siano lanciati con vettori di Boeing o di Sea Launch.
  - (c) Per lanciare un satellite occorre prima integrarlo al vettore scelto. Tale integrazione è realizzata su base individuale, ma apparentemente è anche possibile stipulare accordi generali di compatibilità tra il vettore e la famiglia di satelliti. Ad operazione avvenuta, HSC potrebbe rifiutarsi di concordare tali accordi di compatibilità, facendo aumentare i costi ed i tempi necessari per l'integrazione dei propri satelliti con vettori gestiti da terzi.
  - (d) HSC potrebbe rifiutarsi di fornire informazioni sui suoi prossimi satelliti o sulle nuove versioni dei suoi satelliti agli altri gestori di servizi di lancio, rendendo loro difficile adattare i loro vettori a tali satelliti.

- (e) In qualità di costruttore di satelliti, HSC riceve informazioni delicate, d'interesse per la concorrenza, riguardanti i veicoli di lancio con cui i satelliti saranno integrati. Benché tali informazioni siano di norma coperte da clausole di segretezza, HSC potrebbe utilizzarle a danno degli altri operatori di servizi di lancio.
- (f) A lungo termine, HSC potrebbe progettare la prossima generazione di veicoli spaziali in modo da renderli più facilmente integrabili con i vettori di Boeing che non con altri vettori. HSC, ad esempio, potrebbe imporre l'uso di interfacce uniche e proprietarie per i propri satelliti, in modo da favorire i vettori di Boeing. HSC potrebbe inoltre progettare i satelliti in modo che le modalità di lancio ne allunghino il ciclo di vita rispetto alla norma.

#### *Effetti dei comportamenti descritti*

- (83) I comportamenti descritti al paragrafo 82, anche se idonei in teoria ad indurre i clienti di HSC a preferire i veicoli di lancio di Boeing, potrebbero però anche minare la concorrenzialità di HSC nel mercato dei satelliti. Rendendo, ad esempio, i satelliti di HSC meno compatibili con altri veicoli di lancio, o aumentando i costi o allungando i tempi d'integrazione dei propri satelliti con il vettore di un terzo, HSC potrebbe risultare svantaggiata rispetto ai clienti che esigono che i loro satelliti siano integrati con altri vettori. In questo ambito, occorre esaminare se e in che misura i contratti addizionali per servizi di lancio accaparrati dall'entità risultante dalla fusione applicando tale strategia, compenserebbero in termini finanziari i contratti per satelliti perduti con la stessa strategia.
- (84) A tale scopo, la Commissione ha condotto un'indagine approfondita tra i clienti, per verificare se i vari timori espressi dai terzi interessati trovino riscontro e se possano avverarsi in futuro. La Commissione ha contattato gli acquirenti di satelliti, sia i più importanti che i minori, invitandoli a rispondere a vari quesiti sulla loro percezione del mercato sotto il profilo della concorrenza. Si sono inoltre esaminati gli effetti dell'operazione progettata non solo sul mercato nell'insieme, ma anche sulle attività dei clienti, al fine di stabilire il probabile impatto, sotto il profilo della concorrenza, della condotta dei soggetti attivi nel mercato definito.
- (85) Come indicato al paragrafo 62, i risultati dell'indagine condotta dalla Commissione indicano che i clienti dedicano molta attenzione e cura alla selezione del veicolo di lancio e di norma annettono la massima importanza all'affidabilità nella scelta dell'operatore dei servizi di lancio. Ciò in ragione dei rischi cui va incontro il cliente in caso di fallimento. In questa evenienza, il cliente non solo perde un satellite (che può essere assicurato), ma anche tutti gli introiti derivanti dall'esercizio del satellite per il periodo intercorrente dal suddetto incidente fino alla produzione e al lancio di un nuovo satellite (perdita che apparentemente nessun assicuratore intende indennizzare). I clienti hanno per esempio indicato che il fallimento o il rinvio di un lancio costa loro più di 1 milione di USD al giorno in termini di mancati introiti.
- (86) In questa prospettiva, i clienti di solito non accettano che il loro satellite sia lanciato da un veicolo che non ritengono sufficientemente affidabile. Questo è confermato dal fatto che dopo i primi due fallimenti Boeing non è riuscito a trovare un cliente commerciale per il terzo volo di Delta III e ha dovuto effettuare un lancio con un carico utile fittizio. Più in generale, i clienti cercano di minimizzare i rischi del lancio, esigendo che il

satellite sia compatibile con una serie di vettori, per avere la possibilità di cambiare vettore in caso di dubbio circa l'affidabilità del veicolo scelto, od inserendo nei contratti clausole specifiche, che vietano che il satellite sia il primo carico utile ad essere lanciato dopo il fallimento di qualsiasi vettore indicato, o che impongono che il vettore registri una precisa percentuale di successi in un determinato arco di tempo, prima di poter essere usato per il lancio nello spazio del satellite in questione. I clienti con flotte di satelliti ripartiscono i lanci tra diversi veicoli e spesso esigono di poter cambiare vettore o di aggiungere un nuovo vettore a loro piacimento.

- (87) I risultati dell'indagine della Commissione confermano che i clienti non accetteranno di essere privati della scelta del vettore e si opporranno ad eventuali tentativi da parte di HSC di progettare satelliti compatibili unicamente con Delta o Sea Launch. Emerge inoltre che ad HSC non conviene cercare di convincere i clienti ad optare per i vettori di Boeing, attraverso l'aumento dei costi d'integrazione stabiliti per altri vettori. Infatti la maggioranza dei clienti ha dichiarato che, qualora l'abbinamento di un satellite HSC al veicolo di lancio da loro preferito dovesse risultare più costoso di altre combinazioni, opterebbero per il vettore preferito ed il satellite preferito, pagando un prezzo ragionevole per la combinazione scelta, o per la combinazione affidabile più economica di satellite-vettore. In questo contesto, la tattica di rendere più difficile l'integrazione tra i satelliti HSC ed i vettori di fabbricazione diversa da Boeing o non inciderebbe sulla scelta dei clienti, oppure renderebbe relativamente più costosi gli abbinamenti con satelliti HSC, rispetto agli altri satelliti, indebolendo così la posizione, sotto il profilo della concorrenza, di HSC nel settore dei satelliti.
- (88) Inoltre, va rilevato che la maggioranza dei clienti che hanno risposto all'indagine della Commissione ha affermato di poter cambiare i vettori qualora lo desiderino. Il tal caso, il costo di tale cambiamento aumenterebbe naturalmente con l'avvicinarsi della data di lancio, ma in prospettiva delle perdite che i clienti dovrebbero subire in caso di fallimento del lancio, si può concludere che i clienti si avvarrebbero di tale possibilità, se fossero insoddisfatti dell'affidabilità o del servizio del vettore scelto inizialmente. La maggioranza dei clienti ha altresì sostenuto di aver sotto controllo tutte le fasi del processo di selezione del veicolo di lancio e che, comunque, il costruttore di satelliti ha poca o nessuna influenza sulla scelta finale del vettore. Questo limiterebbe notevolmente la possibilità delle parti di dirottare i clienti dalla scelta preferita.
- (89) Si deve inoltre tenere presente che i clienti con contratto di tipo DIO non hanno minori possibilità, rispetto ai clienti con contratto di tipo DOG, di scegliere indipendentemente l'operatore dei servizi di lancio. In primo luogo, non vi sono indicazioni che i clienti che optano per la formula DIO non possano attualmente scegliere la loro combinazione satellite-vettore avvalendosi di un costruttore di satelliti diverso da HSC. Secondo, l'esperienza mostra che persino questo genere di clienti include nelle clausole contrattuali la possibilità di cambiare il vettore a loro discrezione.
- (90) È vero che, in passato, la maggioranza dei satelliti acquistati dai clienti con la formula DIO da HSC possono essere stati lanciati con vettori con cui HSC aveva stipulato contratti di acquisto di grandi volumi. Sembra tuttavia che i contratti in questione siano stati stipulati all'epoca in cui, alla luce dei pronostici di volumi di mercato estremamente elevati, si temeva che la capacità di lancio disponibile non sarebbe

stata sufficiente a soddisfare la domanda, e che pertanto vi sarebbe stata una carenza di servizi di lancio. Questo fatto aveva indotto HSC a stipulare accordi d'acquisto di grandi volumi con gli operatori di servizi di lancio, per assicurarsi la capacità disponibile, e ha permesso all'impresa di offrire, sulla base di tali accordi, dei contratti DIO a condizioni sia più economiche che sicure. Questo spiega probabilmente perché un numero così elevato di contratti DIO di HSC sia stato eseguito con vettori per i quali HSC aveva stipulato accordi di acquisto di grandi volumi. Non vi sono elementi che inducano a ritenere che la stessa situazione possa ripetersi al giorno d'oggi: in primo luogo, i recenti fallimenti sembrano avere scoraggiato i clienti dallo stipulare contratti con tali vettori; secondo, come già esposto ai paragrafi 72, 73 e 74, il settore dei servizi di lancio è attualmente caratterizzato da una notevole sovraccapacità, per cui i prezzi sul mercato spot sono ora inferiori a quelli ottenuti da HSC attraverso i suddetti contratti stipulati per grandi volumi di prestazioni e la disponibilità dei vettori non costituisce più una reale preoccupazione.

- (91) Da ultimo, va inoltre rilevato che i rischi connessi al fallimento di un lancio sono relativamente superiori per i gestori di piccoli satelliti - che di solito dispongono unicamente di uno o due satelliti, e che pertanto rischiano il fallimento nel caso il lancio fallisca - rispetto ai grandi gestori di satelliti, che hanno numerosi satelliti in orbita. Questo lascia presupporre che, mentre i grandi clienti hanno forse un maggior potere contrattuale, in quanto acquirenti, rispetto ai clienti più piccoli, questi ultimi sono maggiormente incentivati a scegliere oculatamente l'operatore dei servizi di lancio e sono pertanto ancora più cauti nella scelta del veicolo di lancio e nell'attribuzione del relativo contratto.
- (92) Alla luce di quanto precede, sembra che a breve scadenza HSC avrà ben poche possibilità d'indurre i clienti a far lanciare i loro satelliti mediante vettori privi di dimostrata affidabilità, quali Delta III e Sea Launch. A lunga scadenza, è molto probabile che gli attuali problemi di affidabilità che affliggono il ramo dei servizi di lancio di Boeing saranno eliminati, e che pertanto Boeing e Sea Launch saranno considerati dei vettori adatti dai gestori di satelliti. Questo è inoltre indicato dal successo dei più recenti voli di Sea Launch e Delta III. Tuttavia, anche in questo caso, sembra che l'entità risultante dalla fusione non sarà in grado d'indurre un numero notevole di clienti a optare per i veicoli di lancio di Boeing o Sea Launch, qualora questi non fossero già inizialmente intenzionati a servirsene.
- (93) Quest'affermazione è inoltre corroborata dal fatto che persino i concorrenti nel settore dei servizi di lancio - che avevano espresso delle preoccupazioni - ammettono che, in mancanza di un potere di mercato sostanziale nei mercati dei satelliti, gli effetti di cui al paragrafo 82 non potrebbero verificarsi con profitto per le parti. Inoltre, in base alla valutazione della Commissione del mercato dei satelliti, HSC non occupa una posizione dominante in tale mercato. Ciò è inoltre confermato dai precedenti. Infatti, benché Lockheed Martin operi come capocommessa nel settore dei satelliti e delle operazioni di lancio, non vi sono elementi che indichino che sia riuscita ad adottare le tattiche descritte al paragrafo 82 a proprio vantaggio.
- (94) Si può pertanto concludere che, se le parti adottassero una tale linea di condotta, rischierebbero in sostanza di perdere contratti di vendita di satelliti e gli effetti indotti da tale comportamento non permetterebbe loro di mutare radicalmente l'attuale

situazione di mercato, caratterizzata da fortissime posizioni sia di ILS che di Arianespace. Questa convinzione è ulteriormente confermata dal fatto che ILS, facendo parte a sua volta di un gruppo integrato verticalmente attivo nei satelliti e nei lanci, potrebbe anch'essa adottare la stessa tattica delle parti. Gli effetti considerati non basteranno in sé a creare o rafforzare una posizione dominante.

#### *Possibili effetti valanga*

- (95) I terzi interessati hanno indicato che persino un numero esiguo di contratti di lancio perduti od ottenuti potrebbe modificare fortemente la loro posizione sul mercato, a causa della notevole incidenza, nell'attività dei servizi di lancio, dei costi fissi e dell'attuale sovraccapacità che caratterizza il settore. In particolare, gli stessi terzi interessati hanno sostenuto di aver già operato in condizioni di esercizio prossime al limite di pareggio dei costi, per cui la perdita anche di pochi contratti li avrebbe mandati in perdita. In questo contesto, e considerato che non è prevista una crescita significativa in termini di volume, i terzi interessati sostengono che, qualora l'operazione progettata li privasse di diversi contratti, la loro posizione risulterebbe notevolmente indebolita sotto il profilo della concorrenza ed i loro costi aumenterebbero. Per contro, la posizione di Boeing verrebbe rafforzata e l'impresa conquisterebbe pertanto una posizione dominante nel mercato dei servizi di lancio.
- (96) In breve, l'argomentazione avanzata da questi terzi interessati è che la perdita anche di un numero limitato di lanci basterebbe ad innescare un effetto valanga con conseguenze devastanti per la struttura dei costi delle imprese interessate (e, al contrario, con effetto estremamente positivo per Boeing), compromettendo in tal modo la loro posizione concorrenziale e rafforzando quella di Boeing, in misura tale da creare una posizione dominante. A sostegno di questa teoria, i terzi interessati hanno insistito sull'importanza relativa dell'ammortamento dei costi fissi (fino a 30 milioni di USD su un prezzo medio di circa 100 milioni di USD, secondo alcuni terzi interessati), e sul numero annuo limitato di lanci di satelliti.
- (97) Tuttavia, questa teoria appare basata su una serie di ipotesi discutibili. Anzitutto, risulta che la concorrenza nel settore dei servizi di lancio non sia basata principalmente sul prezzo, ma piuttosto sull'affidabilità. I prezzi dei servizi di lancio possono variare notevolmente da un operatore all'altro. In questo contesto, un modesto aumento dei costi non dovrebbe avere gli effetti devastanti indicati dai terzi interessati.
- (98) Secondo, l'elemento cruciale su cui si basa la possibilità che l'effetto valanga indicato dai terzi interessati si verifichi è il mantenimento dell'attuale struttura dei costi degli operatori di servizi di lancio. Risulta tuttavia che i concorrenti (principalmente ILS ed Arianespace) stiano attuando programmi per diminuire i costi, che porteranno o a una riduzione della capacità o ad un aumento della concorrenzialità dei vettori.
- (99) Terzo, i suddetti effetti sono circoscritti alle vendite a clienti commerciali delle imprese coinvolte nell'operazione progettata. I lanci di satelliti commerciali non costituiscono tuttavia la totalità dei lanci, per cui la perdita di concorrenzialità nel mercato commerciale potrebbe essere più che compensata da nuovi contratti da parte delle amministrazioni pubbliche. Questo vale soprattutto per gli Stati Uniti, ove i lanci per conto dell'amministrazione pubblica costituiscono una quota sostanziale dell'attività di Lockheed Martin e Boeing nel settore dei lanci. In quest'ottica, ed essendo il settore dei servizi di lancio solitamente considerato un settore critico dai

governi interessati, che contribuiscono in modo sostanziale allo sviluppo dei vettori<sup>11</sup>, è molto probabile che qualora Lockheed Martin o Arianespace divenissero meno concorrenziali, i governi interessati prenderebbero dei provvedimenti per ripristinare la concorrenzialità di dette imprese.

- (100) Quarto, è molto discutibile che il settore dei servizi di lancio venga monopolizzato come prospettato dai terzi interessati, anche qualora HSC agisse nel modo descritto al paragrafo 82. Visto che la differenza di prezzo tra l'offerta vincente e l'offerta perdente è inferiore all'ammortamento dei costi fissi, ne deriva che se un fornitore di veicoli di lancio divenisse meno concorrenziale sotto il profilo dei costi, cercherà di ridurre i prezzi per mantenere il volume di vendite e recuperare almeno in parte i costi fissi, piuttosto che rassegnarsi a perdere un contratto e subire una perdita ben superiore. In tale situazione è più probabile perciò che la concorrenza sui prezzi si inasprisca piuttosto che si crei una posizione monopolistica. In considerazione degli impegni delle amministrazioni pubbliche nei confronti del settore spaziale nazionale (la quota dei finanziamenti pubblici per lo sviluppo di nuovi vettori ne è solo un indice), una tale condotta non eliminerebbe i concorrenti diretti di Boeing, e non consentirebbe perciò a Boeing d'acquisire una posizione dominante.
- (101) Alla luce di quanto precede, risulta che l'operazione notificata non creerà o rafforzerà una posizione dominante nei mercati dei servizi di lancio, tale da ostacolare in modo significativo l'effettiva concorrenza nel SEE o in una sua parte sostanziale.
- (102) La Commissione prende atto dell'offerta, in data 31 luglio 2000, delle parti di assumere certi impegni al fine di garantire (a) che le eventuali informazioni interne relative ai vettori (o ai satelliti) che dovessero pervenire alla divisione vettori di HSC (o a Boeing o Sea Launch) non verranno trasmesse o rivelate a Boeing o Sea Launch (o a HSC); (b) che HSC darà agli altri operatori di servizi di lancio le stesse informazioni sui propri satelliti allo stesso tempo in cui le trasmette a Boeing o Sea Launch; (c) che HSC coopererà con gli operatori di servizi di lancio diversi da Boeing o Sea Launch per l'integrazione dei propri satelliti con i veicoli di lancio, senza favorire Boeing o Sea Launch; e (d) che nell'ambito delle forniture non s'instaureranno rapporti "preferenziali" tra l'entità risultante dalla fusione e Hughes.

## VI. CONCLUSIONE

- (103) Alla luce di quanto precede, l'operazione proposta non crea né rafforza una posizione dominante che possa ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nel mercato comune o in una sua parte sostanziale. L'operazione è pertanto dichiarata compatibile con il mercato comune, ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 2 del regolamento sulle concentrazioni e con il funzionamento dell'accordo SEE,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

---

<sup>11</sup> Ad esempio i vettori Ariane sono generalmente sviluppati nel contesto dei programmi ESA e risulta che lo sviluppo di ogni vettore Delta IV e Atlas V sia stato sostanzialmente finanziato dal governo americano attraverso il programma 'Evolved Expendable Launch Vehicle' (veicolo di lancio evoluto gettabile).

## *Articolo 1*

L'operazione notificata dall'impresa Boeing Company mediante la quale l'impresa stessa acquisisce il controllo del ramo satelliti e apparecchiature di Hughes Electronics Corporation - (acquistando tutte le azioni in circolazione di Hughes Space and Communications Company ("HSC"), tutte le azioni in circolazione di Spectrolab Inc., le attività di Hughes Electron Dynamics ("HED"), e la partecipazione di minoranza detenuta da Hughes nell'impresa ICO Global Communications (Holdings) Ltd e nell'impresa Thuraya Satellite Telecommunications Private Joint Stock Co.) - è dichiarata compatibile con il mercato comune ed il funzionamento dell'accordo SEE.

## *Articolo 2*

Destinataria della presente decisione è:

The Boeing Company  
7755 East Marginal Way South  
Seattle, WE 98108  
USA

All'attenzione del sig. Theodore J Collins  
Vicepresidente, affari legali e contratti

Per la Commissione,

**(Firmato)**

**Mario MONTI**

Membro della Commissione