



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 29 september 1999
C(1999) 3093 slutligt

KOMMISSIONENS BESLUT

av den 29 september 1999

**om att förklara en koncentration förenlig med den gemensamma marknaden
och EES-avtalet**

(Ärende nr IV/M.1383 – Exxon/Mobil)

(Endast den engelska texten är giltig)

(Text av betydelse för EES)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT DETTA BESLUT

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen,

med beaktande av Avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, särskilt artikel 57 i detta,

med beaktande av rådets förordning (EEG) nr 4064/89 av den 21 december 1989 om kontroll av företagskoncentrationer¹, senast ändrad genom förordning (EG) nr 1310/97², särskilt artikel 8.2 i denna,

med beaktande av kommissionens beslut av den 9 juni 1999 om att inleda ett förfarande i detta ärende,

efter att berörda parter givits tillfälle att inkomma med synpunkter på de invändningar som gjorts av kommissionen,

med beaktande av yttrandet från Rådgivande kommittén för företagskoncentrationer³, och av följande skäl:

1. Kommissionen mottog den 3 maj 1999 en anmälan om en föreslagen koncentration genom vilken de amerikanska företagen Exxon Corporation och Mobil Corporation slår samman sin verksamhet över hela världen.
2. Den 2 juni 1999 underrättade Förenade kungariket i enlighet med artikel 9.2 b i förordning (EEG) nr 4064/89 (nedan koncentrationsförordningen) kommissionen om att den ansåg att koncentrationen påverkade konkurrensen i nordvästra Skottland inom sektorn för detaljhandel med motorbränsle. Kommissionen utfärdade den 26 juli 1999 ett meddelande om invändningar där den bland annat förutsåg konkurrensproblem på marknaden för detaljhandel med motorbränsle i hela Förenade kungariket. Den 10 augusti 1999 underrättade kommissionen Förenade kungariket om att det under de aktuella omständigheterna och i enlighet med artikel 9.4 b i koncentrationsförordningen inte fanns någon anledning att hänskjuta ärendet till de brittiska myndigheterna.
3. I ett beslut av den 9 juni 1998 konstaterade kommissionen att det fanns allvarliga tvivel angående den anmälda transaktionens förenlighet med den gemensamma marknaden. Kommissionen inledde därför förfaranden i detta ärende enligt artikel 6.1 c i koncentrationsförordningen.

I. PARTERNA OCH TRANSAKTIONEN

4. Exxon Corporation ("Exxon") är ett mångsidigt företag med världsomfattande verksamhet inom prospektering, utbyggnad, produktion och försäljning av råolja och naturgas, raffinering och försäljning av raffinerade petroleumprodukter, utveckling, produktion och försäljning av olika kemiska produkter, produktion och försäljning av

1. EGT L 395, 30.12.1989, s. 1. Rättad version i EGT L 257, 21.9.1990, s. 13.

2. EGT L 180, 9.7.1997, s. 1.

3. EGT C ..., ... 199 , s ...

kol och mineraler samt kraftproduktion. Mobil Corporation ("Mobil") är ett mångsidigt företag med världsomfattande verksamhet inom prospektering, utbyggnad, produktion och försäljning av råolja och naturgas, raffinering och försäljning av raffinerade petroleumprodukter, samt utveckling, produktion och försäljning av olika kemiska produkter. Mobil och British Petroleum ("BP") omorganiserade all sin raffinering- och återförsäljningsverksamhet i Europa i det samkontrollerade gemensamma företaget BP/Mobil⁴.

5. Denna anmälan avser en koncentration i den mening som avses i artikel 3.1 a i koncentrationsförordningen. Exxon och Mobil undertecknade ett avtal om koncentrationen den 1 december 1998. Enligt detta avtal skall Mobil slås samman med ett helägt dotterbolag till Exxon, men fortleva som företag. Detta innebär att Exxon kommer att inneha 100 % av Mobils emitterade och utestående värdepapper med rösträtt. Innehavarna av stamaktier i Mobil kommer att få 1,32015 stamaktier i Exxon för varje stamaktie i Mobil som de innehar när handeln avslutas. Exxons aktieägare kommer att äga omkring 70 % av den sammanslagna enheten Exxon Mobil och Mobils aktieägare kommer att äga omkring 30 %.

II. GEMENSKAPSDIMENSION

6. Koncentrationen har en gemenskapsdimension enligt artikel 1.2 i koncentrationsförordningen, eftersom den sammanlagda omsättningen i hela världen för de båda företagen⁵ överstiger 5 miljarder euro (Exxon 121 miljarder euro, Mobil 47 miljarder euro), den sammanlagda omsättningen inom gemenskapen för både Exxon och Mobil överstiger 250 miljarder euro (Exxon [...] miljarde euro, Mobil [...] miljarde euro) och varken Exxon eller Mobil uppnår mer än två tredjedelar av sin sammanlagda omsättning inom gemenskapen som helhet inom en och samma medlemsstat. Både Exxons och Mobils omsättning inom EFTA överstiger 250 miljarder euro (Exxon [...] miljarde euro, Mobil [...] miljarde euro). Därför omfattas ärendet av EFTA-samarbetet.

III. BEDÖMNING AV KONKURRENSLÄGET

7. Oljebranschen är generellt sett uppdelad i ett tidigare led (prospektering, utbyggnad och produktion av råolja och naturgas), ett senare led (raffinering och marknadsföring av bränsle, distribution av naturgas, tillverkning av smörjmedel) och olika petrokemiska verksamheter.
8. Koncentrationen ger inte upphov till några konkurrensproblem på marknaderna för prospektering, utbyggnad och produktion av råolja och naturgas och inte heller i fråga om parternas överlappande petrokemiska verksamheter. Båda parterna är verksamma inom prospektering, utbyggnad och produktion av råolja och naturgas. I sitt beslut enligt artikel 6.1 c uttryckte kommissionen allvarliga tvivel i fråga om dessa marknader och i fråga om marknaden för "gas till vätska" (Gas to Liquid). I avsnitt A

4. Ärende nr IV/M.727 - BP/Mobil av den 7 augusti 1996 (EGT C 381, 17.12.1996, s. 8). Det gemensamma företags verksamhet omfattar inte marina smörjmedel och flygsmörjmedel.

5. Omsättningen har beräknats enligt artikel 5.1 i koncentrationsförordningen och kommissionens tillkännagivande om beräkning av omsättning (EGT C 66, 2.3.1998, s. 25). I den mån siffrorna omfattar omsättning för perioden före den 1 januari 1999 har de beräknats på grundval av genomsnittliga växelkurser för ecu och omräknats till euro till kursen 1:1.

och B nedan anges skälen till att det trots allt inte kommer att uppstå några konkurrensproblem på dessa marknader.

9. Av de skäl som anges nedan skulle koncentrationen ha lett till att en dominerande ställning skapades eller förstärktes på följande marknader:
- Överföring av naturgas i Nederländerna (avsnitt C).
 - Långdistansöverföring av naturgas i Tyskland (avsnitt C).
 - Underjordiska lagringsanläggningar för naturgas, vilka betjänar Münchenområdet (avsnitt C).
 - Basolja i EES (avsnitt D).
 - Försäljning av motorbränsle i detaljistledet i Österrike, Tyskland, Luxemburg, Nederländerna och Förenade kungariket (avsnitt E).
 - Försäljning av motorbränsle i detaljistledet vid motorvägarna i Frankrike (avsnitt E).
 - Flygsmörjmedel över hela världen (avsnitt F).
 - Flygbränsle vid flygplatsen Gatwick (avsnitt G).

A. PROSPEKTERING, UTBYGGNAD OCH PRODUKTION

10. Verksamheten i ett tidigare produktionsled består av tre delar, nämligen sökande efter nya gas- och oljefyndigheter samt utbyggnad och kommersiell exploatering av dessa fyndigheter. Sökandet efter nya fyndigheter kallas i allmänhet prospektering. Utbyggnaden omfattar installering av lämplig infrastruktur för framtida produktion (oljeplattformar, rörledningar, terminaler osv.) Exploateringen kallas ”produktion och försäljning”. Kommissionen har i sina tidigare beslut⁶ främst behandlat de då anmälda transaktionernas inverkan på produktions- och försäljningssegmentet.
11. Prospektering och utbyggnad är en tidskrävande och kapitalintensiv verksamhet, som omfattar flera steg. Ett land som anser att det kan finnas kolvätesreserver inom dess territorium (ett sådant land kallas ”värdland”) ordnar ett anbudsförfarande om prospekteringslicenserna. Anbudsförfarandenas utformning varierar från offentliga auktioner i USA till förfaranden där värdlandet väljer anbudsgivare i förväg. Detta val kan i olika grad bygga på teknisk kapacitet, finansiell styrka eller andra överväganden (lobbying, kulturella band osv.).
12. Ofta lämnar företag gemensamma anbud för att sprida riskerna eller för att komplettera varandras kunskaper. Under sådana omständigheter kan värdlandet kräva att vissa anbudsgivare går samman för att de skall få prospekteringslicensen. Värdlandet kan också kräva att dess nationella oljebolag beviljas en andel i alla eventuella fynd som görs av den grupp som beviljas licens. När man beviljar en gemensam licens till flera företag, utses alltid en operatör för hela området. Operatörens uppgift är att administrera den tekniska och finansiella delen av prospekteringen och eventuellt även utbyggnad och produktion. För de flesta viktiga beslut krävs enighet bland alla partner som deltar i projektet.
13. Normalt tar det mellan 5 och 15 år från det att licensen beviljas innan produktionen kan inledas. Kostnaderna för prospektering och utbyggnad kan uppgå till omkring 7 miljarder US-dollar för projekt i de s.k. gränsområdena (frontier areas). Kostnaderna fördelas normalt så att 15 % går till prospektering och 85 % till utbyggnad.
14. När man inleder produktion i ett nytt område, måste även infrastrukturen byggas ut. I denna ingår framför allt oljeplattformar, rörledningar och terminaler. Mindre fält som det inte lönar sig att bygga ut enskilt kan exploateras genom att man använder den infrastruktur som byggts ut för det större fältet. Sådana små fält kallas ibland ”satellitfält”. Prospekteringen av fyndigheterna i Nordsjön har normalt gått till på detta sätt.

RELEVANTA PRODUKTMARKNADER

15. Det hävdas ofta att prospektering, utbyggnad och produktion och försäljning är för nära knutna till varandra för att man skall kunna definiera mer än en särskild produktmarknad. Man kan dock hävda att prospektering utgör en separat produktmarknad och att ett prospekteringsföretag har två kategorier av kunder:

6. Se kommissionens beslut i ärendena IV/M.1200 - Arco/Union Texas, EGT C 16, 21.1.1999, s. 8, IV/M.88 - Elf Enterprise, EGT C 203, 2.8.1991, samt IV/M.85 - Elf Occidental, EGT C 160, 20.6.1991.

världlandet, till vilket man i allmänhet har åtagit sig att tillhandahålla ett framtida resursflöde om olja eller gas upptäcks, och producenter och försäljare av gas och olja, som antingen kan köpa ut prospekteringsföretaget eller gå med i utbyggnaden och produktionen. Inom olje- och gasindustrin är det vanligt att rättigheter överförs från ett område till ett annat.

16. Eftersom man i samband med prospekteringen ännu inte känner till om det finns några fyndigheter på platsen, anser kommissionen det inte berättigat att skilja mellan oljeprospektering och naturgasprospektering. När det gäller produktmarknaderna för utbyggnad, produktion och försäljning, ansåg kommissionen i sitt beslut enligt artikel 6.1 c att det är lämpligt att skilja mellan en relevant produktmarknad för utbyggnad, produktion och försäljning av råolja och en relevant produktmarknad för utbyggnad, produktion och försäljning av naturgas.
17. Parterna har hävdats att det inte finns någon separat prospekteringsmarknad. De anser att prospekteringen är för nära knuten till de påföljande stegen i produktionsprocessen för att den skall kunna vara en möjlig produktmarknad. I bedömningsavsnittet nedan konstateras dock att det inte är nödvändigt att exakt definiera de relevanta produktmarknaderna i förhållande till varje steg av produktionsprocessen (dvs. prospektering, utbyggnad, produktion och försäljning av råolja och naturgas) för att kunna bedöma den anmälda transaktionens påverkan på konkurrensen.

RELEVANTA GEOGRAFISKA MARKNADER

18. Kommissionen anser att prospekteringsmarknaden är världsomfattande och instämmer med parterna i att de relevanta geografiska marknaderna för utbyggnad, produktion och försäljning av råolja är världsomfattande och att de geografiska marknaderna för efterfrågan på naturgas i Europa sannolikt omfattar EES, Algeriet och Ryssland.
19. Kommissionen har undersökt om mindre geografiska områden kan utgöra relevanta marknader. På grund av behovet att trygga försörjningen skiljer vissa gaskunder i sin inköspolitik mellan gas av olika ursprung och särskiljer gas från Ryssland och Algeriet på grund av de politiska risker man anser vara förknippade med dessa länder och de följer detta får för leveranssäkerheten (Ryssland stod för omkring 17 % av den västeuropeiska gasförsörjningen och Algeriet för 12 %). Det tydligaste exemplet på detta är den spanska lagstiftningen, där det föreskrivs att inte mer än 60 % av naturgasleveranserna får komma från samma land. Det är dock sannolikt att en prishöjning på gas producerad inom EES skulle omintetgöras genom en liten ökning av andelen gas från Ryssland och Algeriet. Det är under alla förhållanden inte nödvändigt att exakt definiera den relevanta geografiska marknaden, eftersom detta inte påverkar den slutsats som bedömningen av konkurrensen leder till.

MARKNADSAKTÖRER

20. Traditionellt har man delat in de företag som deltar i prospektering, utbyggnad, produktion och försäljning i tre kategorier med olika profil och skilda strategiska mål och möjligheter till framtida prospektering och utbyggnad. Dessa var i) statsägda producenter (främst OPEC och vissa OECD-baserade företag, t.ex. Statoil), ii) de ”stora”, det vill säga vertikalt integrerade företag med internationell verksamhet och iii) många betydligt mindre oljebolag, av vilka de flesta är ointegrerade prospekteringsföretag och/eller producenter i ett senare produktionsled.

21. De konkurrensproblem som kommissionen har förutsett beror huvudsakligen på att den anmälda transaktionen liksom den som anmäls av BP Amoco och Arco skulle kunna leda till att en särskild (fjärde) kategori av aktörer kan styra prospekterings- och utbyggnadsverksamheten. Denna grupp av "superstora" skulle utgöras av Exxon-Mobil, BP Amoco-Arco och Shell.

PARTERNAS STÄLLNING PÅ MARKNADEN

Prospektering

22. Det finns inte något allmänt tillgängligt eller accepterat mått på marknadsstyrka på prospekteringsmarknaden. Man skulle kunna mäta marknadsstyrka på grundval av antalet områden där licenser har beviljats, antalet områden där ett visst företag är operatör, nettoareal, en viss operatörs sammanlagda areal, kapitalutgifter vid prospekteringen osv. Det råder allmän enighet om att uppskattningar som bygger på antalet områden eller arealen inte är något tillförlitligt mått, eftersom förhållandena är mycket varierande.
23. Om man utgår från kapitalutgifterna, skulle Exxon-Mobil, BP Amoco-Arco och Shell tillsammans, med ungefär lika stora andelar, stå för mellan 30 % och 40 % av de sammanlagda kapitalutgifterna för prospektering, utbyggnad och produktion som planerats för 1999. Den näst största aktören skulle till sin storlek motsvara en tredjedel av genomsnittet för de tre huvudaktörerna.
24. Parterna framför följande skäl till att detta mått på marknadsstyrka inte är lämpligt. För det första varierar kapitalutgifterna beroende på den plats som undersöks. Detta gör att de nationella oljebolag som är verksamma i OPEC-områdena får en mindre marknadsandel. För det andra motsvarar kapitalutgifterna sällan den faktiska andelen av licensen eller produktionen. Detta beror på att statliga företag ofta betalar ett oproportionerligt lågt pris i förhållande till sin andel av licensen eller av råoljeproduktionen. För det tredje omfattar kapitalutgifterna ofta utgifter för investeringar i t.ex. kondensering av gas och infrastruktur och inte bara belopp som investerats i prospektering.
25. Ett annat sätt att mäta marknadsstyrka skulle vara att beräkna företagets andel av den förväntade produktionen (eftersom dagens prospektering och köp av rättigheter för tredje part kommer att leda till framtida produktion). Marknadsundersökningen visar att de tre superstoras sammanlagda marknadsandel av produktionen utanför OPEC om ungefär tio år åter skulle uppgå till mellan 30 % och 40 %.

Produktion och försäljning

26. Exxon och Mobil hade år 1998 tillsammans en andel på omkring [0–10]* % av världens råoljeproduktion och [10–20]* % av den europeiska produktionen av naturgas. BP Amoco - Arco hade tillsammans en andel på 3,7 % respektive 8,4 % och Shell hade en andel på 3,3 % respektive 13,9 %. Dessa siffror har varit ungefär desamma under många år. Av den sammanlagda naturgasproduktionen inom EES har de tre superstora en andel på nära [30–40]* %. De tre superstoras andel av den naturgas som förbrukas inom EES är emellertid mindre än [20–30]* %.
27. Oljeindustrin använder ofta kända reserver som ett mått på marknadsstyrka. Med detta mått skulle parterna ha omkring [0–10]* % av alla kända råoljereserver i

världen och [10–20]* % av Europas kända naturgasreserver. Det kan dock hävdas att påvisade reserver inte är ett relevant mått på framtida produktion. Enligt oljebolagen har påvisade reserver endast en lagerfunktion och privata oljebolag behöver i likhet med alla andra privata företag begränsa sina lager så mycket som möjligt. Med hjälp av sina påvisade reserver kan ett företag indikera att det är (eller inte är) i stånd att ersätta den förutsedda uttömningen av befintliga oljefält och därigenom förbli en livskraftig marknadsaktör. Nationella oljebolag behöver dock inte motivera ytterligare investeringar i prospektering och utveckling för sina aktieägare, eftersom de kan utnyttja de nationella reserverna som vanligtvis är mycket större än deras behov. En sådan indikator innebär därför en uppåtgående snedvridning till förmån för de nationella oljebolagen.

28. OPEC-producenterna har i dag och i den närmaste framtiden tillsammans en mycket betydande marknadsstyrka i fråga om råoljeproduktion. De kontrollerar en stor andel av produktionen och de kända reserverna (omkring 40 % respektive 75 % - mer än tredjedel av OPEC:s reserver finns i Saudiarabien). OPEC har tidigare vid flera tillfällen kunnat styra⁷ råoljepriset upp till en viss nivå.
29. Gazprom (17 %) och Sonatrach (11 %), den statliga ryska och algeriska leverantören, svarar för omkring 30 % av naturgasförsäljningen inom EES och deras reserver uppgår till 88 % (Gazprom 81,5 %) av alla de kända reserver som kan säljas inom EES.

TRANSAKTIONENS PÅVERKAN PÅ KONKURRENSEN

30. Kommissionen har följande allvarliga tvivel om följderna för konkurrensen på marknaderna för prospektering, utbyggnad, produktion och försäljning av råolja och naturgas. Det anmälda förvärvet skulle tillsammans med koncentrationen mellan BP Amoco och Arco kunna leda till att det skapades en fjärde kategori konkurrenter inom branschen bestående av Exxon-Mobil, BP Amoco-Arco och Shell. Oavsett vilken parameter som används (börsvärde, olje- och gasproduktion, kända reserver osv.) är det nu ett stort hopp från dessa tre aktörer till de övriga stora bolagen.
31. Kommissionen har undersökt om de tre superstora i framtiden skulle ha en privilegierad ställning i förhållande till andra marknadsaktörer när det gäller att upptäcka och bygga ut nya stora reserver. En sådan ställning kan uppstå på grund av deras större finansiella resurser, som kan göra det möjligt för dem att inneha en portfölj som medför större risker. Konkurrenterna skulle däremot vara tvungna att noga välja de områden där de planerar att inleda verksamhet. Eftersom de mindre bolagen inte har lika mycket kapital och inte lika stora möjligheter att sprida riskerna, skulle de, om de vill fortsätta att bygga ut stora fält, vara tvungna att bli mindre partner till de superstora bolagen för att därigenom kunna dra fördel av deras gemensamma resurser. Deras enda andra alternativ skulle vara att koncentrera sig på en enda nisch, nämligen prospektering. Detta kan leda till att de superstora kontrollerar andra prospekteringsföretags tillgång till nya gränsområden, till att börja med när de första licenserna beviljas och sedan för ytterligare omgivande områden, eftersom de superstora kommer att ha byggt den nödvändiga infrastrukturen.

7. Priserna på marknaderna för handel med råolja kan påverkas avsevärt av tillkännagivanden efter ett OPEC-möte.

32. Eftersom det normalt går mellan fem och femton år från prospektering till produktionsstart, skulle det enligt detta scenario kunna bli så att de superstora under en tioårsperiod kan utöva ett mycket stort inflytande över nya reserver och produktion utanför OPEC.
33. Detta skulle kunna påverka produktionen och försäljningen på följande sätt. Konkurrensen skulle minska och inte längre i samma utsträckning begränsa OPEC:s möjligheter att fungera som en kartell. De tre superstora bolagen skulle ha samma intressen som OPEC och därför sannolikt ansluta sig till OPEC:s beslut och begränsa produktionen till en viss nivå utan att behöva frukta att andra bolag skulle utnyttja detta. OPEC:s dominerande ställning på råoljemarknaden skulle förstärkas genom att det skapades ett oligopol med OPEC och de tre superstora bolagen, vilket i sin tur skulle vara ett incitament att ansluta sig till OPEC:s affärsstrategier. OPEC skulle då kunna höja och upprätthålla priserna på en nivå som motsvarar men inte överskrider det tröskelvärde som utlöser nyprospektering.
34. På grundval av ovanstående faktorer konstaterade kommissionen att det fanns allvarliga tvivel på om transaktionen var förenlig med den gemensamma marknaden och EES-avtalets funktion och att detta borde granskas närmare vid en fördjupad undersökning.
35. Parterna invände mot kommissionens allvarliga tvivel och angav två huvudsakliga skäl till detta. För det första skulle de superstora bolagen fortfarande utsättas för konkurrens från de mindre bolagen och de begränsningar detta innebär. För det andra kontrollerar värdländerna olje- och gasproduktionen och de skulle inte ha några som helst skäl att låta oljebolagen begränsa produktionen.
36. Marknadsundersökningen visade att de små prospekteringsföretagen inte tycks känna sig hotade av uppkomsten av en ny kategori superstora bolag. På grund av storleksskillnaden skulle de inte konkurrera om samma typ av prospekteringsrättigheter och de skulle inte vara beroende av de större bolagen för att sälja sin olja. Stora bolag som Chevron, Texaco, Elf och Total förefaller dessutom ha oförändrade möjligheter att prospektera och bygga ut fält överallt i världen. Parterna har gett flera exempel på att stora bolag deltar i pågående projekt över hela världen.
37. Av marknadsundersökningen framgick också att prospekteringsföretag/producenter i de flesta koncessionsavtal med regeringarna i olika länder förbjuds att begränsa produktionen (denna rätt förbehålls regeringen).
38. Det är osannolikt att parterna tillsammans med de andra superstora bolagen skulle kunna kontrollera produktionen av naturgas inom EES. Det är därför också osannolikt att konkurrensen skulle påverkas. Även om det skulle finnas en marknad för naturgas producerad inom EES (med tanke på de politiska risker som anses förknippade med gasproduktionen i Ryssland och Algeriet), kan man inte hävda att de superstora bolagen tillsammans har en dominerande ställning, eftersom den norska gasen som säljs av och genom en gemensam förhandlingskommitté har en så stark ställning. Dessutom möter naturgasproducenterna en mycket koncentrerad efterfrågan genom de nationella överförings- och grossistföretagen, t.ex. SNAM (Italien) och Transgas (Portugal).

39. Kommissionen konstaterar därför att koncentrationen inte kommer att leda till att en dominerande ställning skapas eller förstärks på marknaderna för prospektering, utbyggnad, produktion och försäljning av råolja och naturgas.

B. GASKONDENSERING

40. I sitt beslut enligt artikel 6.1 c uttryckte kommissionen allvarliga tvivel som gick ut på att den anmälda transaktionen skapar en dominerande ställning i fråga om gaskondenseringsteknik.
41. Gaskondensering är en process genom vilken naturgas omvandlas till färdigt bränsle. Denna teknik gör det möjligt att omvandla naturgas till flytande form på den plats där gasen utvinns och den underlättar därmed kommersiell utbyggnad av gasreserver och transport av naturgas från avlägsna platser som inte kan nås med rörledningar. Dessutom har produkterna hög renhetsgrad.
42. Det är i dag inte möjligt att med hjälp av gaskondensering producera ekonomiskt lönsamma substitut för konventionella raffineringsprodukter. Man förväntar sig att smörjmedelstillverkarna och den petrokemiska industrin skall bli de första att efterfråga kondenserade produkter på grund av den höga renhetsgrad och den molekylära sammansättning av råmaterialet som uppnås med gaskondenseringsteknik. Senare kan efterfrågan komma att omfatta även andra petroleumprodukter.
43. Det finns i dag två gaskondenseringstekniker, nämligen Fischer-Tropsh ("F-T"), som Exxon har utvecklat, och metanol-till-bensin-processen (methanol-to-gasoline, "MTG"), som Mobil har utvecklat. Av uppgifter från marknaden framgår att Exxon har den största enskilda patentportföljen för F-T-processen och innehar utländska och amerikanska patent för praktiskt taget varje viktigt steg i processen. Källor inom branschen uppger att [...]*
44. Andra olje- och gasbolag har vissa patent för den ena eller ibland båda processerna. Inget av dessa bolag har dock patent som omfattar alla viktiga steg i någon av processerna.
45. Exxons och Mobils ställning i fråga om patent utgör i dag alternativ som dock inte är substituerbara. Efter koncentrationen skulle parternas starka ställning i fråga om patent kunna utgöra ett hinder för alla potentiella nya aktörer. De stora ekonomiska resurser som krävs för att kunna konkurrera med kondenserade produkter (i dag kostar det mellan 1 och 3 miljarder US-dollar att bygga en F-T-anläggning) hindrar också de etablerade företagen från att expandera och nya potentiella konkurrenter från att gå in på marknaden.
46. Som svar på kommissionens allvarliga tvivel förklarade parterna att gaskondenseringstekniken inte utgör en egen marknad och att man med denna teknik endast skulle kunna producera mycket små kvantiteter petroleumprodukter jämfört med de kvantiteter som produceras genom traditionell raffinering. Andra företag skulle dessutom inneha tillräckligt stora patentportföljer för att kunna utveckla tekniken.
47. Kommissionen instämmer med parterna i att den anmälda koncentrationen inte kommer att ge upphov till någon dominerande ställning även om parterna skulle inneha en betydelsefull portfölj med gaskondenseringspatent, eftersom detta inte i någon större utsträckning skulle påverka petroleumproduktmarknaderna i senare led.

C. NATURGAS

INLEDNING

Beskrivning av distributionskedjan för gas

48. Den naturgas som strömmar ut från källan innehåller beståndsdelar som måste avlägsnas för att gasen skall uppnå ledningskvalitet. Den består då nästan helt av metan och etan och kan pumpas in i högtrycksledningarna. Gasen säljs till överförings- och grossistföretag, som överför och säljer gasen till slutförbrukarna.
49. Det finns två typer av överförings- och grossistföretag, nämligen s.k. långdistans- och kortdistansöverföringsföretag. Långdistansöverföringsföretag köper gas från gasproducenterna och transporterar den över långa sträckor i högtrycksledningar. De säljer sedan gasen antingen till andra mer lokala grossistföretag, dvs. kortdistansöverföringsföretag, eller direkt till slutförbrukare. De kan också tillhandahålla transiteringstjänster till långdistansöverföringsföretag i andra länder.
50. Förutom gasleveranser tillhandahåller man följande tjänster till slutförbrukarna:
 - Säsongutjämning: Gaskonsumtionen är inte jämnt fördelad över året. Detta har särskilt stor betydelse för de lokala distributionsföretagen som genom sina lågtrycksledningar levererar gas till hushållen, vilka behöver mycket gas till uppvärmning under vintern och betydligt mindre under sommaren. En grundläggande förutsättning för att kunna erbjuda säsongutjämning är tillgång till en lagringsanläggning, främst i form av underjordiska lager.
 - Andra tjänster som kvalitetskontroll (man ser till att den gas som levereras motsvarar specifikationen), balansering (man ser till att den gas som pumpas in i ledningarna motsvarar efterfrågan), back-up (avtal med andra återförsäljare eller producenter som är sammankopplade med det egna ledningsnätet i vilka de garanterar leveranser om ledningsägarens egna leveranser skulle avbrytas) och mätning.
51. **Slutförbrukarna** kan indelas i tre kategorier, nämligen kraftproducenter, industrikunder (fasta eller avbrytbara) och lokala distributionsföretag. Dessa kunder skiljer sig från varandra på följande sätt:
52. Det finns *stora prisskillnader* mellan de olika kundkategorierna, även om deras efterfrågan på gas är densamma. Detta beror på att priserna traditionellt bygger på vad kundens alternativa energikälla är värd ("Anlegbarhetsprinzip"). Med alternativ energikälla menas den energikälla till vilken kunden kan tänkas byta: eldningsolja för hushåll, tung eldningsolja för industriella kunder och i viss utsträckning kärnkraft eller kol för kraftproducenter.
53. Det finns också *kvalitetsskillnader* när det gäller leveranser till de olika kundkategorierna. I detta sammanhang kan man hänvisa till kravet på säsongutjämning för leveranser till lokala distributionsföretag och skillnaden mellan fasta och avbrytbara industriella kunder (gasleveranserna till de fasta kunderna kan inte avbrytas). Även dessa aspekter påverkar priset.

54. Den sista skillnaden är *den rättsliga ram som utgörs av Europaparlamentets och rådets direktiv 98/30/EG⁸ (nedan EG:s gasdirektiv) och nationella genomförandeåtgärder (avreglering)*. Enligt EG:s gasdirektiv skall medlemsstaterna före den 10 augusti 2000 öppna sina gasmarknader, så att kunder som har gaseldad kraftproduktion, oberoende av årlig förbrukningsnivå, och slutförbrukare som förbrukar mer än 25 miljoner kubikmeter gas per år per förbrukningsställe har behörighet att ingå avtal om naturgas (s.k. behöriga kunder). Öppningen av marknaden skall motsvara åtminstone 20 % av den totala årliga gasförbrukningen på den nationella gasmarknaden, vilket skall öka till 28 % år 2005 och 33 % år 2010. Tröskelvärdet för kunder som uppfyller kraven kommer att sänkas till 15 miljoner kubikmeter år 2005 och till 5 miljoner kubikmeter år 2010.
55. Medlemsstaterna kan välja mellan två förfaranden för att organisera tillträde till systemet. Dessa förfaranden skall användas i enlighet med objektiva, öppna och icke-diskriminerande kriterier. Det första förfarandet avser förhandlat tillträde och innebär att naturgasföretag och berättigade kunder förhandlar fram frivilliga kommersiella överenskommelser. Naturgasföretagen skall före den 10 augusti 2001 offentliggöra sina viktigaste kommersiella villkor och årligen därefter. Det andra förfarandet avser reglerat tillträde och innebär att naturgasföretagen skall ge tillträde på grundval av offentliggjorda tariffer, som fastställts av en behörig myndighet i medlemsstaten.
56. I direktivet fastställs ett viktigt förfarande för undantag, genom vilket kommissionen på vissa villkor kan godta att gasföretag vägrar tillträde om detta skulle medföra allvarliga ekonomiska eller finansiella problem med take-or-pay-avtal som godkänts i ett eller flera avtal om köp av gas.
57. *Nederländerna* går i det nyligen framlagda förslaget till ny lag om gasmarknaden mycket längre än minimikraven i gasdirektivet. Konsumenter med en årlig förbrukning på 10 miljoner kubikmeter (som svarar för 44 % av den totala årliga gasförbrukningen i Nederländerna) har redan rätt att köpa gas. Den 1 januari 2002 får kunder med en årlig förbrukning på mellan 170 000 kubikmeter och 10 miljoner kubikmeter rätt att göra detta. Den 1 januari 2007 får alla konsumenter (även hushållen) rätt att köpa gas. Det finns inte någon särskild ordning för kraftproducenter. Nederländerna har valt förfarandet med förhandlat tillträde och Gasunie offentliggjorde sina tariffer för tillträde för tredje part i augusti 1998.
58. I *Tyskland* har överförings- och grossistföretagen traditionellt haft regionala monopol och ingått regionala avgränsningsavtal, dvs. avtal genom vilka överföringsföretagen kom överens om att inte bedriva någon grossistverksamhet inom varandras reserverade områden. Detta är förbjudet sedan den 29 april 1998, den dag då kraftindustrilagen trädde i kraft. Genom lagen öppnas 100 % av den tyska marknaden och alla kunder är därmed berättigade kunder. I lagen anges också att kommunerna skall upplåta ledningsrätt för byggandet av gasledningsnät. I den nya konkurrenslagen föreskrivs att nätoperatörer inte kan vägra tredje part tillträde till nät utan berättigade och objektiva skäl. Om en operatör vägrar sådant tillträde, kan ärendet hänskjutas till konkurrensmyndigheten eller direkt till förvaltningsdomstolen. Sedan februari 1999 har branschorganisationerna förhandlat om den s.k. ”Verbändevereinbarung Gas”, i

8. EGT L 204, 21.7.1997, s. 1.

vilken man skall fastställa dels kriterierna för (förhandlat) tillträde för tredje part, dels riktpriserna.

Avtalsförhållanden

59. Den europeiska gasindustrin har bedrivit sin verksamhet på grundval av långfristiga avtal mellan köpare och säljare. Parterna har uppgivit att gasproducenterna var tvungna att ingå långfristiga avtal med köparna för att kunna finansiera sina investeringar i produktions- och distributionsinfrastruktur. Produktionen vid ett gasfält inleddes endast om man hittade en köpare till gasen, oftast ett eller flera nationella överförings- och grossistföretag.
60. Sådana avtal låg också till grund för investeringar i den nödvändiga distributionsinfrastrukturen (terminaler och rörledningar). Avtalen ingicks i så god tid före den faktiska produktionsstarten att man hann bygga den nödvändiga infrastrukturen. Överförings- och grossistföretagen ingick i sin tur långfristiga avtal med sina kunder och strävade efter att dessa avtal skulle motsvara den totala inköpsvolymen. Man kan hävda att överförings- och grossistföretagen traditionellt lyckats balansera efterfrågan och tillgång.
61. Ett typiskt inslag i de långfristiga avtalen är take-or-pay-åtaganden för volymerna. Avtalspriset är på varje nivå utformat som ett net-back-pris minus en överenskommen marginal för kunden. I avtalen ges också möjlighet att tre gånger om året granska och ändra priserna om köparens marknad har ändrats väsentligt (konkurrens mellan gasleverantörer, förändringar i fråga om alternativ energi osv.) Avtalen innehåller också en klausul om parallellhandel enligt vilken köparen har rätt att sänka inköpskraven med den volym som säljaren säljer direkt till köparens område. Gasföretagen [dvs. köparna]* hävdar att detta är nödvändigt för att undvika att producenterna säljer gasen två gånger (en gång till överförings- och grossistföretaget och en andra gång direkt till överförings- och grossistföretagets kund). Sådana avtal är viktiga för stabiliteten i gasdistributionskedjan, eftersom de upprätthåller hierarkin med producent – överförings- och grossistföretag – slutförbrukare.
62. Policyn att prissätta gasen med hänsyn till de andra energialternativ som köparens kunder har tillgång till (kallas även marknadsvärdesprincipen) är enligt de europeiska gasföretagen den viktigaste förklaringen till utbyggnaden och utvidgningen av den europeiska gasinfrastrukturen samtidigt som kunderna fått åtnjuta fördelarna av konkurrenskraftiga priser. Att på detta sätt maximera inkomsterna från gasförsäljningen och se till att alla aktörer på gasmarknaden respekterar denna princip är därför en viktig uppgift för de befintliga företagen.
63. [...]*

Kortfattad översikt över gaskolumnen i Nederländerna och Tyskland

64. **Nederländerna** är en av de största gasproducenterna inom EES och nettoexportör av gas. De största bolagen med egen produktion i Nederländerna är NAM, ett gemensamt företag mellan Exxon och Shell, och EBN, den nederländska statens olje- och gasbolag. Exxon, Shell och den nederländska staten (genom EBN och direkt) äger Gasunie, som är det distributionsföretag till vilket nästan all nederländsk gas säljs. Gasunie säljer [80-90]* % av den gas som förbrukas i Nederländerna och äger hela den nederländska distributionsinfrastrukturen (med undantag för en rörledning).

Gasunie har ingått långfristiga, exklusiva leveransavtal med alla de regionala distributionsföretagen om försäljning till kunder med en årlig efterfrågan [under en viss nivå]*.

65. Gasproduktionen i Tyskland motsvarar omkring 20 % av den tyska efterfrågan. De största producenterna är BEB, som är Exxons och Shells tyska gemensamma företag för produktion och distribution, samt Mobil. Omkring 80 % av den gas som förbrukas importerar från Norge, Ryssland och Nederländerna. Den största importören och det största överförings- och grossistföretaget i Tyskland är Ruhrgas, som ägs av Exxon, Shell, Mobil och BP tillsammans med tyska kol- och stålproducenter. Andra importörer är BEB, Thyssengas (av vilket Exxon och Shell äger 25 % vardera och RWE-DEA 50 % - tillsammans kontrollerar dessa företag Thyssengas), och VNG (det östtyska överförings- och grossistföretaget, i vilket BEB och Ruhrgas är aktieägare). Mobil och EWE, ett företag i vilket parterna inte har några intressen, importerar också en viss mängd gas till Tyskland. Alla ovannämnda företag är sedan länge etablerade som långdistansöverföringsföretag, men deras ställning hotas nu av Wingas, ett gemensamt företag mellan BASF och Gazprom (den ryska gasproducenten) genom dess nybyggda gasledningsnät.
66. De tyska producenterna och importerande överförings- och grossistföretag (långdistansöverföringsföretag) säljer gas till en rad regionala överförings- och grossistföretag (kortdistansöverföringsföretag). De omkring 19 lång- och kortdistansöverföringsföretagen säljer gasen vidare till omkring 700 lokala distributionsföretag som i sin tur levererar till hushållen.

ÖVERFÖRINGSMARKNADERNA

Relevant produktmarknad

67. Parterna anser att distributionen och marknadsföringen av naturgas kan delas in i ett överföringssegment och ett lokalt distributionssegment. Överförings- och grossistföretagen samlar upp gas från producenterna. De säljer den sedan till en blandning av grossistföretag i andra led (dvs. de tyska kortdistansöverföringsföretagen), lokala distributionsföretag och stora slutförbrukare. Överförings- och grossistföretagen använder högtrycksledningar och lagringsanläggningar för att leverera gasen till den plats och i de volymer som kunderna kräver. De lokala distributionsföretagen säljer gasen vidare till slutförbrukarna (t.ex. hushållen).
68. Parterna anser att leverantörerna i grossistledet och det lokala distributionsledet skiljer sig från varandra. Parterna har inte själva någon direkt verksamhet i det lokala distributionssegmentet.
69. Förutom marknaden för distribution och marknadsföring av naturgas urskiljer parterna i sin anmälan ytterligare två separata marknader, nämligen marknaden för naturgastransporter – rörledningar och transport av flytande naturgas (Liquid Natural Gas) samt marknaden för lagring av naturgas. Även kommissionen instämmer med parterna i att marknaden för naturgastransporter och marknaden för lagring av naturgas utgör separata produktmarknader.

a) Överföringsföretagen och den lokala distributionsmarknaden

70. Långdistans- och kortdistansöverföringsföretag säljer gas genom högtrycksledningar till industrikunder, kraftproducenter och lokala distributionsföretag. De lokala distributionsföretagen säljer gasen vidare till slutförbrukare som hushåll och andra lokala kunder genom sitt omfattande (gata för gata) lågtrycksledningsnät. Från grossistföretagen köper de lokala distributionsföretagen säsongutjämning och andra kringtjänster. Kommissionen instämmer därför med parterna i att den lokala distributionen utgör en separat produktmarknad. Eftersom parterna inte är direkt verksamma på denna marknad, sker ingen vidare bedömning av denna produktmarknad i detta förfarande.

b) Långdistans- och kortdistansöverföringsmarknaden:

Långdistansöverföring är en separat produktmarknad där inträde är beroende av de befintliga företagens goda vilja eller investeringar med mycket höga icke återvinningsbara kostnader

71. Som beskrivs ovan kännetecknas den tyska gasbranschen av en tvådelad struktur: Långdistansöverföringsföretagen säljer gas som de importerar direkt från utländska producenter och transporterar genom långdistansrörledningar till kortdistansöverföringsföretagen. Frågan är om kortdistansföretagen vid en eventuell prishöjning enkelt skulle kunna ersätta denna typ av tjänst. Det enda sättet på vilket kortdistansföretagen skulle kunna kringgå en sådan prishöjning skulle vara att köpa gasen direkt från producenterna, dvs. att integreras uppåt i den vertikala kedjan. För att kunna göra detta behöver kortdistansföretagen (eller eventuellt slutförbrukarna) få samma prisvillkor från gasproducenterna som långdistansföretagen och de behöver kunna leverera gasen över långa distanser. Av sin marknadsundersökning drar kommissionen slutsatsen att kortdistansföretagen saknar incitament att gå förbi långdistansföretagen, även om de skulle ställas inför en prishöjning.

72. [...]*

i) Parternas uppfattning: vem som helst kan importera gas

73. Parterna anser att den relevanta marknaden utgörs av de omkring 19 lång- och kortdistansöverföringsföretagens försäljning av tysk och importerad gas till industrikunder, kraftproducenter och lokala distributionsföretag. Parterna anser att långdistansöverföringsföretagens särskilda verksamhet inte är mer än en teknisk komplikation, eftersom vem som helst kan transportera gas till den tyska gränsen.
74. För det första uppger parterna att det är möjligt att importera små volymer. De hänvisar till vissa avtal om import av små volymer, t.ex [...]*
75. För det andra anser parterna att de kostnader för att gå in på marknaden som orsakas av behovet att investera i mottagningsanläggningar, rörledningar och lagringsanläggningar är ett naturligt inslag i en långsiktig kapitalintensiv bransch och inte utgör något inträdeshinder. Man hänvisar särskilt till Wingas investeringar för att illustrera att det fortfarande är lönsamt att investera i den tyska gasinfrastrukturen. Parterna påpekar också att sådana investeringar inte behövs för att importera gas [...]*

76. För det tredje hänvisar parterna till bestämmelserna i den nya tyska energilagen och rörledningsägarnas lagstadgade skyldighet att tillhandahålla ledig kapacitet till tredje part. Därför är försäljning till slutförbrukare i Tyskland en realistisk möjlighet. Parterna hänvisar också till att vissa lokala distributionsföretag har beslutat att köpa direkt från producenterna och till att industrikoncerner köper sin gas centralt.

ii) Detta bekräftas inte av kommissionens marknadsundersökning

77. Marknadsundersökningen har inte bekräftat parternas uppfattning att gasimport endast är en ”teknisk komplikation”. Några av de elva tyska kortdistansföretagen har uppgett följande:

- För att erhålla förmånliga priser genom ett importavtal måste man i dag köpa mycket stora kvantiteter med inköpsåtaganden och dessutom bl. a. egna investeringar eller finansiellt deltagande i projekt eller företag. Sådan verksamhet är därför typisk för företag som sammanför en stor efterfrågan och har stora finansiella tillgångar för att bära kostnadsrisken i samband med import. När man importerar är det viktigt att trygga försörjningen genom att ha flera olika leverantörer.
- För att importera skulle det krävas ett parallellt ledningsnät till producenterna (eller till överföringspunkterna vid gränsen) eller tillträde för tredje part. Kortdistansöverföringsföretaget skulle inte kunna uppskatta de kostnader detta medför eller den tid som krävs.
- Det är svårt att sälja ytterligare importkvantiteter i Tyskland till kunderna, eftersom dessa kvantiteter endast kan gå till regionala distributionsföretag. Att marknadsföra gas till slutförbrukarna kräver avsevärda ansträngningar och är inte realistiskt för närvarande.

78. I sitt svar på meddelandet om invändningar uppgav parterna åter att det är möjligt att köpa små volymer, att det är lätt att beräkna importkostnaderna (genom egna undersökningar eller med hjälp av konsultföretag), att kostnaderna för importinfrastruktur normalt ligger under 2 % och att man kan få både leveranser och kunder (efterfrågan stiger och befintliga kontrakt löper ut). Kommissionen medger att importkostnaderna kan beräknas. De andra punkterna behandlas närmare nedan.

79. Det bör noteras att Bundeskartellamt nyligen i samband med ett förfarande⁹ konstaterade att långdistansöverföringsmarknaden utgör en separat relevant produktmarknad.

iii) Tysk gas kan inte uppväga en prishöjning på importerad gas

80. All tysk gas säljs i Tyskland där den konkurrerar med importerad gas. Den tyska produktionen motsvarar i dag omkring 20 % av den totala förbrukningen och förväntas ha minskat till [under 15%] år 2010. Överförings- och grossistföretag som vill fylla sitt behov kräver därför i ökande utsträckning tillträde till importerad gas, dvs. till långdistansöverföringsföretagens tjänster.

81. Den tyska gasen är dessutom i mycket stor utsträckning vikt för långdistansöverföringsföretagen, vilket innebär att andra företag inte kan få tillgång till tysk gas i den utsträckning som krävs för att uppväga en prishöjning på

9. Ärendets kol- och stålsektorer har kommissionen behandlat i ärende IV/ECSC.1252 – RAG/Saarbergwerke. Det tyska beslutet sammanfattas i Bundeskartellamts halvårsrapport och i dess pressmeddelande av den 4 februari 1998.

importerad gas. Tysklands gasproduktion och gasreserver ägs till omkring [70-80]* % av långdistansöverföringsföretagen BEB ([40-50]* %) och Mobil ([20-30]* %). Återstående [20-30] % av den tyska produktionen (som motsvarar omkring [0-10]* % av den tyska efterfrågan) fördelas mellan RWE-DEA med omkring 7,5 %, Wintershall och Preussag med omkring 5,5 % vardera och Erdöl-Erdgas Gommern med omkring 4,5 %. RWE-DEA har åtagit sig att sälja 60 % av sin årsproduktion till Ruhrgas. Den största delen av Erdöl-Erdgas Gommerns produktion säljs via VNG, som är ett annat långdistansöverföringsföretag.

iv) Det är inte och kommer inte heller efter koncentrationen att bli möjligt att få tillgång till utländsk gas på konkurrenskraftiga villkor. De potentiella nya aktörerna på långdistansöverföringsmarknaden är beroende av de befintliga företagens tjänster

82. Kortdistansöverföringsföretagens dagliga verksamhet beror i stor utsträckning på ledningsnätet, lagringsanläggningarna och de andra tjänster som tillhandahålls av långdistansöverföringsföretagen. Med tanke på de motåtgärder som långdistansöverföringsföretagen skulle kunna vidta skulle det vara riskfyllt att utmana dem genom att förbigå dem i fråga om vissa tjänster.
83. Det finns dock ett kortdistansöverföringsföretag, **Erdgas Münster** (EGM), som inte är beroende av långdistansöverföringsföretagens överföringstjänster. EGM säljer tysk gas som produceras av dess aktieägare, nämligen de största tyska gasproducenterna: BEB ([20-30]* %), Mobil ([20-30]*%), Wintershall ([20-30]* %), Preussag ([10-20]* %) och RWE DEA ([0-10]*%). Aktieägarna är skyldiga att sälja hela sin produktion i en viss del av nordvästra Tyskland genom EGM (omkring [mindre än 10 %]* av den totala tyska gasförbrukningen) och därmed är företaget garanterat gasleveranser [...]*.
84. [...]*, skulle BEB och Mobil efter koncentrationen ha kontroll över de strategiska besluten i företaget. Sådana beslut gäller bland annat EGM:s ställning på en framtida avreglerad marknad (se nedan). Parterna hävdar att de inte skulle kontrollera EGM, eftersom [...]*. Detta resonemang kan inte godtas. Exxon har gemensam kontroll över BEB i den mening som avses i koncentrationsförordningen och det skulle dessutom vara ekonomiskt fördelaktigt för Shell att gå med på [...]*, eftersom även Shell skulle kunna dra fördel av att ha kontroll över EGM.
85. Även om både Mobil och BEB är långdistansöverföringsföretag är Mobils ställning på marknaden mycket svagare än BEB:s. Innan koncentrationen genomförs har Mobil därför ett intresse av att ha kvar möjligheten att använda EGM som ett instrument på en framtida avreglerad marknad. Det är därför inte säkert att BEB:s och Mobils intressen sammanfaller. Möjligheten att vara en potentiell konkurrent skulle försvinna efter koncentrationen genom att man får formell kontroll över EGM.
86. Parterna har också hänvisat till att vissa mindre lokala distributionsföretag har riktat anbudsinfordringar direkt till utländska leverantörer. I anbudsinfordran begär de lokala distributionsföretagen offerter för leveranser till den tyska gränsen och uppger att de själva kommer att ordna transporten inom Tyskland. Andra exempel som nämns av parterna är Stadtwerke ("SW") Viernheims beslut att köpa direkt och stora industrikoncerners beslut att köpa centralt. Kommissionens undersökning visar dock att dessa anbudsinfordringar inte gav något resultat.

87. Att de lokala distributionsföretagen ibland fordrar in anbud innebär inte att de anser sig ha möjlighet att själva transportera gasen i Tyskland. Det betyder därför inte att de anser att de kan konkurrera med de etablerade företagen.
88. De producenter som skulle vilja gå in på marknaden är inte bara beroende av att de tyska företagen säljer deras gas på marknaden, utan de är också i varierande utsträckning beroende av de tidigare dominerande företagen för transitering av gas till andra exportmarknader. Gas från Nederländerna transiteras t.ex. genom de etablerade tyska företagens rörledningar till Schweiz och Italien (och eventuellt även Polen), norsk gas transiteras genom Tyskland till Schweiz och rysk gas transiteras genom Tyskland till Frankrike.

Det är osannolikt att mindre företag kan få tillgång till förmånliga priser eller volymer eller att traditionella leverantörer skulle gå förbi de etablerade företagen

89. De långfristiga (10, 20 eller 30 år) take-or-pay-avtalen, genom vilka överförings- och grossistföretagets inköpsåtagande minskas med den volym som producenten säljer direkt (eller via andra företag) i överföringsföretagets område (även kallade ”bestämmelser om parallellförsäljning”), gör det svårare för andra företag att få leveranser.
90. Leverantörerna har inte heller något intresse av att gå förbi sina gamla kunder om detta skulle leda till konkurrens mellan gasleverantörerna, vilket i sin tur skulle medföra lägre priser på gasmarknaden. Om leverantören inte vill erbjuda lägre priser, finns det inget skäl för kunden att byta. Konkurrens mellan gasleverantörerna och prissänkningar är därför det mest sannolika resultatet. Eftersom net-back-priser betalas till producenten skulle en sådan prissänkning påverka all gasförsäljning. Om producenterna sålde till nya aktörer, skulle de därför riskera att utsättas för eventuellt skadlig priskonkurrens. [...]*
91. Enligt [...] stimulerar bestämmelserna om parallellförsäljning överförings- och grossistföretaget och leverantören till att konkurrera om samma slutförbrukare och bestämmelserna främjar därför konkurrensen. Sådan konkurrens kan dock förväntas uppstå endast om leverantörens vinst från direktförsäljningen både kompenserar leverantören för den förlust som uppstår på kort sikt med avseende på net-back-värdet på den återstående kontrakterade försäljningsvolymen till överförings- och grossistföretaget och för den risk leverantören på lång sikt löper att förlora försäljningen till överförings- och grossistföretaget när det gällande kontraktet löper ut. Det är inte sannolikt att detta skulle inträffa, och därför fungerar bestämmelserna om parallellförsäljning (även om de är rimliga kontraktsbestämmelser, se punkt x) som inträdeshinder.
92. Kommissionen noterar också att tre av de största tyska långdistansöverföringsföretagen köpt en stor del av den gas som inte är av tysk ursprung från norska, danska och ryska producenter gemensamt (Ruhrgas [...]*, BEB [...]*, Thyssengas [...]*). Genom att kombinera sin efterfrågan skulle konsortiet kunna få bättre priser (genom långfristiga avtal) än företag som förhandlar enskilt. Parterna bestrider detta och uppger att inköpspriserna inte har något samband med volymen, utan sätts med hänsyn till priset på ett alternativt bränsle. Kommissionen kan inte godta detta argument, eftersom det logiskt sett skulle betyda

att det inte kan förekomma någon priskonkurrens inom den europeiska gasbranschen, då alla skulle ta ut samma pris, nämligen priset för det alternativa bränslet. Detta är utan tvekan felaktigt, eftersom parterna har stor frihet att bedöma olika inslag i gaspriset, även när man knyter detta till prisindex för alternativa bränslen.

93. Gemensamma inköp minskar också producentens incitament att gå förbi överförings- och grossistföretagen och sälja direkt eller indirekt till andra företag i deras område. När flera företag går samman om sina inköp, riskerar producenten nämligen att förlora alla sina kunder även om han endast förbigår en av dem.
94. Parterna hävdar att andra etablerade företag som VNG och Mobil enskilt och direkt kan köpa gas till samma priser, vilket dock inte betyder att nya aktörer har samma möjlighet. De etablerade företagen kommer att försöka utnyttja sin ställning och sitt inflytande gentemot producenterna för att förmå dem att inte leverera till konkurrenter. Wingas har uppgivit att man för några år sedan hade slutit ett avtal om leveranser av norsk gas, men att GFU (den norska statliga försäljningsorganisationen) inte godkände detta. Dessutom har [...] uppgivit att "[...] kommer att fortsätta hindra [...] från att kunna köpa [...] gas."
95. Även om nya volymer kan kontrakteras, har långdistansöverföringsföretagen ingått långfristiga (take-or-pay) leveransavtal med de viktigaste kunderna (kortdistansförsörjningsföretag, lokala distributionsföretag osv.). Det kan därför bli svårt att sälja dessa volymer, vilket betyder att dessa långfristiga avtal utgör ett ytterligare hinder för inträde på långdistansmarknaden. Kommissionen medger att alla dessa avtal löper ut någon gång och att efterfrågan på gas stiger med 2–3 % årligen. Avtalen är därför inte något oöverstigligt inträdeshinder, men det är ingen tvekan om att de gör det svårare att gå in på denna marknad än på en marknad där det inte finns några långfristiga avtal mellan köpare och säljare.
96. De tyska långdistansöverföringsföretagen har under senare år investerat stora summor i vertikal integration i ett senare led genom aktieinvesteringar i kortdistansöverföringsföretag och lokala distributionsföretag och de kommer troligen att fortsätta att göra detta. [Kommissionen anser att]* syftet med detta är att bevara den nuvarande försörjningsstrukturen. Detta kommer att leda till att hindren för inträde på marknaden blir ännu större.

v) Tillgång till infrastrukturen eller dubblering av infrastrukturen är inte något alternativ

Dubblering av infrastrukturen skulle leda till höga icke återvinningsbara kostnader

97. De etablerade företagens stora **kapitalinvesteringar** i mottagningsanläggningar, rörledningar, lagringsanläggningar och kvalitetsanpassning kan inte användas för andra syften, även om vissa gasledningar till stora kostnader kan göras om till oljeledningar. Investeringen kan därför till mycket stor del anses vara en icke återvinningsbar kostnad.
98. Parterna anser att det inte är rimligt att betrakta kostnaden för att gå in på gasmarknaden som ett inträdeshinder, eftersom kostnaden för importinfrastrukturen normalt är mindre än [...] % av värdet på den gas som köpts. Importinfrastrukturen är emellertid inte den enda infrastruktur som krävs (kanske är

långdistansledningsnätet den viktigaste) och det är ett faktum att den stora kapitalinvesteringen till mycket stor del är en icke återvinningsbar kostnad.

99. De etablerade företagen kan dessutom genom att utöka antalet kompressorer alltid öka transportkapaciteten i rörledningarna på ett billigare och snabbare sätt än en ny aktör kan bygga en ny rörledning.
100. Det är därför inte sannolikt att en ny aktör på marknaden kommer att börja bygga ett nytt, stort högtryckledningsnät i Tyskland. Det är med andra ord inte sannolikt att exemplet Wingas skall upprepas. Wingas är ett slags lyckad kombination av en mycket stor tysk industriell gasförbrukare (sannolikt den största) som inte var nöjd med de rådande priserna och en mycket stor rysk producent vars intressen stod i konflikt med de etablerade företagens. Denna intressekonflikt kommer att förklaras närmare i det avsnitt där konkurrensen bedöms.
101. Leverantören kan dessutom förvänta sig en högre net-back från ett förnyat kontrakt med det ursprungliga överförings- och grossistföretaget än från ett kontrakt med en ny aktör som måste nyinvestera (och därför kräver en högre marginal). Dessutom skulle en sådan ny aktör vara tvungen att kämpa för att kunna sälja sina volymer, vilket skulle leda till prissänkningar för alla aktörer på marknaden, vilket i sin tur återspeglas i ett lägre net-back-pris för producenten.

Industrin ansåg att tillträde för tredje part kommer att ha en begränsad inverkan på kundernas möjligheter att direktimportera gas i konkurrens med långdistansöverföringsföretagen

102. Kommissionen är inte i samband med detta beslut övertygad om att ingåendet av Verbändevereinbarung Gas (VV Gas) kommer att leda till att nya företag går in på marknaden genom **tillträde för tredje part**. Denna slutsats bygger på den nuvarande situationen, närmare bestämt det förslag som den tyska gasindustrin har lagt fram vid förhandlingarna om VV Gas.
103. Initiativet till VV Gas har tagits av fyra branschorganisationer, nämligen a) BGW, som organiserar den tyska gas- och vattenindustrin, b) VKU, som organiserar de lokala distributionsföretagen, c) BDI, den tyska industriföreningen (industriella förbrukare) och d) VIK, den tyska kraftproducentföreningen. Tyskland har i samband med gasdirektivet beslutat sig för ett förhandlat tillträde för tredje part och VV Gas vill fastställa riktlinjer för ett sådant förhandlat tillträde. Den tyska konkurrensmyndigheten och/eller kommissionen måste bedöma VV Gas när detta antagits. Syftet med VV Gas är, vilket anges i ett gemensamt brev från de fyra organisationerna till den tyska ekonomiministern, ”att ge politikerna en signal om att det inte behövs någon ytterligare reglering för naturgas. VV Gas skall uppfylla kriterierna marknadsorienterad, konkurrenskraftig, rättvis, öppen och enkel och skall därigenom vara till hjälp vid utvecklandet av en fondbörs för naturgas. VV Gas skall innehålla grundläggande principer och regler för tillträde till nätet samt en enkel beräkning av tarifferna. VV Gas skall ingås före utgången av 1999”.
104. Trots detta gemensamma uttalande kan man inte med utgångspunkt i det referensfall som gasindustrin hänvisat till dra slutsatsen att denna typ av tillträde kommer att göra det möjligt för tredje part att importera gas i konkurrens med de etablerade företagen.
105. En första faktor är att referensfallet förutsätter att tredje part kan få tillträde endast om det finns rörledningskapacitet och att långfristiga take-or-pay-avtal skall övervägas.

Marknadsundersökningen visar att det är svårt att bedöma om det finns någon tillgänglig kapacitet och att de etablerade företagen har kontrakterat upp till 100 % av sin efterfrågan genom långfristiga take-or-pay-avtal. VV Gas kommer därför inte att i grunden hota de etablerade företagens ställning.

106. En annan faktor är att det i referensfallet anges att gasen från tredje part till sin sammansättning måste motsvara de krav som ställs i specifikationen för gas i det berörda ledningsnätet. Detta uttrycks på följande sätt: "...gasens sammansättning är sådan att den kan tas in i rörledningen utan någon anpassning från transportörens sida och har en sammansättning som tillåter att den används i nätet tillsammans med annan gas". Det är inte lätt att uppfylla dessa kriterier med tanke på att man i Tyskland i dag säljer gas med olika sammansättning (se diskussionen nedan om gas med lågt respektive högt värmevärde) och det faktum att både gas med lågt värmevärde och gas med högt värmevärde i dag säljs i flera olika sammansättningar). Naturgas är därmed inte en helt homogen produkt och den form av tillträde för tredje part som används för elektricitet och telekommunikationer skiljer sig till sin art och användbarhet från den typ av tillträde som används för gas. I ett dokument som lämnats in av parterna anges att "en huvudsaklig skillnad med VV Elektricitet är att det för gas är nödvändigt att ingå ett separat avtal med varje rörledningsoperatör och att de olika gassammansättningarna och tryckskillnaderna vid start- och slutpunkten försvårar den konkreta organisationen".
107. En tredje faktor är att ett transportavtal måste ha en löptid på minst ett år, med två startdatum varje år (1 oktober och 1 april). Avtal om tillträde för tredje part kommer därför alltid att inbegripa högsäsongen under vinterhalvåret, vilket ökar sannolikheten för att rörledningarna kommer att utnyttjas till sin fulla kapacitet. Dessutom är det uttryckliga syftet med detta krav att hindra att en spotmarknad utvecklas. Detta är betydelsefullt eftersom utvecklingen av en spotmarknad skulle leda till att det traditionella systemet kom i obalans. Överförings- och grossistföretagen skulle utsättas för det största hotet, eftersom en spotmarknad skulle underlätta direktkontakter mellan slutförbrukaren och producenten, vilket skulle leda till mindre marginaler för grossistföretaget. [...] * Något sådant förutses inte i VV Gas.
108. En fjärde faktor är att [...] *.
109. I VV Gas finns inga bestämmelser om tillgång till lagringsanläggningar, kvalitetsanpassningstjänster (omvandling av gas med lågt eller högt värmevärde) och inte heller om reserver.
110. Parterna påpekar i sitt svar på meddelandet om invändningar att det slutliga avtalet om VV Gas kommer att kräva stöd från slutförbrukarna, den tyska konkurrensmyndigheten och den tyska regeringen. När så många intressenter är delaktiga i processen, kan parterna inte förstå kommissionens farhågor för att slutresultatet inte kommer att underlätta tillträde för tredje part och främja konkurrensen. Kommissionen måste göra sin bedömning på grundval av den information den har tillgång till. Denna information är det referensfall gasindustrin har hänvisat till. Att göra en bedömning utifrån något annat vore således ren spekulat.

Slutsats

111. Kommissionen konstaterar att den tyska långdistansöverföringsmarknaden utgör en separat produktmarknad.

Gas med lågt respektive högt värmevärde

112. Under undersökningens gång har flera tredje parter hävdade att man vid bedömningen av hur transaktionen påverkar de europeiska gasmarknaderna bör skilja mellan gas med lågt respektive högt värmevärde. Kommissionen instämmer med parterna i att gas med lågt respektive högt värmevärde är en del av en övergripande naturgasmarknad. Kommissionens slutsats bygger på substitution på efterfrågesidan. Med andra ord kan en relativ prishöjning på gas med lågt värmevärde med mellan 5 % och 10 % bli olönsam, eftersom förbrukarna i det berörda området i Tyskland¹⁰ skulle kunna byta till gas med högt värmevärde.
113. Skillnaden mellan gas med lågt värmevärde och gas med högt värmevärde har sitt ursprung i upptäckten (1959) och exploateringen (1963) av det stora gasfältet i Groningen i Nederländerna. Detta gasfält är det största i Europa och ett av de största i världen och upptäckten av fältet blev starten för hela den europeiska gasindustrin. Hela förbrukningen av naturgas var då inriktad på gas med samma sammansättning som gasen i Groningenfältet. Som gas med lågt värmevärde klassificeras dock inte bara gas med ett värmevärde som är lägre eller detsamma som Groningengasens värmevärde. Med utgångspunkt i den definition av gas med lågt värmevärde som används i Tyskland ((DVGW-uppförandekod G 260/I - gaskvalitet) definieras gas med lågt värmevärde som gas med ett Wobbeindex på upp till 13 kWh/m³.
114. Gasens sammansättning (Groningengas eller gas med lågt värmevärde) påverkar alla senare led i distributionskedjan. Överföring i högtrycksledningar (långdistansöverföring), underjordiska lagringsanläggningar, överföring i lågtrycksledningar (vilket gör det möjligt att leverera gasen med ett lågt tryck som lämpar sig för hushållens brännare) och den utrustning med vilken gasen förbrukas av slutförbrukaren har utformats och kan endast användas antingen för gas med lågt värmevärde eller gas med högt värmevärde.
115. Gas som upptäcktes senare hade en annan kvalitet med ett högre värmevärde, eftersom gasen innehöll mindre mängder inert kväve. Gas med lågt värmevärde upptäcktes faktiskt bara i ett annat fält på land i Nederländerna och nordvästra Tyskland. Idag finns det fortfarande särskilda distributionskedjor för gas med lågt värmevärde i Nederländerna, nordvästra Tyskland, en del av Belgien (i provinserna Antwerpen och Limburg) och en del av Frankrike (Nord – Pas de Calais).

Substituerbarhet på efterfrågesidan: Byte av distributionskedjorna så att de lämpar sig för gas med lågt värmevärde i stället för gas med högt värmevärde

a) En beständig relativ prishöjning på gas med lågt värmevärde kommer att påskynda det pågående bytet

116. Parterna har lämnat tabeller som visar den fortlöpande övergång från gas med lågt värmevärde till gas med högt värmevärde som pågått i Tyskland sedan 1975. Tabellerna bygger på statistik från branschen som visar både de absoluta och de relativa volymerna för olika typer av gas (gas med lågt respektive högt värmevärde, koksugsgas och övrig gas).

10. I detta ärende är det inte nödvändigt att avgöra huruvida det finns en särskild marknad för gas med lågt och en särskild marknad för gas med högst värmevärde i Nederländerna, eftersom utgången av ärendet vore i sak densamma.

117. Mot denna bakgrund kommer det att bedömas hur ett överförings- och grossistföretag skulle reagera om producenterna av gas med lågt värmevärde höjde priset. Överförings- och grossistföretagets reaktion kommer att bero på dess möjlighet att själv byta till en producent av gas med högt värmevärde och på om dess egna kunder har möjlighet att byta till ett annat överförings- och grossistföretag som kanske kan leverera gas med lågt värmevärde till ett lägre pris.
118. Rent tekniskt är det lätt att byta ett helt ledningsnät för gas med lågt värmevärde till gas med högt värmevärde. Det största hindret för ett överförings- och grossistföretag som vill ändra sin infrastruktur är de underjordiska lagringsanläggningarna. Det uppstår nämligen problem med att man måste byta ut den lagrade gasen med lågt värmevärde mot gas med högt värmevärde. Enligt parterna är detta utbyte lätt att genomföra. Enligt Wingas tar utbytet tid (normalt tre lagringscykler och därmed två år för de berörda anläggningarna) och är kostsamt (mot bakgrund av det varierande värmevärdet i den utgående gasen när gas med högt värmevärde överförs till en anläggning för gas med lågt värmevärde).
119. Redan före utgången av den tredje lagringscykeln kan emellertid den utgående gasen vara gas med högt värmevärde. Dessutom kan alla överförings- och grossistföretag blanda gas (lägga till gas med lågt värmevärde till gas med högt värmevärde för att erhålla en gas med högt men ändå lägre värmevärde som dock fortfarande uppfyller kraven på sådan gas, eller tvärtom) för att erhålla gas med den önskade sammansättningen. Det kan därför vara ganska lätt för överförings- och grossistföretagen att anpassa den gas som de hämtar ut från sina lagringsanläggningar under övergångsperioden genom att helt enkelt blanda den så att den uppfyller kraven på gas med lågt eller högt värmevärde. Man kan föreställa sig att de till en början skulle tillföra gas med lågt värmevärde så att gasen fortfarande har ett lågt värmevärde och sedan gradvis lägga till gas med högt värmevärde så att gasen uppfyller krav som ställs på sådan gas. Detta skulle sannolikt minska kostnaderna för bytet avsevärt.
120. På grundval av ovanstående uppgifter konstaterar kommissionen att om de tyska ägarna av lagringsanläggningar för gas med lågt värmevärde skulle ställas inför en beständig relativ prishöjning på gas med lågt värmevärde jämfört med gas med högt värmevärde, skulle de inte möta sådana tekniska svårigheter att detta hindrade dem från att byta till gas med högt värmevärde. Därför bidrar en relativ prishöjning till att påskynda det byte som ändå skulle äga rum förr eller senare.

b) Kunderna till de överförings- och grossistföretag som levererar gas med lågt värmevärde kan i det berörda området i Tyskland byta till gas med högt värmevärde som levereras av Wingas

De industriella kundernas och kraftproducenternas byte

121. Marknadsundersökningen bekräftar att den anpassning av brännarna som skulle krävas vid ett byte för de flesta industriella kunder och kraftproducenter endast skulle medföra låga kostnader i form av en procentandel av deras årliga gasräkning. Det skulle därför kunna vara ekonomiskt lönsamt för en stor industriell förbrukare eller kraftproducent att låta bygga en ny, särskild rörledning som kopplade kunden till en näraliggande (högst 50 km) högtrycksledning för gas med högt värmevärde. Frågan är därför om det i närheten finns rörledningar för gas med högt värmevärde som ägs

av andra företag än de som har intressen i distributionen av gas med lågt värmevärde. Om så är fallet, kommer risken att förlora sådana kunder till andra överförings- och grossistföretag att göra det etablerade företaget mer benäget att självt gå över från gas med lågt värmevärde till gas med högt värmevärde (om producenten höjer priset). I annat fall blir en prishöjning från överförings- och grossistföretagets sida olönsam.

122. När det gäller industrins efterfrågan på gas, måste man skilja mellan Nordrhein-Westfalen (NRW) och Niedersachsen. I NRW är gasförsäljningen per kvadratkilometer omkring tre gånger större än i Niedersachsen och antalet industriella kunder per kvadratkilometer är 2,5 gånger större. I NRW ligger därför Wingas rörledningar ”Wedal” och ”Midal” antagligen inom räckhåll för ett tillräckligt stort antal kunder för att ett byte skall vara möjligt. Dessutom ligger Wingas underjordiska lagringsanläggning i Rehden på gränsen mellan NRW och Niedersachsen, vilket gör det möjligt för företaget att tillhandahålla sina kunder i NRW och Niedersachsen den nödvändiga säsongutjämningen. I Niedersachsen har Wingas också sitt högtrycksledningsnät för gas med högt värmevärde. Hannoverområdet förefaller vara det enda viktiga område som inte nås av detta ledningsnät. Nätets räckvidd torde emellertid vara tillräcklig för att göra en prishöjning olönsam.
123. Man skulle dock under alla förhållanden behöva bygga en särskild rörledning från Wingas högtrycksledning för gas med högt värmevärde till den industriella kunden. Detta tar tid och kostar pengar och har i praktiken visat sig vara lönsamt endast om kunden accepterar ett exklusivt leveransavtal med en varaktighet på mellan fem och tio år. Den etablerade leverantören av gas med lågt värmevärde kan därför höja sitt pris över det rådande priset på gas med högt värmevärde med en marginal upp till de tillkommande kostnaderna för den nya infrastrukturen. Sådana avtal är inte ovanliga inom branschen och att kostnaden för den nya rörledningen kan balanseras på ett lönsamt sätt framgår av Wingas erfarenheter från andra regioner.
124. Wingas hävdar att det i Niedersachsen endast finns några få stora kunder inom ett rimligt avstånd från dess högtrycksledning för gas med högt värmevärde. Man kan därför inte hänvisa till Wingas erfarenheter från andra regioner på vad Wingas anser vara en särskild geografisk marknad, nämligen det nordtyska området där man använder gas med lågt värmevärde.
125. Kommissionen medger att byteskostnaderna inte alltid är låga för industriella kunder. [Ett företag]* har uppgivit att industriella kunder som använder naturgas som råmaterial för en kemisk process kan drabbas av kostnader på över 20 miljoner euro. Kommissionen känner dock inte till några sådana kunder i det berörda området i Tyskland.
126. Kommissionen konstaterar att ett tillräckligt stort antal tyska industriella kunder och kraftproducenter som använder gas med lågt värmevärde kan byta leverantör till Wingas om de ställs inför en beständig prishöjning på gas med lågt värmevärde för att en sådan prishöjning skall bli olönsam.

Lokala distributionsföretags byte

127. De lokala distributionsföretagen levererar till hushållen och andra lokala kunder. De behöver därför leverantörer som kan erbjuda dem god säsongutjämning. De skulle endast överväga ett byte om deras nya leverantör kan erbjuda dem gas med högt

värmevärde tillsammans med en god säsongutjämning. Wingas lagringsanläggning Rehden ligger i området och företaget kan därför erbjuda säsongutjämning.

128. Distributören och/eller leverantören måste införliva de kostnader hushållens byte medför. Enligt en detaljerad kostnadsberäkning, som parterna tillhandahållit och som gjorts av ett företag med stor erfarenhet av sådana byten, skulle kostnaderna för hushållens byte uppgå till omkring 60 euro per hushåll. Om man utgår från att ett normalhushåll förbrukar 80 miljoner btu/per år (British thermal unit, 1 055 kJ), att det lokala distributionsföretagets pris är 3,4 euro/miljoner btu och att hushållen normalt betalar 8 euro/miljoner btu för gasen, skulle en prishöjning på 5 % för gas med lågt värmevärde som levereras av ett överförings- och grossistföretag minska det lokala distributionsföretagets marginal med 13,5 euro. En prishöjning med 10 % minskar det lokala distributionsföretagets marginal med 27 euro. Därför skulle det lokala distributionsföretaget ta igen kostnaderna för bytet inom två-fyra år. Eftersom leveransavtalen mellan ett överförings- och grossistföretag och ett lokalt distributionsföretag normalt löper på mellan tio och tjugo år, skulle prishöjningen med 5-10 % bli olönsam om det lokala distributionsföretaget bytte till en leverantör av gas med högt värmevärde. Ett hushåll som bytt till gas med högt värmevärde kan dessutom utan problem använda gas med lågt värmevärde tills gasen med högt värmevärde når det lokala distributionsnätet. Följden blir en tillfällig och marginell effektivitetsförlust. Om bytet sker på sommaren, skulle effektivitetsförlusten dock minimeras.
129. Det har hävdats att även om det skulle vara möjligt att byta från gas med lågt värmevärde till gas med högt värmevärde, skulle ett lokalt distributionsföretag inte byta om det genom att göra detta skulle bli en ”isolerad ö av gas med högt värmevärde” i ett område där man annars använder gas med lågt värmevärde. Detta skulle påverka försörjningstryggheten på ett sätt som kunderna kanske inte skulle godta. Wingas anser att detta är huvudskälet till att man inte lyckades övertala fler än fem lokala distributionsföretag (Stadtwerke) i Tyskland att byta från gas med lågt värmevärde till gas med högt värmevärde, trots att man erbjöd rabatter på 5–8 % i förhållande till det normala priset (enligt uppgifter från parterna).
130. Detta argument kan inte godtas i en situation med en beständig relativ prishöjning. I en sådan situation skulle incitamenten för alla kunder vara desamma, så det skulle till slut inte längre vara fråga om en isolerad ö.

c) De etablerade överförings- och grossistföretagens kunder kommer att ha alternativ som ytterligare kommer att öka de etablerade företagens incitament att byta

131. Om ett överförings- och grossistföretag ställs inför en prishöjning på gas med lågt värmevärde i förhållande till gas med högt värmevärde och konstaterar att en stor del av dess kunder kan byta till ett konkurrerande överförings- och grossistföretag, är det både ett normalt och rationellt beteende av överförings- och grossistföretaget att försvara sin ställning. Företaget kommer därför att se till att det självt kan erbjuda den billigare gasen och därmed påskynda bytet.

Slutsats om substituerbarhet på efterfrågesidan

132. I samband med detta förfarande konstaterar kommissionen att en beständig relativ prishöjning på gas med lågt värmevärde skulle vara olönsam på grund av att a) förr

eller senare måste distributionskedjan för gas med lågt värmevärde byta till gas med högt värmevärde, b) en sådan prishöjning skulle påskynda bytet, c) i det berörda tyska området finns alternativ i form av leveranser av gas med högt värmevärde från Wingas, och d) medvetenheten om detta kommer att ytterligare öka överförings- och grossistföretagens incitament att själva byta från gas med lågt värmevärde till gas med högt värmevärde.

133. Byteskostnaderna utgör dock en konkurrensfördel för det överföringsföretag som kan erbjuda den rådande sammansättningen, eftersom dessa kostnader gör kunderna mer ovilliga att byta till en annan leverantör.

Relevant geografisk marknad

134. Enligt parterna är överföringsmarknaderna i allmänhet nationella. De uppger att distributionen tidigare i stor utsträckning har organiserats nationellt genom nationella eller regionala operatörer. Parterna anser dock att man inte kan bortse från att det sedan gasdirektivet tillkom funnits en utveckling mot köp över nationsgränserna. Parterna hävdar att alla försök att efter koncentrationen höja priserna i en enskild medlemsstat skulle motverkas inte bara genom konkurrens på nationell nivå, utan också genom att överförings- och grossistföretag, lokala distributionsföretag, kraftproducenter och stora industriella förbrukare i större utsträckning skulle köpa gas över nationsgränserna.
135. Eftersom ägandet av infrastrukturen fortfarande i stor utsträckning är nationellt organiserat och eftersom villkoren för tillträde för tredje part i huvudsak kommer att fastställas nationellt, anser kommissionen att marknaderna också i inom den närmaste framtiden främst kommer att vara nationella.

a) Nederländerna:

136. Av de skäl som angavs i föregående punkt instämmer kommissionen med parterna i att den nederländska överföringsmarknaden är nationell.

b) Långdistansöverföringsmarknader i Tyskland

137. Det finns tecken som tyder på att de tyska marknaderna fortfarande är regionala. Regionerna kan definieras genom a) de gamla men nu olagliga avgränsningsavtalen, t.ex. de som Ruhrgas har ingått med BEB och Thyssengas, och b) ägandet av högtrycksledningarna för långdistansöverföring. Trots att avgränsningsavtalen har varit olagliga sedan april 1998, har endast två avtal med en tysk kund utanför långdistansöverföringsföretagets egen region ingåtts. Båda avtalen har ingåtts av Ruhrgas och gäller årliga leveranser om [...] kubikmeter vardera och byggandet av en ny rörledning. [...]*

De gamla, avgränsade regionerna är fortfarande av betydelse när det gäller rädslan för motåtgärder

138. De interna dokumenten från [...]*, [...] och [...] bekräftar att de gamla, avgränsade regionerna fortfarande är av betydelse när det gäller rädslan för motåtgärder.

139. [...]*

- 140. [...] ^{11*}
- 141. [...]*
- 142. [...]*
- 143. [...]*
- 144. [...] ^{*12}
- 145. [...]*
- 146. [...]*

Definition av regionerna

- 147. Regionerna skulle således bestå av ”Thyssengas-regionen” (den västra delen av Nordrhein-Westfalen längs den belgisk-holländska gränsen), ”BEB-regionen” (Hamburg, Schleswig-Holstein och delar av Bremen och Niedersachsen), ”VNG”-regionen (Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, delar av Sachsen och Sachsen-Anhalt – en region där Ruhrgas inte har ett eget ledningsnät) och ”Ruhrgas-området” (resten av de ”gamla delstaterna” och de delar av Sachsen och Sachsen-Anhalt som betjänas av ett kortdistansöverföringsföretag som ägs tillsammans av Ruhrgas och VNG).

Vissa andra långdistansöverföringsföretags ställning

- 148. Mobil har aldrig haft en ”egen region” eller högtrycksledningar, men kunde nå sina kunder genom avtal om tillträde för tredje part med [...]*
- 149. Wingas konkurrerar med sitt eget ledningsnät inom alla dessa områden, och kan med detta nät nå de flesta kortdistansöverföringsföretag (en korridor på nästan 50 kilometer). Det ger dock ingen grund för slutsatsen att konkurrensvillkoren är desamma i hela landet. [...]* lång- respektive kortdistansgrossistföretagen differentierar sina priser beroende på om kunden har alternativet att förlita sig på leveranser från Wingas eller inte.

Den tyska gasindustrins förslag om tillträde för tredje part (referensärende VV Gas) påverkar inte konkurrensvillkorens geografiska ramar.

- 150. På grundval av beskrivningen av VV Gas i avsnittet om produktmarknaden anser kommissionen att VV Gas inte kommer att göra det möjligt att importera gas i konkurrens med de etablerade aktörerna.
- 151. Kommissionen anser ur ett framtidsanalytiskt perspektiv att VV Gas inte är tillräckligt för att anse att marknaden är nationell. Skälen är de som anges i avsnittet om produktmarknaden med avseende på de inbyggda begränsningarna av VV Gas-konceptet och det referensfall som gasindustrin hänvisar till, nämligen a) den

11. [...]*

12. [...]*

allmänna svårigheten att bedöma om kapacitet finns, b) under minst ett år beaktas alltid högsäsongen under vinterhalvåret vid bedömningen av ledig kapacitet i en rörledning, c) svårigheterna på grund av gasens specifikationer (kalorivärde, tryck osv.) och d) de erbjudna tjänsternas begränsade räckvidd. Dessutom beaktar kommissionen att förfarandet vid konkurrensmyndigheterna och/eller domstolarna kan ta flera år innan ett prejudicerande ärende har avgjorts i händelse av en tvist mellan en part som begär tillträde för tredje part och en part som vägrar ge tillträde för tredje part.

Slutsats

152. Av ovan anförda skäl anser kommissionen att de tyska marknaderna för långdistansöverföring fortfarande kan vara regionala och motsvara de tidigare avgränsningsregionerna. Det är dock kanske inte nödvändigt att i detta beslut fastställa den geografiska definitionen av marknaden för långdistansöverföring inom Tyskland, eftersom koncentrationen leder till att en (kollektiv) dominerande ställning förstärks även om marknaden för långdistansöverföring är nationell.
153. Parterna har i svaret uppgett att marknaden är nationell och inte regional. De uppger att gaspriserna avgörs av konkurrerande bränsle, inte av regional placering. Detta motsäger dock den information kommissionen samlade in i samband med marknadsundersökningen, dvs. att priserna varierar också beroende på om en kund har en alternativ leverantör (konkurrens mellan gasleverantörer). Parterna uppger också att man i en framåtblickande analys måste ta hänsyn till att avgränsningen nyligen avskaffats och det nära förestående branschavtalet om förhandlat tillträde för tredje part. Alltför många osäkerhetsfaktorer återstår dock för att man skall kunna slå fast att det slutliga avtalet skulle leda till en nationell marknad där konkurrensvillkoren är desamma.

Marknadsaktörernas ställning

a) Den nederländska överföringsmarknaden

1. Förhållandet mellan nederländska gasproducenter och Gasunie

154. År 1947 bildade Exxon och Shell ett gemensamt företag där de ägde hälften vardera. Företaget fick namnet *Nederlandse Aardolie Maatschappij* ("NAM") och syftet var att prospektera och utvinna kolväten i Nederländerna. Efter det att NAM upptäckte Groningenfältet år 1959 organiserade den nederländska regeringen den nederländska gasindustrin att så att den återspeglade Groningenfältets strategiska betydelse för den nederländska ekonomin. Med detta som mål ingick den nederländska regeringen år 1963 ett avtal med Exxon, Shell och NAM, i vilket NAM ges koncession att bygga ut Groningenfältet och utvinna gas från detta för Groningen-partnerskapets räkning. Groningen-partnerskapet ägs till 60 % av NAM och till 40 % av den nederländska regeringen genom EBN. Dessutom bildade Exxon, Shell och den nederländska regeringen företaget Gasunie, som fick i uppgift att marknadsföra all gas från Groningen. Den nederländska regeringen äger 50 % av aktiekapitalet i Gasunie (10 % direkt, 40 % genom EBN) och Exxon och Shell äger 25% vardera. Den nederländska regeringen ingick dessutom ett avtal med Gasunie om att Gasunie måste få regeringens godkännande för vissa kommersiella beslut.

155. Sedan 1959 har NAM fått produktionslicenser för andra nederländska fält, både fält på land och offshorefält. Omkring 50 % av NAM:s produktion kommer i dag från dessa andra s.k. små fält (jämfört med Groningen). Parterna har uppgivit att de flesta av dessa koncessioner även utvinns till förmån för de partnerskap i vilka EBN normalt har en andel på 40–50 %. Gasen från dessa fält har sålts till Gasunie. Dessutom måste NAM:s alla framtida upptäckter säljas till Gasunie som en konsekvens av [...¹³]*. Totalt svarar NAM för 75–80 % av den sammanlagda nederländska gasproduktionen (på grund av EBN:s andel i NAM:s produktion svarar NAM för omkring 45% av nettoegenproduktionen). EBN har också konsekvent marknadsfört hela sin egenproduktion genom Gasunie. [...]*.
156. Fram till 1994 var nederländska producenter skyldiga att sälja all gas som var avsedd för den nederländska marknaden till Gasunie. Nederländska producenter kunde själva sälja till exportmarknaden, även om priserna kontrollerades och fortfarande kontrolleras av staten. Dessutom är Gasunie skyldigt att köpa gas från de småfälten före produktion av denna på ekonomiska villkor som fastställs genast i början, om producenten har valt att erbjuda gasen till Gasunie. [...]*
157. Den nederländska regeringen skulle sannolikt inte godkänna priset i ett exportavtal rörande nederländsk gas, om detta pris låg under Gasunies net-back-pris (Norm Inkoop Prijs, NIP). På detta sätt kan regeringen försäkra sig om sin del av ”gaskakan”.
158. [...]*¹⁴
159. NAM äger två av de tre nederländska underjordiska lagringsanläggningar (tömnda gasfält), som man i sin helhet hyrt ut till Gasunie. Också hela den tredje anläggningen, som drivs av BP Amoco, har hyrts ut till Gasunie. Därför är det endast Gasunie som kan erbjuda underjordiska lagringsanläggningar i Nederländerna. Det finns några tömnda nederländska gasfält som skulle kunna byggas om till underjordiska lagringsanläggningar för den nederländska marknaden, men på grund av de risker detta innebär är det inte sannolikt att anläggningarna kommer att byggas ut av andra bolag. Riskerna hänger samman med de investeringar som krävs och det faktum att Gasunie alltid kan sänka sina priser och på så sätt göra investeringen olönsam. Man bör också lägga märke till att [...]*.

2. Gasunies ledningsstruktur

160. Gasunie ägs till 50 % av den nederländska staten och till 25 % vardera av Exxon och Shell. Besluten fattas genom omröstning med [...]* majoritet. Det finns inga särskilda aktieägaravtal. Rättsligt sett har Exxon därför inte kontroll över Gasunie i den mening som avses i koncentrationsförordningen.
161. När det gäller frågan om den faktiska kontrollen, hävdar parterna att Exxon och Shell inte har några gemensamma intressen. [...]*. Av de skäl som anges nedan är det emellertid inte nödvändigt att avgöra om Exxon har faktisk kontroll över Gasunie i den mening som avses i koncentrationsförordningen.

13. [...]*

14. [...]*

3. Gasunies ställning i fråga om gasförsäljning på den nederländska marknaden

162. Gasunie är det dominerande nederländska överföringsföretaget med omkring [...] av den totala försäljningen. I inledningen till sitt nya avgiftssystem erkänner Gasunie uttryckligen att man har en dominerande ställning. [...] ¹⁵. Enligt Gasunies plan för gasförsäljningen 1999 kommer Gasunie att leverera [...] .
163. Gasunie äger eller har ensamrätt till hela a) det nederländska högtrycksledningsnätet (med undantag för en rörledning i södra Nederländerna genom vilken gas från Storbritannien importeras), b) alla bearbetnings- och blandningsanläggningar, c) alla lagringsanläggningar (underjordiska och för flytande naturgas).
164. Flera [dokument] visar också att Gasunie inte har mött någon omfattande konkurrens och inte heller kommer att göra detta. Dessa dokument, som citeras i följande punkter, stöder Gasunies interna bedömning att man är ett företag med en dominerande ställning.
165. [...]*
166. [...]*
167. [...]*
168. [...]*
169. [...]*

4. Mobils ställning på den nederländska marknaden

170. Mobil är en av tre faktiska konkurrenter. Mobil har enligt parterna en andel på [mindre än 5]* % av den sammanlagda marknaden. Statoil (eller den norska gemensamma förhandlingskommittén som marknadsför all norsk gas) har en marknadsandel på omkring 4 % genom sina leveransavtal med en stor kraftproducent. EnTrade, som är ett handelsföretag tillhörande nederländska RDC Pnem/Mega, är den tredje konkurrenten med en marknadsandel på 4 % genom dess försäljning av gas från Förenade kungariket till industriella kunder och till en kraftproducent som nås av den rörledning (Zebra) för gas med högt värmevärde i södra Nederländerna som företaget är delägare i. Företaget har ett avtal om tillträde för tredje part med Gasunie för leveranser till en kund.
171. Grunden till Mobils ställning i Nederländerna är dess **europiska gasförsäljningsstrategi** [...] . Denna europeiska strategi kommer att beskrivas i följande punkter. Beskrivningen är också av betydelse för bedömningen av Mobils ställning på den tyska marknaden.

Mobils europeiska gasförsäljningsstrategi

172. [...]*

15. [...]*

173. [...]*
174. [...]*
175. [...]*
176. [...]*

Mobil i Nederländerna

177. [...]***¹⁶
178. [...]*
179. [...]*
180. [...]*

(b) De tyska långdistansöverföringsmarknaderna

Marknadsaktörer

181. I avsnittet om definition av produktmarknaden konstaterar kommissionen att långdistansöverföringsmarknaden är en separat produktmarknad där en ny aktör är beroende av de etablerade företagens goda vilja för att få inträde. Kommissionen konstaterar också att det inte är sannolikt att något företag skall gå in på marknaden genom investeringar i en ny, egen infrastruktur.
182. De etablerade företagen är de företag som a) köper gas från utländska producenter, b) kan transportera gasen till sina kunder genom ett högtrycksledningsnät, c) kan tillhandahålla säsongutjämning och d) kan tillhandahålla andra näraliggande tjänster. De tillhandahåller dessa tjänster antingen genom egna investeringar eller därför att de för vissa av dem har fått tillträde för tredje part från de andra företagen.
183. Ruhrgas, BEB, VNG, Thyssengas och Wingas är de största aktörerna på marknaden. De tillhandahåller ovannämnda tjänster genom egna investeringar.
184. Exxon är en aktiv aktör på den tyska marknaden genom sitt sedan länge etablerade gemensamma företag med Shell, **BEB**, i vilket parterna äger 50 % vardera. Exxon medger att man tillsammans med Shell har gemensam kontroll över BEB i den mening som avses i koncentrationsförordningen. Exxon är också verksamt på den relevanta marknaden genom sin andel på 25 % i **Thyssengas**. Resten av aktierna ägs av Shell (25 %) och RWE (50 %). Exxon medger att man tillsammans med RWE och Shell har gemensam kontroll över Thyssengas i den mening som avses i koncentrationsförordningen.
185. **Ruhrgas** är det största tyska långdistansöverföringsföretaget. Både Exxon (genom BEB) och Mobil äger aktier i Ruhrgas. BEB äger 29,5 % av aktierna. Största delen av

16. [...]*

de röster som dessa aktier ger (25 %) avges direkt. Resten (4,5 %) ingår i den s.k. Schubertpoolen inom Ruhrgas. Schubertpoolen innehar 15 % av rösterna i Ruhrgas. Medlemmar i poolen är Mobil (en andel på 7,4 %), BEB (4,5 %), BPAmoco (0,5 %) och Preussag (2,6 %). Rösterna måste avges i ett block och enligt Schubertpoolens regler får ingen medlem inneha mer än [...] % av rösterna i poolen. Parterna hävdar att dessa regler skulle leda till att BEB:s nuvarande rösträtt i Schubertpoolen efter koncentrationen till största delen skulle tillerkännas BPAmoco och Preussag. Det bör påpekas att Schubertaktieägarna har ingått avtal om att tillhandahålla Ruhrgas [...] % av alla nytillskott till deras kända inhemska reserver. Dessa leveranser till RG transporteras av [...]*

186. Ruhrgas kontrolleras formellt av den s.k. Bergemannpoolen, en aktieägarpool som innehar 59,76 % av rösterna. I poolen ingår BPAmocos aktieinnehav på 25 % och de röster som innehas av en grupp tyska kol- och stålproducenter (som ofta också är verksamma inom elproduktion och -distribution). Dessa komplicerade regler skall förhindra att Ruhrgas kommer under multinationella olje- och gaskoncerners kontroll.
187. [...] ¹⁷
188. Enligt aktieägaravtalet mellan BEB och Ruhrgas krävs det dessutom [...] % av rösterna om frågan är av ”avgörande betydelse för BEB”. Detta ger därför BEB vetorätt i alla frågor som är av avgörande betydelse för företaget. Parterna har uppgett att denna bestämmelse aldrig har åberopats. [...]*
189. [...]*. Oljebolagen förefaller därmed ha inflytande i Ruhrgas, trots att de rättsligt sett inte har kontroll över företaget.
190. Verbundnetz Gas (VNG) är ett långdistansöverföringsföretag med verksamhet i de nya tyska delstaterna. Företaget bildades på 1960-talet och privatiserades efter den tyska återföreningen. Dess nuvarande aktieägare är Ruhrgas (36,8 %), Wintershall (15,8 %), kommuner (15,8 %) och BEB (10,5 %). Dessutom äger Statoil, Erdöl-Erdgas Gommern, PreussenElektra och Gazprom 5,2 % vardera. Detta innebär att alla VNG:s aktieägare med undantag för kommunerna är gasproducenter och/eller långdistansöverföringsföretag.
191. **Wingas** är ett gemensamt företag mellan Wintershall (ett dotterbolag till BASF) och Gazprom.
192. [...]*
193. **EWE** är ett kortdistansföretag, eftersom företaget inte återförsäljer importerad eller egenproducerad gas till andra företag som driver ett högtrycksledningsnät (lång- och kortdistansöverföringsföretag). EWE importerar emellertid en stor del av sin gas direkt från Gasunie genom sin egen högtrycksledning för gas med lågt värmevärde. EWE betraktas därför som ett långdistansöverföringsföretag.

17. [...]*

Marknadsställning

a) Lokal

194. **BEB** har uppgivit att man har en marknadsandel på [40–50]* % i norra Tyskland (Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen och Niedersachsen). Denna region bestående av ”norra Tyskland” är emellertid större än BEB:s avgränsade region som endast omfattar Bremen och Niedersachsen. Återstoden hör till Ruhrgas område, som i sin tur omfattas av ett avgränsningsavtal med Erdgas Münster. Detta innebär att BEB:s marknadsandel i dess avgränsade region är större än [40–50]* %.
195. [...]*
196. [...]*
197. Av **Ruhrgas** strategidokument från oktober 1998 framgår att företaget till följd av konkurrensen mellan gasleverantörerna inte kan bevara marknadsandelen på 100 % i sitt område. Även om det inte finns några exakta uppgifter, är det bästa måttet på Ruhrgas marknadsandel att företaget svarar för omkring [+50]* % av leveranserna till kortdistansöverföringsföretagen i detta område.
198. **VNG** hade år 1997 en marknadsandel på [90–100]* %, vilket även framgår av parternas svar på en begäran om upplysningar enligt artikel 11. **Thyssengas** hade enligt parterna en andel på [70–80]* % år 1997. [...]*

b) På den tyska marknaden

199. Alla försäljningsdata i detta avsnitt gäller 1997. Den sammanlagda gasimporten till Tyskland utgör 75,6 miljarder kubikmeter.
200. BEB producerar hälften av den tyska gasen, dvs. [...]* miljarder kubikmeter. BEB köper dessutom ytterligare [...]* miljarder kubikmeter från Gasunie, Gazprom, DONG (det danska statliga olje- och gasbolaget), GFU (den norska gasförsäljningskommittén) och en mindre andel från andra tyska producenter. Thyssengas importerar [...]* miljarder kubikmeter. Mobil importerar [...]* miljarder kubikmeter av sin nederländska egenproduktion och gas från Norge. Mobil är också en tysk gasproducent (cirka [...]* % av den tyska produktionen, vilket utgör [...]* miljarder kubikmeter. Ruhrgas importerar [...]* miljarder kubikmeter från Nederländerna, Norge, Danmark och Ryssland. Företaget köper [...]* miljarder kubikmeter tyskproducerad gas. VNG importerar [...]* miljarder kubikmeter. Wingas importerade 6,9 miljarder kubikmeter. **EWE** importerar från Gasunie, såsom nämns ovan. Denna volym uppgår till [...]* miljarder kubikmeter.
201. Ovannämnda importsiffror ger långdistansöverföringsföretagen följande marknadsandelar: Ruhrgas [50–60]* %, BEB [10–20]* %, VNG [10–20]* %, Wingas [0–10]* %, Thyssengas [0–10]* %, Mobil [0–10]* % och EWE [0–10]* %.

Mobils tyska strategi

202. Mobil har i sitt strategidokument för Europa beskrivit sin ställning i Tyskland på följande sätt:

[...]*

203. [...]*

204. [...]*

Bedömning av konkurrensläget

a) Den nederländska överföringsmarknaden

Parterna och Gasunie bekräftar i sina interna dokument att Gasunie är dominerande och kommer att förbli dominerande

205. På grundval av de dokument som beskrivs i avsnittet om parternas ställning kan man dra slutsatsen att Gasunie är dominerande och kommer att förbli dominerande (den nuvarande marknadsandelen - [80–90]*% - kommer sannolikt att hålla sig kvar på samma nivå under de följande [...]* åren).

Konkurrenstrycket från de övriga faktiska konkurrenterna förblir begränsat

206. Förutom Mobil finns två andra faktiska konkurrenter, nämligen Statoil (GFU) och Entrade. Statoil har uppgivit att ”dess policy på den nederländska (och tyska) gasöverföringsmarknaden i korthet kan beskrivas som ”vänta och se.” [...]*.

207. Statoils ”direktförsäljning” till anläggningen i Eems är det enda försäljningsavtal som Statoil har ingått direkt och på grundval av ovanstående anser kommissionen därför att Statoil inte kan betraktas som en konkurrent som kommer att fortsätta att vara aktiv på marknaden. [...]*.

208. Den andra faktiska konkurrenten är Entrade. Entrade har ingått avtal [...]*. Entrade tycks i stort sett ha utnyttjat hela den försäljningspotential som dess rörledning ger. Entrades möjligheter att ytterligare öka försäljningen genom tillträde för tredje part med Gasunie förefaller begränsade [...]*.

209. Mobil säljer årligen [...]* gas enligt avtal. [...]* kommer från Förenade kungariket och resten från Mobils koncession i norra Friesland (Anjum). Ett av dessa avtal gäller [...]*. Mobil har uppgivit att man inte har andra möjligheter att utnyttja egenproduktion till säsongutjämning.

Potentiell konkurrens

210. [...]*

211. Parterna hänvisar till att den befintliga terminalen för flytande gas i Zeebrugge ligger nära och att den har ledig kapacitet och anslutande rörledningar som gör det möjligt att omedelbart gå in på den nederländska marknaden för flytande naturgas. De uppger i svaret på meddelandet om invändningar att Sonatrach, det algeriska gasbolaget, därför skulle kunna gå in på den nederländska marknaden. Parterna lämnar inte några uppgifter om den lediga kapaciteten vid Zeebruggeterminalen eller om de anslutande rörledningarna. Leveranser av flytande naturgas är emellertid dyrare (en kostnad på 16-19 cent (nederländska gulden/kubikmeter) än leveranser genom rörledningar och

det finns inget som tyder på att Sonatrach skulle vara på väg att bli vertikalt integrerat på någon annan europeisk gasmarknad. Därför kan det inte anses särskilt sannolikt att Sonatrach skulle gå in på den nederländska marknaden.

212. Parterna uppger också att det nyligen ingångna avtalet om tillträde för tredje part mellan Gazprom och Ruhrgas underlättar Gazproms eventuella inträde på den nederländska marknaden. Detta avtal kan i och för sig underlätta ett eventuellt inträde, men det gör inte ett sådant inträde mer sannolikt. [...]*. I svaret på meddelandet om invändningar har parterna uppgivit att en eventuell minskning enligt parallellförsäljningsavtalet genomförs endast om Gazprom marknadsför gas direkt till en av Gasunies befintliga kunder. Bortsett från Statoils, Entrades och Mobils kunder är dock alla kunder (dvs. [80–90]* % av marknaden) befintliga kunder till Gasunie, vilket innebär att skyddet är betydande.
213. I svaret på meddelandet om invändningar uppger parterna att stora kontinentala överförings- och grossistföretag har gaslager på olika platser längs den nederländska gränsen. Distrigaz, Thyssengas, Wingas, SNAM, Gaz de France, BEB och Ruhrgas har alla lager som kan säljas på den nederländska marknaden och Gasunie har inte ingått några parallellförsäljningsavtal med dessa företag om försäljning på den nederländska marknaden. Det är riktigt att alla dessa företag har gaslager på olika platser längs den nederländska gränsen, eftersom alla utom Wingas köper gas från Gasunie. Även om avtalet skulle medge att dessa företag sålde Gasunie-gasen i Nederländerna och även om de skulle ha tillgång till gas från andra näraliggande källor som de skulle kunna sälja i Nederländerna, är det osannolikt att de skulle ”attackera” sin leverantör på grund av risken för motåtgärder från Gasunies sida [...]*.
214. Även om det inte kan uteslutas att ett eller flera av ovanstående företag eller andra företag kan komma att gå in på den nederländska marknaden, konstaterar kommissionen att sannolikheten för att det skall utvecklas potentiell konkurrens är mycket liten, eftersom Gasunie självt inte förväntar sig att förlora fler marknadsandelar [...]*. Denna uppskattning gjordes med full kännedom om den egna avgiftsstrukturen för tillträde för tredje part och den nederländska regeringens avregleringsplaner.
215. Kommissionen konstaterar att Gasunies avgifter omfattar alla de tjänster som krävs för att driva gasverksamhet i Nederländerna. Avgifternas tillämpningsområde skiljer sig därför från tillämpningsområdet för den tyska gasindustrins avgifter i dagens VV Gas, vilka endast omfattar rörledningstransport. Dessa avgifter innebär dock inte att ett inträde på marknaden blir mer sannolikt. Avgifterna bygger på kundernas alternativa kostnader för att själva tillhandahålla tjänsten och beräknas därför på Gasunies kostnader för att ersätta infrastrukturen. Kommissionen medger att Gasunies stordriftsfördelar genom avgifterna överförs till kunden, [...]*.

216. [...]*

217. [...]*

Mobil har en unik ställning

218. [...]*

219. Parterna hävdar att Mobil inte har några unika möjligheter att konkurrera på den nederländska marknaden och att alla nya aktörer kan få samma eller en starkare ställning på denna marknad. Parterna uppger att alla nederländska producenter med utnyttjade reserver har flera marknadsföringsmöjligheter: de kan exportera, sälja till en gasmäklare, en nederländsk slutförbrukare, ett lokalt distributionsföretag eller till Gasunie. Detta är visserligen riktigt, men man bör lägga märke till att alla nuvarande reserver utom Mobils har avsatts för Gasunie. Mobil har [...] miljarder kubikmeter påvisade reserver i Nederländerna, varav [...] miljarder kubikmeter ännu inte avsatts. Dessutom har Mobil ytterligare [...] miljarder kubikmeter påvisade reserver. [...] Också detta gör Mobil unikt.
220. Dessutom hänvisas till Mobils strategi, som tydligt visar [...].*

Koncentrationen kommer att sätta Mobil ur spel som konkurrent

221. En koncentration mellan Mobil och Exxon skulle under normala omständigheter leda till ett kraftigt försvagat incitament för Mobil att konkurrera med Gasunie. Exxon har en stor och lönsam andel i Gasunie och skulle drabbas av försämrad avkastning till följd av priskonkurrens mellan två av sina gemensamma företag. De avtalsbestämmelser som låg till grund för bildandet av Gasunie innebär dock att Mobil inte kommer att tillåtas fortsätta konkurrera med Gasunie.
222. I Exxons avtal från 1963 med Shell och den nederländska regeringen anges att all den gas som Exxon utvinnet i Nederländerna skall säljas till Gasunie. Därför skulle Exxon behöva godkännande från både Shell och den nederländska regeringen för att kunna konkurrera direkt med Gasunie. Även om man antar att den nederländska regeringen, som stöder avregleringen av gasmarknaden, skulle ge Mobil tillåtelse att konkurrera med Gasunie, skulle Shell inte ha något ekonomiska intresse av att tillåta detta, eftersom priskonkurrensen skulle leda till en enorm vinstminskning för Gasunie. [...].*
223. Koncentrationen leder därför till att en av endast två ”aktiva” faktiska konkurrenter kommer att försvinna från marknaden. Kommissionen anser därför att koncentrationen förstärker Gasunies dominerande ställning, vilket innebär att den effektiva konkurrensen på den nederländska gasöverföringsmarknaden påtagligt hämmas.
224. I sitt svar på meddelandet om invändningar uppger parterna att Gasunies marknadsbeteende inte har ändrats på grund av konkurrensen från Mobil och inte heller kommer att ändras om Mobil och Exxon går samman, eftersom gaspriset sätts i förhållande till alternativa bränslen och priset för tjänsterna motsvarar priset för tjänster i andra delar av Europa. Om detta resonemang godtas, godtar man samtidigt att konkurrens inte har någon betydelse för gasindustrin. Detta är utan tvekan felaktigt, vilket också framgår av Gasunies egna interna dokument.

Koncentrationsförordningen omfattar förstärkandet av en dominerande ställning som inte innehas av parterna i koncentrationen

225. I artikel 2.3 i koncentrationsförordningen anges att en koncentration som skapar eller förstärker en dominerande ställning skall förklaras oförenlig med den gemensamma marknaden. I artikel 2.3 förbjuds därför inte bara transaktioner som skapar eller förstärker en dominerande ställning som intas av en eller flera av parterna i

koncentrationen – se även första, femte och sjunde skälet i koncentrationsförordningen.

226. EG-domstolens resonemang i domen i målet Kali und Salz¹⁸ och förstainstansrättens dom i målet Gencor¹⁹ bekräftar indirekt ovannämnda slutsats. Kommissionen medger att stödet är indirekt, eftersom båda dessa mål gäller oligopolistisk dominans.
227. I punkt 171 i Kali und Salz-domen bekräftas i allmänna ordalag att en dominerande ställning som skapas eller förstärks inte behöver innehas av en av parterna i koncentrationen:

En koncentration som skapar eller förstärker en dominerande ställning som intas av de berörda parterna i koncentrationen, tillsammans med en enhet som står utanför koncentrationen, kan visa sig oförenlig med den ordning som i enlighet med fördraget skall säkerställa att konkurrensen inte snedvrids. Om det skulle godtas att förordningen enbart var tillämplig på koncentrationer som skapar eller förstärker en dominerande ställning som intas av parterna i koncentrationen, skulle därför ändamålet med förordningen, såsom detta framgår av ovannämnda överväganden, delvis motverkas. Förordningen skulle i så fall förlora en icke obetydlig del av sin ändamålsenliga verkan, utan att detta är nödvändigt med hänsyn till den allmänna systematiken i gemenskapens bestämmelser om kontroll av företagskoncentrationer.

228. Kommissionen anser att skapandet eller förstärkandet av en dominerande ställning som intas av en tredje part omfattas av tillämpningsområdet för artikel 2.3 i koncentrationsförordningen. Dessutom bör man komma ihåg att Gasunie är ett gemensamt företag i vilket en av parterna i koncentrationen har betydande intressen.
229. I svaret på meddelandet om invändningar anger parterna att det inte finns något prejudikat för denna tillämpning av artikel 2.3. Detta är riktigt, men irrelevant. Dessutom hävdar parterna att det inte är nödvändigt att tillämpa koncentrationsförordningen i sådana ärenden, eftersom såväl EG:s som medlemsstaternas konkurrensmyndigheter har tillgång till andra medel för att hindra missbruk av en dominerande ställning som intas av en tredje part. I koncentrationsförordningen avses emellertid strukturell kontroll, som inte medger att en dominerande ställning skapas eller förstärks, snarare än ett system för kontroll av missbruk.

b) Långdistansöverföringsmarknader i Tyskland

En tysk gasmarknad utan konkurrens

230. Som anges ovan i avsnittet om geografisk produktmarknad finns det två sätt att beskriva långdistansöverföringsmarknaden i Tyskland. Man kan dra slutsatsen att marknaderna fortfarande är regionala och definiera regionerna som de gamla ”avgränsningsregionerna”. Man kan emellertid också betrakta marknaden som nationell. Kommissionen har undersökt långdistansöverföringsmarknaden ur båda synvinklarna och anser att den anmälda transaktionen leder till att den befintliga dominerande ställningen för ett enskilt företag på dess regionala marknad och/eller för företagen gemensamt på den nationella marknaden förstärks.

18. Förenade målen C-68/94 och C-30/95: Frankrike m.fl. mot kommissionen, REG 1998, s. I-1375.

19. Dom av den 25 mars 1999 i mål T-102/96, Gencor mot kommissionen (ännu inte rapporterad).

*Inträdeshindren är mycket höga på den tyska
långdistansöverföringsmarknaden*

231. Ett av de inträdeshinder som nämns i avsnittet om relevant produktmarknad är att de kapitalutgifter som krävs för att ha en egen långdistansöverföringsinfrastruktur utgör icke återvinningsbara kostnader. Som andra inträdeshinder nämns de långfristiga take-or-pay-avtalen mellan producenter och långdistansöverföringsföretag, bestämmelserna om parallellförsäljning i dessa avtal och de långfristiga avtalen mellan långdistansöverföringsföretagen och deras kunder. Detta gör gasindustrin mycket stabil. I Tyskland reglerades stabiliteten fram till maj 1998 genom privata avtal (avgränsningsavtalen). I avsnittet om relevant produktmarknad anges också att det inte är sannolikt att den tyska gasindustrins förslag om tillträde för tredje part (referensärende VV Gas) kommer att hota långdistansöverföringsföretagens ställning.

Koncentrerat utbud

232. Ruhrgas, BEB, Thyssengas och VNG svarar för [80–90]* % av gasimporten till Tyskland. De dokument som citeras i avsnittet geografisk marknad (regionala marknader) visar att det stabila förhållanden mellan de fyra företagen kommer att bestå på grund av den allmänna rädslan för motåtgärder.

*Banden mellan marknadsaktörerna minskar Ruhrgas, BEB:s och
Thyssengas incitament att konkurrera ytterligare*

233. Alla de sex långdistansöverföringsföretagen hade redan före koncentrationen någon form av band med varandra. BEB och Thyssengas kontrolleras gemensamt av Exxon och Shell. BEB och Mobil är aktieägare i Ruhrgas. Ruhrgas, BEB och de två aktieägarna i Wingas (Gazprom och Wintershall) är alla aktieägare i VNG. Detta visar att banden mellan Wingas och de andra företagen inte är lika starka som banden mellan BEB, Thyssengas och Ruhrgas.
234. Ruhrgas, BEB och Thyssengas köper en stor del av sin importerade gas gemensamt (Ruhrgas [...] % , BEB [...] % och Thyssengas [...] %). Detta leder till att kostnaderna på ”gränsvå” är desamma. Dessutom transporterar företagen en stor del av sin gas genom rörledningar som de äger gemensamt²⁰. De har därför också insyn i denna del av kostnaderna.

Marknadens öppenhet

235. Marknaden är också öppen för insyn genom att vart och ett av företagen genast får kännedom om att en av kunderna har bytt leverantör och också om vem den nya leverantören är.

20. DEUDAN (rörledning för transport av gas från Danmark till Tyskland: [...] % , BEB [...] % . NETRA (rörledning för transport av gas från Norge till norra Tyskland: BEB [...] % , Ruhrgas [...] % . Salzwedel-Berlin (förlängning av NETRA till Berlin): BEB [...] % , Ruhrgas [...] % , VNG [...] % . NETG (rörledning för transport av nederländsk gas med lågt värmevärde till Tyskland: Ruhrgas [...] % , Thyssengas [...] % . METG (rörledning för transport av nederländsk gas med högt värmevärde till Tyskland: Ruhrgas [...] % , Exxon och Shell vardera [...] % . SETG (förlängning av METG): Ruhrgas [...] % , Exxon och Shell vardera [...] % (NETG-METG-SETG-rörledningarna är förlängningar av varandra); EVG (rörledning i centrala Tyskland: Ruhrgas [...] % , VNG [...] % .

Andra långdistansöverföringsföretag har inga incitament att konkurrera

236. Ingen av marknadsaktörerna bortsett från Wingas skulle ha något intresse av att gå in på marknaden i någon annan marknadsaktörs region. Det är inte sannolikt att **VNG** skulle sträva efter detta på grund av de minoritetsandelar som Ruhrgas och BEB har i VNG, Ruhrgas och VNG:s gemensamma företag för kortdistansöverföring i vissa av de nya delstaterna och det faktum att VNG inte har några egna högtrycksrörledningar eller lagringsanläggningar utanför sitt kärnområde i de nya delstaterna. Dessutom skulle de andra aktieägarna inte ha något intresse av att företaget utmanade Ruhrgas och BEB i deras respektive områden (Thyssengas område ligger för långt bort) och utsatte sig för risken för motåtgärder. Aktieägarna skulle hellre vilja att företagets kärnverksamhet i de nya delstaterna gav avkastning i form av vinstutdelning så snart som möjligt.
237. **EWE** kan ha vissa möjligheter att öka sin andel av importen till sin egen återförsäljning i "Ems Weser"-delen av dess försäljningsområde genom att ersätta leveranser från Gasunie med leveranser från BEB. Om EWE sålde gas utanför "Ems Weser"-området skulle företaget dock riskera motåtgärder från BEB och Ruhrgas. Eftersom EWE är mycket mer sårbar för motåtgärder från BEB och Ruhrgas än BEB och Ruhrgas är för motåtgärder från EWE, är det osannolikt att EWE kommer att förstärka sin ställning på långdistansöverföringsmarknaden genom att köpa gas från Gasunie för försäljning utanför "Ems Weser"-området.

Wingas har små möjligheter att öka sin marknadsandel

238. Det råder ingen tvekan om att **Wingas**, med tanke på dess historiska ställning som en oförvägen utmanare, står utanför oligopolet. Det var Wingas som införde konkurrens mellan gasleverantörerna i Tyskland och man är ännu i dag det enda företag som gjort detta. Man började konkurrera genom att bygga ett eget högtrycksledningsnät för gas med högt värmevärde, som man i dag håller på att utvidga. Wingas har aldrig ingått något avgränsningsavtal med Ruhrgas, BEB eller Thyssengas. Kommissionens undersökning visar på flera omständigheter som stöder slutsatsen att Wingas inte kommer att kunna utmana oligopolet mycket mer än man redan gjort.
239. Företaget har meddelat att man med sina nuvarande investeringar skulle kunna nå en marknadsandel på 15 %. Enligt parterna har Wingas ingått avtal om omkring 12 % av marknaden. Företaget ligger därför nära sitt mål. Interna dokument från parterna visar att marknaden började stabiliseras och att Wingas redan höll på att bli etablerat. Som exempel kan nämnas att [...]*
240. [...]*
241. [...]*
242. Detta nya samarbete med Ruhrgas har lett till att Ruhrgas har förvärvat en andel på 4 % i Gazprom och att man har ingått ett nytt långfristigt take-or-pay-avtal genom vilket Ruhrgas åtar sig att köpa [...]* av sin tyska gas från Gazprom och Gazprom åtar sig att leverera upp till [...]* %. Som ett led i detta avtal befrias Ruhrgas från sina inköpsåtaganden om Gazprom/Gazexport säljer gas i Tyskland i konkurrens med

Ruhrigas, [...]»²¹. En av Wingas aktieägare och dess största gasleverantör (Gazprom) har därmed kommit överens med huvudkonkurrenten (Ruhrigas) om att begränsa Wingas vidare tillväxt. Kommissionen kan därför med goda skäl dra slutsatsen att Wingas har mycket begränsade möjligheter att i framtiden attackera de etablerade företagen.

Tecken på begränsad konkurrens

243. En viktig omständighet är de tyska överförings- och grossistföretagens stora avkastning på arbetande kapital. [...]»*. Endast VNG har hittills haft mycket små intäkter. Detta beror sannolikt på de enorma investeringar som företaget tvingades göra efter den tyska återföreningen. De nuvarande aktieägarna torde emellertid ha ett intresse av företagets värde hålls nere, eftersom detta minskar risken för att BVS (f.d. Treuhandanstalt) genom domstolsbeslut begär höga retroaktiva betalningar.
244. År 1996 var priserna till slutförbrukare i Tyskland uttryckt som ett viktat genomsnitt högre än i Förenade kungariket, Nederländerna och Belgien. De var en aning lägre än i Italien. Frankrike är den dyraste marknaden²². Under perioden 1997-maj 1999 låg de tyska priserna till kommersiella kunder, fasta och avbrytbara industriella förbrukare konstant bland de högsta i dessa sex länder. Denna slutsats gäller för priserna både före och efter skatt.

Enskild dominerande ställning i en gammal avgränsningsregion

245. I avsnittet om marknadsaktörerna angavs att Ruhrigas, BEB, Thyssengas och VNG alla uppskattas ha en marknadsandel på över 50 % i sina respektive regioner. Även om de gamla avgränsningsavtalen inte längre är giltiga, kan de »traditionella» långdistansöverföringsföretagen fortfarande ha ett mycket omfattande skydd för det egna området. Detta gäller först och främst med tanke på de gemensamma inköpen av importerad gas. Eftersom det finns klara överenskommelser mellan företagen om vilken del av den importerade gasen som skall gå till vilket företag, kommer företagen inte att attackera varandra med sin andel av den importerade gasen i ett annat företags område. För det andra finns det s.k. parallellförsäljningsavtal. Genom sådana avtal kan en parts försäljning i en annan parts område dras av från de inköpsåtaganden som den »attackerade» parten har gentemot den attackerande parten. [...]»*. För det tredje finns det en rädsla för motåtgärder. På grundval av ovanstående anses Ruhrigas, BEB, Thyssengas och VNG ha en dominerande ställning i sina respektive regioner.

Oligopolistisk dominans

246. Marknadstillväxten förväntas också i fortsättningen vara stabil, högst 2–3 % per år. Eftersom parterna har uppgivit att en sådan tillväxttakt kan leda till att det från och med [...]»* finns ett gasunderskott, kan en sådan marknadstillväxt inte betraktas som annat än måttlig.

21. [...] – Bilaga 49.21 (kursivering tillfogad). Även [...]»* – Bilaga 49.26.

22. Tabell 3.13 i »Competition and Liberalisation in European Gas Markets – A Diversity of Models», Jonathan P. Stern, Royal Institute of International Affairs, 1998.

247. Gas har en relativt låg priselasticitet. Det finns många uppgifter i akten som tyder på att ett priskrig skulle förstöra allas marginaler och att både producenterna och överförings- och grossistföretagen (se dokument om risken för motåtgärder vid försäljning utanför den egna regionen) är medvetna om detta och agerar därefter.
248. Mot bakgrund av att konkurrensen är begränsad, marknadstillväxten liten och att efterfrågan inte är särskilt känslig för prisförändringar anser kommissionen att åtminstone Ruhrgas, BEB och Thyssengas redan före koncentrationen har en oligopolistisk dominerande ställning på den tyska långdistansöverföringsmarknaden.
249. Det bästa exemplet på att det är fråga om en gemensam dominerande ställning är att BASF, som sannolikt är den största förbrukaren av naturgas i Tyskland, ansåg det nödvändigt att investera i ett eget ledningsnät för att få tillgång till billigare gas. BASF har utnyttjat det inflytande som dess efterfrågan ger genom att hjälpa till att bilda Wingas.

Följderna av koncentrationen

Mobil har unika möjligheter att bli en föregångare på en mer avreglerad tysk gasmarknad

250. Mobil har i dag en marknadsandel på [0–0]* %. Denna andel motsvarar dock inte på något sätt dess förmåga att konkurrera på den tyska marknaden. [...]*.
251. Mobil har en relativt unik ställning i Tyskland. Företaget producerar en stor del av den tyska gasen ([...]* %) och svarar därmed för [...]* % av den tyska gasförbrukningen. Mobil äger också aktier i Erdgas Münster och i Ruhrgas (medlem i styrelsen). Mobil hör därför till de etablerade tyska gasföretagen. Detta är troligen skälet till att Mobil genom avtal om tillträde för tredje part med i första hand BEB (en närliggande partner i den tyska produktionen) kunde importera gas trots att man inte har något eget högtrycksledningsnät. [...]*.
252. [...]*
253. Möjligheten för att Mobil skall öka konkurrensen på den tyska marknaden tack vare avregleringen kommer att försvinna helt. Den sammanslagna enheten har mer att förlora än att vinna på en avreglering än de enskilda företagen Exxon och Mobil tidigare.

Starkare ägarband mellan Exxon/Shell och Ruhrgas

254. Till följd av koncentrationen kommer ägarbanden mellan Exxon/Mobil och Shell å ena sidan och Ruhrgas å andra sidan att stärkas ytterligare. Parterna hävdar på grundval av Ruhrgas formella ledningsstruktur ([...]*) att detta inte kommer att öka den sammanslagna enhetens påverkan på Ruhrgas, utan snarare minska denna.
255. [...]*. Exxons och Shells intressen i den europeiska gasproduktionen och i gasöverföring i Nederländerna och Tyskland ägs alla gemensamt. De har därför parallella ekonomiska intressen. Detta bör, trots att Exxon och Shell har olika filosofier när det gäller vissa inslag i överföringsverksamheten vilket framgår till exempel av diskussionerna om Gasunies framtida roll, utgöra en solid grund för ett gemensamt synsätt. Det innebär att det efter koncentrationen bara är BP som måste

övertygas om att anpassa sig till Exxons och Shells intressen, medan detta före koncentrationen gällde både BP och Mobil. Detta utvidgar därför ytterligare den sammanslagna enhetens räckvidd genom att det ökar dess faktiska inflytande över Ruhrgas.

256. Även om man bortser från den sammanslagna enhetens möjligheter att öka sitt inflytande över Ruhrgas, innebär starkare ägarband mellan företag på samma marknad att möjligheterna att utnyttja företagets marknadsstyrka ökar. För att kunna bedöma hur starkt koncentrerad denna marknad är före koncentrationen och vilken inverkan koncentrationen kommer att ha, har kommissionen beräknat Herfindahl-Hirschmann-indexet (HHI), som tar hänsyn till att det förekommer korsvist ägande mellan de flesta aktörerna på marknaden. Beräkningen bygger på Bresnahan och Salops arbete²³. Vid beräkningen utgick kommissionen ifrån att BEB kunde sammanföras med sina ägare, Exxon och Shell. Resultatet blev att HHI skulle öka med 139 från 4 243 till 4 382. En sådan ökning på denna koncentrationsnivå är ett tecken på att det finns ett stort utrymme för ökad marknadsstyrka.

Kontrollen över Erdgas Münster, en potentiell konkurrent

257. Genom koncentrationen skulle BEB och Mobil kunna kontrollera ledningsstrukturen i EGM. Före koncentrationen ligger det i Mobils intresse att bevara möjligheten att utveckla det enda kortdistansöverföringsföretag som inte är beroende av långdistansöverföringsföretagens tjänster till en potentiell konkurrent på en framtida avreglerad marknad. Denna möjlighet att bli en potentiell konkurrent skulle försvinna efter koncentrationen, eftersom man skulle få formell kontroll över EGM och den sammanslagna enheten har mer att förlora än att vinna på en avreglering än de enskilda företagen Exxon och Mobil före koncentrationen.

Slutsats

258. Man kan därför dra slutsatsen att koncentrationen förstärker a) Ruhrgas, BEB:s och Thyssens dominerande ställning i respektive region och/eller b) den gemensamma dominerande ställning som intas av Ruhrgas, BEB och Thyssengas på den tyska långdistansöverföringsmarknaden.
259. I svaret på meddelandet om invändningar hävdar parterna att den anmälda transaktionen på grund av Mobils försumbara marknadsandel på [0–10]* %, [...]* och det faktum att BEB och Thyssengas, de andra enheter som kontrolleras av parterna, har en marknadsandel på endast [10–20]* % inte kan hämma och ännu mindre påtagligt hämma konkurrensen oberoende av hur marknaden definieras. Parterna hävdar att det i koncentrationsförordningen fastställs att ett tvådelat test skall användas och att denna princip har godkänts av kommissionen och bekräftats av gemenskapens domstolar.
260. Ovan angavs emellertid att de förändringar på den relevanta marknaden som koncentrationen leder till inte bara beror på Mobils nuvarande ställning på långdistansöverföringsmarknaden, utan också på Mobils tillväxtpotential [...]* och de

23. Bresnahan, T.F. och Salop, S.C., "Quantifying the competitive effects of joint ventures", *International Journal of Industrial Organisation*, vol. 4 (1986) s. 155-175.

förstärkta banden mellan de etablerade företagen såsom de uttrycks i beräkningen av HHI.

UNDERJORDISKA LAGRINGSANLÄGGNINGAR

Relevant produktmarknad

261. De underjordiska lagringsanläggningarna är av avgörande betydelse för tillhandahållandet av säsongutjämning. Detta är särskilt viktigt i fråga om de lokala distributionsföretagens efterfrågan på gas. Kommissionen instämmer därför med parterna i att detta är en separat produktmarknad.

Relevant geografisk marknad

262. Det finns två typer av lagringsanläggningar: tömda gasfält och bergrum (se avsnittet om gas med lågt respektive högt värmevärde). För att lagring i tömda gasfält skall vara lönsam, krävs att avståndet är mindre än 200 kilometer, medan avståndet till slutförbrukaren vid lagring i bergrum får vara högst 50 kilometer.

263. Man kan därför definiera en särskild relevant geografisk marknad för lagringsanläggningarna i södra Tyskland, nämligen ett område på omkring 200 kilometer runt München.

Underjordiska lagringsanläggningar i södra Tyskland

264. Det finns i dag fem underjordiska lagringsanläggningar i form av tömda gasfält ganska nära München. Om man dessutom beaktar avståndet på 200 kilometer, kan en annan anläggning (Eschenfelden) täcka hela regionen runt München. Dessa anläggningar betjänar södra Tyskland, som är en väsentlig del av den gemensamma marknaden.

265. I följande tabell finns en översikt över dessa anläggningar, lagringskapacitet, maximalt uttag och ägandeförhållanden.

NAMN	ÄGARE	LAGRINGSKAPACITET (miljoner kubikmeter)	MAX. UTTAG (miljoner kubikmeter/dag)
Wolfersberg	RWE-DEA 100%	[...]*	[...]*
Schmidthausen	Preussag, Mobil och BEB : 33,3 % vardera	[...]*	[...]*
Breitbrunn-Eggstadt	RWE-DEA 80 %; Mobil 20%	[...]*	[...]*
Breitbrunn	Ruhrgas	[...]*	[...]*
Bierwang	Ruhrgas	[...]*	[...]*
Inzenham-West	RWE-DEA	[...]*	[...]*
Eschenfelden	EWAG 2/3; EWAG 1/3	[...]*	[...]*
TOTALT		[...]*	[...]*

266. Av kapaciteten ovan [...]*.

267. Ruhrgas har en verklig andel (ägarandel + leasingförhållande) i [...] % av lagringsvolymen och den dagliga uttagspotentialen. [...]
268. Parterna har dessutom intressen i [...] av de 16 tömda gasfält i Bayern som rimligen kan antas vara lämpliga att bygga om till en underjordisk lagringsanläggning som betjänar Münchenregionen. Enligt parterna skulle de fyra tömda gasfält i vilka de inte har några intressen kunna byggas om till lagringsanläggningar med en kapacitet på omkring [...] miljoner kubikmeter. Enligt koncessionsinnehavarna och andra berörda tredje parter har dock dessa fält endast en kapacitet på omkring [...] miljoner kubikmeter förbrukningsgas och det är också tveklaktigt om alla de berörda fälten är lämpliga för utbyggnad till lagringsanläggningar.
269. Å andra sidan har de [...] tömda gasfält i vilka parterna har en andel en potential på omkring [...] miljoner kubikmeter. Dessutom har parterna en andel i sådana enskilda fält som har den högsta potentiella gasvolymen.
270. [...]
271. Till följd av koncentrationen kommer dessa möjligheter i Münchenområdet att bedömas med beaktande av BEB:s och Mobils ägarandel på 36 % i Ruhrgas. Därför är det mycket mer osannolikt att a) Exxon/Mobil själva kommer att börja konkurrera i detta område, och b) att Ruhrgas konkurrenter kommer att ges möjlighet att bygga nya lagringsanläggningar.
272. Man kan därför konstatera att inträdeshindren för potentiella konkurrenter på marknaden för tillhandahållande av säsongutjämningskapacitet i Münchenområdet kommer att bli större till följd av koncentrationen. Därför förstärker koncentrationen Ruhrgas dominerande ställning på marknaden för tillhandahållande av säsongutjämningskapacitet i Münchenområdet.

FÖRTECKNING ÖVER FÖRKORTNINGAR

NATURGAS

BEB	Ett tyskt gemensamt företag mellan Exxon och Shell verksamt inom gasproduktion och långdistansöverföring
BCM	Miljarder kubikmeter
DVGW	Deutscher Verein des Gas- und Wasserfaches, en tysk branschorganisation som fattar beslut i tekniska frågor om gas
EBN	Energie Beheer Nederland, det nederländska statliga olje- och gasbolaget
EGM	Erdgas Münster
GTGC	Konkurrens mellan gasleverantörerna
HCV	Med högt värmevärde
kWh	Kilowattimme
LCV	Med lågt värmevärde
LDC	Lokalt distributionsföretag
LNG	Flytande naturgas
MBTU	Million British Term Units (brittisk värmeenhet)
MCM	Miljoner kubikmeter
NAM	Nederlandse Aardolie Maatschappij, ett nederländskt gemensamt företag mellan Exxon och Shell verksamt inom gasproduktion
NRW	Nordrhein-Westfalen
RG	Ruhrgas
SW	Stadtwerk (ett lokalt tyskt distributionsföretag)
TG	Thyssengas
TPA	Third Party Access, tillträde för tredje part
VNG	Ett östtyskt långdistansöverföringsföretag
VV Gas	Verbändevereinbarung Gas, förhandlingarna mellan de tyska branschorganisationerna om grunderna för avregleringen av marknaden

D. BASOLJOR, TILLSATSER OCH SMÖRJMEDEL

INLEDNING

273. Smörjmedelsindustrin berör tre olika produkter med ett vertikalt förhållande till varandra: basoljor, kemiska tillsatser och smörjmedel. Smörjmedel tillverkas genom att basoljor blandas med kemiska tillsatser.
274. Med marknadsundersökningen som grund anser kommissionen att koncentrationen kommer att leda till att Exxon och BP/Mobil får en dominerande ställning på marknaderna för basoljor.

BESKRIVNING AV MARKNADEN OCH MARKNADENS FUNKTION

Basoljor är slutprodukter från raffinering av råolja

275. De basoljor som används för att tillverka smörjmedel är i allmänhet mineraloljor som produceras av oljeraffinaderier från de rests substanser som blir kvar när man har utvunnit andra viktiga oljeprodukter ur råoljan. En liten del av basoljorna tillverkas genom kemiska processer och kallas estrar eller PAO (polyalfaolefiner).
276. Basoljor har olika användningsområden på grundval av deras varierande kemiska/fysiska sammansättning, som beror på skillnader i **den råolja som används som råmaterial** och i **raffineringsprocesserna**. Basoljor **klassificeras** på grundval av deras inneboende **egenskaper**. Oberoende organ (API/ACEA/ATIEL) har fastställt standarder genom vilka basoljornas kvalitet kan övervakas noga²⁴.

Egenskaper

277. En basolja specificeras utifrån sin viskositet, sitt viskositetsindex, sin flyktighet och en rad underordnade egenskaper.
278. *Viskositet* är ett mått på en vätskas flytbarhet. Vid förhållanden med hög fart/låg temperatur/lågt tryck krävs en olja med låg viskositet. Vid förhållanden med låg hastighet/hög temperatur/högt tryck krävs en olja med hög viskositet. Viskositeten uttrycks i grader, men för att underlätta förståelsen används här begreppen basoljor med låg viskositet (s.k. ”light neutral”- dvs. LN-basoljor) och basoljor med hög viskositet (s.k. ”heavy neutral”-, dvs. HN-basoljor och ”solvent bright stock”, dvs. SBS-basoljor).
279. *Viskositetsindexet* är en av de viktigaste egenskaperna hos nästan varje smörjmedelsprodukt. Viskositetsindexet är ett mått på smörjmedlets flytbarhet vid olika temperaturer. Viskositeten förändras hos alla smörjmedel vid temperaturförändringar (smörjmedlen blir tunnare när temperaturen stiger). Viskositeten förändras i olika grad beroende på vilken basolja som använts. Denna förändring mäts genom ett viskositetsindex och en viss basolja sägs ha ett visst ”VI”. Ju högre VI en olja har, desto mindre ändras viskositeten vid temperaturförändringar.

24. API står för American Petroleum Institute och omfattar oljebolag; ACEA är en förkortning för Association des constructeurs européens d'automobile och ATIEL en förkortning för Association technique de l'industrie européenne des lubrifiants. Deras respektive roll förklaras närmare i detta avsnitt.

Detta är avgörande för en effektiv smörjning, särskilt när det gäller motoroljor. Basoljorna indelas på grundval av viskositetsindexet i klasserna LVI (low viscosity index), MVI (medium viscosity index), HVI (high viscosity index), VHVI (very high viscosity index) och XHVI (extra high viscosity index). Detta är marknadsföringsbegrepp som ofta används inom branschen, även om de inte godkänns av Exxon och Mobil. I tabellen nedan definieras de begrepp som används i detta dokument:

LVI	VI = 80 - <90
MVI	VI = 90 - <95
HVI	VI = 95 - < 109
VHVI	VI = 109 - < 120
XHVI	VI = >120

280. *Flyktighet* är en viktig egenskap hos motoroljor, som påverkar förbrukningen. Ju större flyktighet en petroleumvätska har desto högre blir förbrukningen. Flyktigheten hänger samman med destillationskurvans form och mäts i Noack.
281. *Flytpunkten* är den lägsta temperatur vid vilken oljan är flytande. Detta är naturligtvis mycket viktigt för motoroljor och andra smörjmedel som används i låga temperaturer. Flytpunkten är direkt knuten till vilken typ av råolja och raffineringsprocess som används.

Klassificering

282. Beroende på egenskaper klassificeras basoljorna i fem kategorier, från konventionella basoljor med ett viskositetsindex på 80–120 och en godtagbar nivå av orenheter (grupp I) till basoljor med ett viskositetsindex på 120 eller mer (grupp III)²⁵ och polyalfaolefiner (grupp IV) som används i syntetiska smörjmedel med ett högt viskositetsindex. I grupp V ingår alla andra basoljor, såsom nafteniska basoljor och estrar av mycket hög kvalitet.

Råoljekvaliteter

283. Basoljor kan enligt typen av råolja kategoriseras i paraffinisk råolja, naftenisk råolja och blandad råolja. Oftast använder man paraffinisk råolja, även om naftenisk råolja har överlägsna egenskaper inom vissa användningsområden. Eftersom parterna har uppgivit att de inte tillverkar naftenisk basolja någonstans i världen, kommer bedömningen att begränsas till paraffinisk basolja.
284. Ett basoljeraffinaderis produktionskapacitet är beroende av vilken råolja som väljs. Om en råolja lämpar sig för basoljeproduktion eller inte beror på koncentrationen av basoljemolekyler och hur lätt de kan utvinnas ur råoljan. Arab Light är en råolja som

25. Grupp II används för närvarande inte inom EES.

anses lämpa sig utmärkt för basoljeproduktion, till skillnad från t.ex. västafrikanska råoljor.

285. Eftersom basoljeraffinaderierna vanligen är integrerade i bränsleraffinaderier och delar många anläggningar, väljer man också råolja genom en ekonomisk analys av hela produktsortimentet vid det raffinaderi där basoljeanläggningen finns. Den råolja som krävs i ett bränsleraffinaderi kan i viss utsträckning avgöra basoljeproduktionsnivån (och omvänt).

Tillsatser

286. Tillsatser är de kemiska medel som tillförs en basolja för att oljan skall kunna användas för smörjning av ett visst slag. Olika typer av tillsatser används för olika smörjmedel beroende på användningsområde och basolja. Tillsatserna kan delas in i två kategorier: detergent-inhibitorer (eller "DI-paket") och viskositetsindexförstärkare (eller "VI-förstärkare"). I de flesta bils smörjmedel används VI-förstärkare tillsammans med DI-paket. Man bör lägga märke till att basoljor används som stödmedel till alla tillsatser.
287. DI-paket används till att avlägsna orenheter och biprodukter som uppstår vid förbränning och för att hindra oljan från att oxidera, vilket leder till att det bildas lack och slamavlagringar. Ett DI-paket innehåller normalt cirka sex enskilda tillsatser, av vilka de viktigaste är detergent, disperger, korrosionsinhibitorer och oxidationsskydd. Hur dessa komponenter kombineras och i vilka proportioner varierar beroende på det färdiga smörjmedlets slutanvändning och sammansättning.
288. **VI-förstärkare** påverkar smörjmedlens viskositetsegenskaper genom att minska förtunningen vid högre temperaturer och förtjockningen vid låga temperaturer. VI-förstärkare ökar därmed prestandan vid låga och höga temperaturer. De kan betraktas som syntetiska förtjockningsmedel som är relativt inaktiva vid lägre temperaturer men som reagerar på värme för att motverka basoljans naturliga tendens att förtunnas vid högre temperaturer. Alla multigrade-motoroljor innehåller VI-förstärkare.
289. Marknaden för tillsatser är mycket koncentrerad. De fem ledande leverantörerna har en andel på över 90 % av världsmarknaden. Lubrizol är marknadsledande och har en andel på [30–40]* % av marknaden. Det gemensamma företaget Infineum (i vilket Exxons och Shells tillsatsverksamhet sammanförts) ligger på andra plats med en andel på [30–40]* %. Ethyl och Oronite (som ägs av Chevron) har en andel på omkring [10–20]* % vardera.

Smörjmedel

290. Smörjmedel kan användas för många olika ändamål, men deras huvudfunktion är att minska friktion och slitage mellan rörliga delar. Smörjmedel har fyra allmänna användningsområden. De används i bilar (bils smörjmedel), inom industrin (industrismörjmedel), i fartyg (marinsmörjmedel) och i jetmotorer (flygsmörjmedel). De färdiga smörjmedlen tillverkas av "blandningsföretag" som **blandar** kemiska tillsatser med basoljor för att erhålla de egenskaper som krävs.
291. Omkring 50 % av smörjmedelsproduktionen används i bilar, 48 % inom industrin (en stor del används som processoljor, närmare bestämt 36 %). Återstoden utgörs av marin- och flygsmörjmedel. Flygsmörjmedel behandlas i avsnitt V nedan.

Bil- och industrismörjmedel

292. Bland bilsörjmedlen ingår motorolja (för privatfordon och kommersiella fordon), transmissionsolja, bromsolja och växellådsolja.
293. Bland industrismörjmedlen ingår transmissionsolja, metallbearbetningsolja, turbinolja, transformatorolja, kompressorolja, hydraulolja och processolja/aromatiska extrakt (som används som komponenter bl.a. vid däcktillverkning). Industrierolja måste ha särskilda egenskaper som uppnås med hjälp av tillsatser.

Utveckling av smörjmedel

294. Vid utveckling av smörjmedel krävs samarbete mellan basoljaproducenter, tillsatstillverkare, smörjmedelstillverkare och kvalitetsstandardsenheten (antingen en s.k. Original Equipment Manufacturer (OEM), t.ex. en biltillverkare, eller en industriell slutkund). Smörjmedel utvecklas i två steg mellan kunder som fastställer produktspecifikationen, smörjmedelstillverkaren som väljer leverantörer och tillsatstillverkaren som ger smörjmedlet dess särskilda egenskaper.
295. Den första fasen är steget mellan smörjmedelstillverkaren och OEM (eller en annan slutkund). Tillsammans fastställer de vilka egenskaper det nya smörjmedlet skall ha.
296. Den andra fasen är steget mellan smörjmedelstillverkaren och tillsatstillverkaren. Tillsatstillverkaren måste utveckla ett tillsatspaket som tillsammans med den basolja som valts ger smörjmedlet de egenskaper som krävs. Tillsatstillverkaren kan också garantera att dess tillsatspaket kommer att fungera tillsammans med de basolja som finns tillgängliga, ofta utan att smörjmedelstillverkaren känner till detta eller deltar i ett samarbete.
297. Smörjmedelstillverkaren kan välja vilken basolja som skall användas tillsammans med tillsatspaketet eller använda de basolja för vilka tillsatstillverkaren redan har tagit fram ett tillsatspaket. Tillsatspaketet ger smörjmedlet de egenskaper som krävs till lägsta möjliga kostnad. När blandningen har sammanställts, måste den testas genom testprogram som erkänts av branschen för att visa att den har de egenskaper som krävs.
298. Enligt tillsatstillverkarna finansieras testerna antingen av smörjmedelstillverkaren eller av tillsatstillverkaren beroende på vem som tar initiativet till utvecklingen och affärsavtalet mellan de två parterna.
299. Tillsatstillverkarna utvecklar i regel också allmänna tillsatspaket (s.k. "off the shelf"-dvs. färdigpaket, som kan blandas med olika basolja²⁶). I dessa fall är det tillsatstillverkaren som gör den investering som krävs för att dessa "off the shelf"-paket skall få de egenskaper som eftersträvas. Investeringen är beroende av om det finns "cover", dvs. om de olika basoljornas effekter på det färdiga smörjmedlet är kända och dokumenterade, eftersom man då kan använda många olika basolja från olika leverantörer. Om det inte finns någon "cover" genomför man ett utbytesprogram (interchange programme), som leder till att basolja dokumenteras.

26. Konkurrenter har bekräftat att alla DI-tillverkare har allmänna godkännanden hos Exxon, Mobil och Shell för basolja som är tillgängliga för basoljekunder.

Enligt tillsatsleverantörerna och smörjmedelsblandarna är kostnaderna för att använda ”off-the-shelf”-paket betydligt högre än kostnaderna för ett tillsatspaket för en viss basolja. Ett allmänt tillsatspaket måste utformas så att det fungerar tillsammans med den basolja som är ”svagast” i ett simuleringstest. Eftersom behovet av tillsatser kan variera mellan olika basoljor, kan olika oljor vara de svagaste i olika test. Med andra ord måste vissa basoljor överbehandlas med tillsatser för att de skall få de begärda egenskaperna.

Kvalitetskrav för industri- och marinsmörjmedel

300. Industri- och marinsmörjmedel är antingen godkända till följd av kommersiella försök eller också har de egenskaper som krävs i en ”standardproduktspecifikation” (t.ex. ISO och DIN). Även om det är fråga om ett internt godkännande (i motsats till bilsörjmedel) är kombinationen av basolja och tillsatser viktig. Industriella kunder köper produkter på grundval av produkternas rykte, som måste skyddas. Att byta till en annan basolja skulle kräva valideringstest av många olika centrala produkter och avgörande prestandaparametrar. Vissa industriella tester som styrker att tillsatsmedlen inte beter sig annorlunda tillsammans med en annan basolja är tidskrävande (t.ex. ett oxideringstest på 4 000 timmar) och hindrar därför ett snabbt byte av basolja. Enligt tillsatsleverantörerna kan det ta över ett år innan ett industri- och marinsmörjmedel har godkänts, men normalt tar det sex månader. Kostnaden för att få ett smörjmedel godkänt uppgår normalt till 25 000–50 000 US-dollar.

System för att fastställa standarder för och godkänna bilsörjmedel

301. OEM-kunder har en viktig roll i det europeiska systemet för att fastställa standarder för bilsörjmedel. Detta beror på att de enskilda kunder som efterfrågar sådana produkter inte har de medel eller den kunskap som krävs för att kontrollera att det smörjmedel de köper är det rätta för deras behov. I dag innehas denna roll av ACEA (Association des Constructeurs Européens d'Automobiles), som företräder alla europeiska bil- och lastbilstillverkare. I december 1995 införde ACEA ett nytt klassificeringssystem bestående av nio olika tester för att fastställa kvaliteten på motorolja för bilar som används i Europa. Systemet bygger på fysiska och kemiska tester samt motortester liknande dem som har fastställts av API (American Petroleum Institute) och används i USA. Systemet består av två regeluppsättningar, varav den ena har utarbetats av ATC (de europeiska petroleumtillsatstillverkarnas tekniska kommitté) och den andra av ATIEL (Association Technique de l'Industrie Européenne des Lubrifiants). I reglerna fastställs hur utarbetande, testning och rapportering av uppgifter om prestanda skall gå till.
302. ATIEL och ATC fastställer tillsammans på vilka villkor smörjmedels- och tillsatsleverantörerna kan ändra innehållet i sina smörjmedels- och tillsatspaket, samtidigt som de fortsätter att använda tidigare testdata och prestandakrav. ATIEL, som företräder smörjmedelstillverkare (en både regional och nationell gruppering), har utarbetat en nomenklatur för identifiering av smörjmedel som uppfyller ACEA:s standarder. ATIEL har också utarbetat en regeluppsättning, i vilken man anger under vilka förhållanden en smörjmedelsblandare kan ändra ett smörjmedels sammansättning (främst genom att byta VI-förstärkare eller basolja) och samtidigt hävda att smörjmedlet uppfyller de standarder för vilka det har testats. ATC har utformat en regeluppsättning som föreskriver vilka test som måste utföras innan man

kan hävda att ett smörjmedel har en viss egenskap och hur testen skall registreras och genomföras liksom hur man skall dela med sig av testresultaten.

303. ACEA och API godkänner en blandning av en viss basolja och ett visst tillsatspaket efter en serie tester. I godkännandet anger man uttryckligen vilka komponenter som använts i smörjmedlet. För att vara godkänt skall blandningen innehålla basolja från en viss tillverkare och ett namngivet tillsatspaket. Eftersom godkännandet endast gäller för basolja från en viss tillverkare och inte för basoljor med jämförbar kvalitet från andra tillverkare²⁷, måste varje ny blandning (dvs. kombination av basolja och tillsatspaket) godkännas av ACEA eller API. Om en smörjmedelsblandare vill byta ut en eller flera komponenter mot andra komponenter (basolja eller tillsatser), måste blandningen testas enligt de regler som fastställts av API eller ACEA.
304. Enligt tillsatsleverantörerna kan ett godkännandeförfarande ta över ett år, men normalt tar det sex månader. Kostnaderna för godkännande varierar mellan 50 000 US-dollar och flera miljoner US-dollar per godkännande, men i regel ligger de i intervallet 200 000–400 000 US-dollar per godkännande (godkännande från både ACEA och API krävs). Investeringens exakta omfattning (både i tid och pengar) beror på många faktorer, däribland prestanda, tidigare test och graden av ändringar som krävs.²⁸ Hur lätt det är att byta beror främst på i vilken utsträckning den nya leverantören (av basolja eller tillsatser) redan beviljats godkännande för den basolja eller de tillsatsmedel han föredrar. Om en sådan s.k. ”täckning” inte finns, är kostnaden för att genomföra ett utbytesprogram mellan 100 000 US-dollar (för en enkel dokumentering av basoljans egenskaper) och 1 000 000 US-dollar (för ett fullständigt testprotokoll för ovanligare basoljor), under förutsättning att den ifrågavarande kombinationen av basolja och tillsatsmedel tekniskt kan uppnå den önskade prestandan.
305. Om en smörjmedelsblandare måste byta ut basoljan mot en basolja som används mer sällan, krävs det en fullständigare och grundligare testprogram, som kostar 500 000–1 000 000 US-dollar. En sådan process tar minst 18 månader.
306. Alla OEM-kunder har antagit ACEA:s (eller API:s) specifikationer som minimistandard. Vissa enskilda OEM-kunder, t.ex. Mercedes-Benz på bilområdet och Volvo på lastbilsområdet, har strängare gränsvärden för de smörjmedel som används i deras utrustning, vilket kräver extra tester och certifieringar tillsammans med andra prestandaparametrar. Ett godkännande från en OEM-kund kräver extra tester (både simuleringar och fälttest) och medför ytterligare investeringar i både tid och pengar. Varje OEM-kund har en viss frihet och flexibilitet när det gäller att godkänna produkter och detta omfattar byte av basolja. Tillsatstillverkande företag tillhandahåller tjänster för att få OEM-kunders godkännande, men vissa OEM-kunder kräver att tester skall genomföras av oberoende organ.
307. En smörjmedelsblandare måste lagra basoljor som används i smörjmedel och som godkänts av ACEA/API separat från basoljor som inte har eller behöver ett sådant godkännande. För att spara lagringskapacitet eller för att stärka sin ställning som köpare gentemot leverantören av basolja, kan det hända att blandare inte gör

27. Det finns undantag som gäller basoljorna i grupperna III och IV.

28. Såsom beskrivs t.ex. i dokumenten ”API 1509” och ”Atiel code of practice”.

åtskillnad mellan olika smörjmedel utifrån deras tillämpningsområde. I sådana fall använder de i regel både i bils smörjmedel och industrismörjmedel en basblandning som används i smörjmedel som godkänts av ACEA/API.

DEFINITION AV MARKNADEN

Produktmarknader

Basoljor

308. Enligt parterna är basoljor homogena produkter och utgör därför en enda relevant produktmarknad oavsett tillämpning eller grupp. Såsom förklaras ovan har smörjmedel många olika tillämpningsområden som alla kräver olika basoljor med specifika egenskaper. Det kan därför hävdas att det finns lika många relevanta produktmarknader som det finns specifika krav. Det verkar dock finnas en hög grad av utbytbarhet på utbudssidan, och samma raffinaderi kan producera vilken som helst basolja som hör till grupp I. Basoljorna i grupp I och grupperna III/IV verkar inte tillhöra samma relevanta produktmarknad.

Utbytbarhet på efterfrågesidan: ingen märkbar skillnad mellan tillämpningar för bilar och tillämpningar för industrin

309. Av följande förteckning framgår de tekniska krav som ställs på basoljor beroende på för vilket ändamål smörjmedelsblandaren använder basoljan:

- Smörjmedel för vevhus (bilar) : grupp I (HVI), grupp II (ej i Europa), grupp III (VHVI och XHVI), grupp IV (syntetisk basblandning) och grupp V.
- Växellåds- och transmissionsoljor (bilar) : grupp I (MVI och HVI) och grupp III/IV.
- Industri- och - marinoljor : grupp I (LVI, HVI och HVI) och grupp II.
- Tillsatstillverkare : grupp I (LVI, HVI) och grupp III (XHVI).
- Export, vaxer, och processoljor: grupp I: LVI, MVI och HVI.
- Vita oljor: grupp I och III.
- Smörjmedel för jetmotorer och vissa industrioljor: grupp IV (syntetisk basblandning) och grupp V.

310. Det framgår av förteckningen att de flesta basoljor i grupp I kan användas både för biltillämpningar och industriella tillämpningar med vissa undantag (särskilt LVI-kvaliteterna, som används i processoljor i gummiindustrin, oljor för kylsystem, fetter, metallbearbetningsvätskor och stötdämpare). Dessutom visar marknadsundersökningen att basoljorna i grupp I endast uppvisar små skillnader i pris eller kvalitet beroende på om de används för industriella tillämpningar eller i bilar, och därför har utbudet inte differentierats.

Substituerbarhet på utbudssidan är möjlig i fråga om basoljor i grupp I

Viskositetsindex

311. I Europa tillhör mer än 90 % av basoljorna HVI-kategorin. Vad gäller viskositetsindexet är basoljor inga massprodukter, eftersom varje typ av smörjmedel behöver ett specifikt viskositetsindex (VI) som avgör prestandanivån. En basoljekonkurrent har till exempel påpekat att ”*HVI-oljor med en viskositet på 150, låg flyktighetsgrad och VI under 99 utgör en viktig undergrupp för biltillämpningar*”. Basoljor måste hållas isär i användarens anläggningar för att upprätthålla produktens status.
312. Ett raffinaderi kan dock få basoljor i grupp I med högre viskositetsindex genom extraktion med lösningsmedel och mer krävande behandling. Denna substituerbarhet på utbudssidan minskar avkastningen och påverkar därför basoljeanläggningens produktionskapacitet. Produktionen kan minska avsevärt och påverka produktionskapaciteten för basolja (10 % eller mer beroende på råoljan och hur raffinaderiets anläggningar är uppbyggda). En mer krävande behandling kan dock inte leda till mycket höga viskositetsindex, som är typiska för basoljor i grupp III. Ett lågt viskositetsindex i basoljan kan kompenseras genom att man ökar användningen av tillsatser i det färdiga smörjmedlet. Produktionsmängden med olika viskositetsindex är också beroende av hur raffinaderiet är uppbyggt och vilka råvaror som används.

Viskositet och andra egenskaper

313. Basoljor i grupp I som fås genom den sedvanliga separationsprocessen som baserar sig på vätskeextraktion kan uppdelas i två kategorier på grundval av viskositet: basoljor med låg viskositet eller lätta basoljor (t.ex. N150) och basoljor med hög viskositet eller tyngre basoljor (t.ex. 500N och filtrerade oljor). Lättare basoljor används i regel i områden med ett mildare klimat och deras efterfrågan bygger på behovet av att använda basblandningar med låg viskositet i motoroljor. De ger bättre prestanda och de har egenskaper som möjliggör bättre emissionskontroll och lägre bränsleförbrukning. Efterfrågan utanför EES och Nordamerika är i huvudsak inriktad på högre viskositetsgrader på grund av det varmare klimatet. Till exempel Exxon, Shell, BP/Mobil, Total och Elf exporterar mycket stora volymer till sina koncernbolag i Afrika, Asien och Latinamerika. Upp till en viss grad finns det också en skillnad i efterfrågan på basolja mellan Nordeuropa (lätta basoljor) och Sydeuropa (tyngre basoljor).
314. Parterna hävdar att den relativa volymen för basoljor med låg viskositet och basoljor med hög viskositet kan variera betydligt beroende på råoljans kvalitet, destillationskapacitet, efterfrågekrav och begränsningar på grund av anläggningarnas uppbyggnad. Även om det förekommer en viss grad av substituerbarhet på utbudssidan på produktionsnivå, har marknadsundersökningen visat att detta är möjligt endast upp till en viss grad, eftersom en viss råvara kan garantera endast ett viss mängd basolja med låg viskositet.

Basoljor i grupp I är inte utbytbara mot basoljor i grupp III och grupp IV

315. Prisskillnaderna mellan de olika basoljegrupperna är betydande. Till exempel grupp III kostar två till fyra gånger mer än HVI i grupp I. Dessutom kan basoljor i grupp I och III produceras i samma raffinaderianläggningar (även om basoljor i grupp III

måste ha egna tankar vid raffinaderiet för att hindra att de sammanblandas med basoljor i grupp I) men de produceras inte med samma råvara. Basoljor i grupp I produceras med råolja eller råoljefraktioner (mellandestillat, gasoljor, bottenfraktioner) medan basoljor i grupp III produceras med den bottenprodukt som kommer från vissa hydrokrackningsenheter (hydrokrackningsbottenfraktioner) i bränsleraffinaderier. Polyalfaoleofinerna (PAO) i grupp IV är resultatet av en kemisk process.

316. Basoljor i grupp III och grupp IV används i högförädlade smörjmedel. Ibland blandas de också med basoljor som har ett lågt viskositetsindex för att det färdiga smörjmedlet skall få bättre egenskaper (t.ex. HVI kan blandas till färdiga smörjmedel tillsammans med syntetisk basolja, även om det är dyrare att blanda en sådan produkt som motsvarar grupp III än att köpa basoljor i grupp III på marknaden). På motsvarande sätt kan raffinaderier ändra kvaliteten på råoljan eller vidareförädla sin produktion för att ändra kvaliteten på en viss basoljegrupp man producerar (men inte i en sådan utsträckning att man når de egenskaper som basoljor har i en högre grupp). Slutligen kan ytterligare tillsatser blandas i en basolja för att förbättra egenskaperna.
317. I Europa hör mer än 95 % av basoljorna till grupp I, medan andelen för grupp III är mindre än 5 %. Marknadsundersökningen har visat att andelen för grupp III sannolikt kommer att öka med 8,5 % per år under de närmaste åren och att grupp I kommer att minska med 0,5 % per år. Efterfrågan på grupp I håller på att minska på grund av utvecklingen på det motortekniska området, de högre krav OEM-kunderna ställer på bränsleförbrukning, prestanda och oljebytesintervaller och en strängare lagstiftning om utsläpp.
318. Av ovan anförda skäl kan grupp III och grupp IV anses höra till olika produktmarknader jämfört med basoljor i grupp I. Den ekonomiska drivfjädern är att maximera användningen av basoljor i grupp I och uppfylla de krav som ställs på smörjmedel genom en balans mellan basoljor och tillsatser i en blandning som bygger på kostnadsöverbäganden. Valet att använda grupp III eller IV i ett slutligt smörjmedelsrecept görs när gruppens specifika egenskaper (andra än bara viskositetsindexet) kompenserar den högre kostnaden för att nå upp till den prestanda som krävs. [...]*, är det inte nödvändigt att ytterligare dela in grupp III och grupp IV i separata produktmarknader (grupp II används för närvarande inte inom EES).

Tillsatser

319. Enligt kommissionens beslut i ärendet om det gemensamma företaget Infineum är viskositetsindexförstärkare, DI-paket för biltillämpningar och DI-paket för industriella tillämpningar separata marknader.²⁹ Parterna har identifierat endast en berörd marknad, och den gäller DI-paket avsedda för bilsörjmedel. Beträffande DI-paket för motor- och transmissionstillämpningar tyder resultaten av undersökningen på att dessa produkter ur efterfrågesynpunkt troligen inte utgör en enda produktmarknad, utan att det kan vara fråga om olika marknader beroende på tillämpning. Eftersom Mobils andel av produktionen av tillsatser är mindre än [...]*, är det dock inte nödvändigt att ytterligare dela in produktmarknaden när det gäller DI-paket för motor- och transmissionstillämpningar.

29. Ärende IV/M.1137 - Exxon/Shell av den 25 maj 1998.

Smörjmedel

320. Den anmälda transaktionen orsakar inga konkurrensproblem på någon av de möjliga smörjmedelsmarknaderna (bortsett från flygsmörjmedel), så definitionen av de relevanta produktmarknaderna kan lämnas öppen.

Relevanta geografiska marknader

Basoljor

321. Parterna anser att marknaden för basoljor omfattar minst EES men med större sannolikhet är global. Parterna grundar sitt påstående på följande omständigheter. För det första säljs och används samma typer av basoljor i hela världen. För det andra kan basoljor transporteras långa sträckor med bibehållen ekonomisk lönsamhet och handeln från EES är redan betydande. För det tredje finns det för närvarande en viss korrelation mellan priserna på basoljor och bruttomarginalerna. Inget av dessa påståenden håller vid en närmare granskning och därför omfattar marknaden EES.
322. Priserna och marginalerna på basoljor i olika delar av världen tyder på att EES utgör en separat relevant geografisk marknad.
323. Fob-priserna har kontinuerligt varit olika inom EES, i USA och i Asien, och Exxons IABP-priser i Singapore och USA är i genomsnitt högre än priserna inom EES (från [...] % för SN 150 i Singapore till [...] % för SN 600 i USA). Denna skillnad är ännu större när man beaktar transportkostnaderna. Parterna förklarar att transporten från Sicilien till Mellanöstern kostar cirka [...] US-dollar per ton. Om detta ses som en uppskattning av transportkostnaderna från Asien till EES och om transportkostnaderna inom EES utgör [...] % av priserna i destinationshamnen, är Exxons Singaporepriser fortfarande högre än EES-priserna. Om man hypotetiskt antar att EES-priserna ökade med [...] %, låg priserna i Singapore endast 1998 och 1999 på en nivå som skulle göra import till EES lönsam. Dessa priser är dock en följd av krisen i Sydostasien och det är osannolikt att de kommer att förbli på den nivån. [...] ³⁰.
324. En annan viktig omständighet är det faktum att exportpriserna från EES i regel har varit lägre än priserna inom EES. Parterna har beräknat att skillnaden är i genomsnitt [...] US-dollar per ton. Det är [...] % under rådande marknadspriser i EES. Skillnaden motsvarar ungefär fraktkostnaderna och visar att ingen arbitrage är möjlig mellan EES och andra delar av världen om inte exceptionella omständigheter såsom Asienkrisen föreligger. Detta styrks av det faktum att nästan ingen tradingverksamhet förekommer.
325. Europa har historiskt varit den basoljeproducent som haft den största överskottskapaciteten, och fungerar därför som ”pendel” (swing producer). Exporten från Europa till Asien, Afrika, Fjärran östern och Latinamerika har varit viktig tidigare eftersom dessa länder behövde tyngre basoljor.
326. Dessa länder, som tidigare var nettoimportörer av europeiska basoljor, har nu tillkännagivit planer på att ta i bruk ny produktionskapacitet eller har redan gjort det (främst kapacitet för grupp II-III genom Exxon, Mobil eller Shell-projekt).

30. [...]*

Överproduktionen i EES består i huvudsak av tunga kvaliteter, för vilka efterfrågan är liten i EES men tillräcklig utanför EES. Tunga kvaliteter (t.ex. 600 Solvent neutral) dumpas därför på spotmarknaden för export. Överproduktion av lätta kvaliteter (t.ex. Solvent neutral 150) säljs på EES-marknaden. Exporten domineras av tunga kvaliteter; på grundval av de uppgifter som lämnats av de nio största konkurrenterna till Exxon och BP/Mobil fördelar sig viskositetsgraderna på 24,3 % för lätta neutrala kvaliteter (light neutrals), 12,63 för medeltunga kvaliteter (medium neutrals) och 63 % för tunga kvaliteter (heavy neutrals). Tunga kvaliteter används också som processoljor.

327. I dokumenten från Exxon förklaras det att [...]*^{31 32 33 34 35 36 37}.
328. Om priserna i EES stiger t.ex. med 5 % jämfört med priserna i Singapore skulle importen till EES inte utan svårigheter kunna konkurrera med produktionen i EES. Eftersom smörjmedelsrecepten är bundna av ACEA:s och API:s regler för basoljors substituerbarhet, skulle det krävas stora investeringar för att få godkännande för basoljor som mer sällan är föremål för handel. Marknadsundersökningen har visat att ingen av de stora tillsatsproducenterna har investerat i program för att beviljas godkännande för importerade basoljor från andra företag än Exxon, Mobil eller Shell. Även om frågan gällande regler för utbytbarhet kan lösas (vilket vore dyrt och skulle ta minst 18 månader), skulle detta bara påverka ACEA:s godkännande och inte API:s. I alla händelser måste man räkna in transport- och hanteringskostnader.
329. Slutligen skall det konstateras att i motsats till parternas påståenden finns det ingen verklig spotmarknad för basoljor i Europa där handel skulle bedrivas med några större volymer. Alla tradingföretag som tillfrågades har svarat att de inte har importerat några betydande mängder basolja till EES under de senaste åren. Tradingföretag spelar bara en liten roll, som mellanhänder i exportverksamheten. Alla utom en av konkurrenterna till de samgående parterna (utom Repsol: 24 kiloton) har uppgett att de inte anlitar tradingföretag för export från eller import till EES.
330. Diskussionen ovan möjliggör slutsatsen att produktionen och försäljningen av basoljor i grupp I inom EES utgör en relevant marknad. Detta beror särskilt på den konsumtionsprofil och de kvalitetskrav som är kännetecknande för Europa idag.

Tillsatser

331. Parterna har hävdat att den relevanta geografiska marknaden omfattar minst EES. Huruvida marknaden anses omfatta EES eller ett större område än EES ändrar inte bedömningen i konkurrenshänseende av denna transaktion, och därför kan marknadsdefinitionen lämnas öppen.

31. [...]*

32. [...]*

33. [...]*

34. [...]*

35. [...]*

36. [...]*

37. [...]*

Smörjmedel

332. För alla tänkbara smörjmedelsmarknader (utom esterbaserade turbin-smörjmedel, som behandlas nedan), kan den geografiska räckvidden lämnas öppen, eftersom koncentrationen på grundval av ovan anförda marknadsdefinitioner inte kommer att ge upphov till eller förstärka en dominerande ställning som märkbart hämmar konkurrensen.

BEDÖMNING AV KONKURRENSLÄGET

Basoljor

Rådande marknadsstruktur

Marknadsställning för basoljor; konkurrens på två nivåer

333. Producenterna av basoljor kan delas in i fyra grupper:
- i) De panregionala företagen: integrerade oljebolag som har basoljeraffinaderier över hela världen och en stark närvaro i EES och som producerar mer än för eget behov: Shell, Exxon, BP/Mobil.
 - ii) De regionala företagen, som har ett nationellt basoljeutbud och en nationell basoljeproduktion som för vissa av dem är större än det egna behovet: Cepsa, Repsol, Agip, Fortum, Elf, Total, KPI, Petrogal och DEA.
 - iii) Företag såsom Iplom, MOH, SRS, som producerar basoljor som sällan är föremål för handel. Dessa basoljor är sannolikt av lägre kvalitet och främst avsedda för export, tunga industrismörjmedel och processoljor. De fyra största tillsatstillverkarna har påpekat att de inte har försökt få dessa basoljor godkända.
 - iv) Okonventionella basoljeproducenter, t.ex. Nynas (naftenisk basolja för specialsmörjmedel till industrin) eller Fortum (tidigare Neste) som producerar PAI.
334. Exxon levererar basoljor inom hela EES från tre anläggningar, som ligger i Fawley i Förenade kungariket, Port Jérôme i Frankrike och Augusta i Italien. BP/Mobil har fem anläggningar, som ligger i Frankrike i Gravenchon och Duncerque (i den sistnämnda deltar ELF med 40 %), i Förenade kungariket i Coryton, i Tyskland i Neuhof och i Spanien, där företaget tillsammans med Cepsa driver basoljeanläggningen i Algeciras. Shell har fyra anläggningar, som ligger i Nederländerna (Pernis), Frankrike (Petit Couronne), Tyskland (Hamburg) och Förenade kungariket (Stanlow). Exxon, BP/Mobil och Shell kontrollerar tolv av de 24 basoljeraffinaderierna i Europa, därav åtta av de tio största. För att beräkna EES-marknadens volym för basoljor i grupp I och parternas marknadsandel har kommissionen beaktat följande faktorer. Marknadsandelarna beräknades enligt tre metoder: på grundval av den nominella kapacitet som parterna uppgett, på grundval av faktisk produktion och på grundval av produktionen av basoljor i grupp I.

Nominell kapacitet och faktisk produktion.

335. Alla siffror baserar sig på de uppgifter för 1998 som Exxon, Mobil och deras respektive konkurrenter på basoljeområdet (tredje part) lämnat för sina egna

anläggningar. Om tredje part inte har lagt fram de begärda uppgifterna (gäller MOH, SRS och i mindre utsträckning AGIP), använder kommissionen de sifferuppgifter som parterna lagt fram i CO-formuläret. Eftersom tredje parter har begärt att deras uppgifter om faktisk kapacitet, produktion och försäljning skall behandlas som företagshemligheter, anges endast intervaller för procentandelarna i tabellen. I följande tabell om basoljeproduktion och kapacitet jämförs den faktiska kapaciteten och produktionen med de Enerfinance-uppgifter för år 1996 gällande nominell kapacitet som parterna har lämnat.

Produktion och kapacitet inom EES

Företag	Kapacitet (kiloton/år)			Produktion (kiloton/år) 1998			
	Nominell kapacitet 1996 (1)	Nominell kapacitet 1996 (1)	Faktisk kapacitet 1998 (3)	Basolja inkl. processoljor (6)		Vita oljor och paraffiner (3)	Vaxer (4)
	i (kiloton/år)	i %	i %	Grupp I : Andel av produktionen i EES	Grupp II/III : Andel av produktionen i EES	Andel av produktionen i EES	Andel av produktionen i EES
Exxon	1825	23,1%	[...]*				
BP/Mobil (2)	1443	18,3%					
Shell	1280	16,2%					
Agip (7)	520	6,6%					
Cepsa	166	2,1%					
DEA	250	3,2%					
Elf	174	2,2%					
Totalt (5)	545	6,9%					
KPI	230	2,9%					
Fortum (Neste)	92	1,2%					
Repsol	300	3,8%					
Petrogal	150	1,9%					
Nynas	250	3,2%					
Iplom	340	4,3%					
MOH	160	2,0%					
SRS	170	2,2%					
Addinol	0	0,0%					
OMV	0	0,0%					
Totalt	7895	100,0%					

(1) På grundval av uppgifter som parterna lämnat

(2) Mobil nämner en obalans i produktionen på [...] * kiloton per år på grund av lagerförändringar.

(3) Den faktiska produktionskapaciteten omfattar inte vita oljor.

(4) Vaxer är en biprodukt till basolja och ingår därför inte i den nominella kapaciteten.

(5) Totals paraffinproduktion betraktas som vita oljor.

(6) Produktionen av vita oljor ingår inte i basoljeproduktionen.

(7) Kapacitetsutnyttjande på grundval av de uppgifter som parterna lämnat.

336. Processoljor betraktas som basoljor. Aromater, paraffiner, vita oljor och fetter ingår inte i försäljningen av basoljor, eftersom de varken är en biprodukt eller behöver vidareförädlas. Vita oljor, paraffiner och vaxer är mycket beroende av produktionen av råvaror, och konkurrensfördelar och stordriftsfördelar leder till mycket stora marknadsandelar. Dessa produkter är dock antingen resultatet av ett ytterligare steg i raffineringprocessen eller en biprodukt som uppstår vid produktionen av basoljor.

Bedömningen av parternas konkurrensställning är därför kopplad till konkurrensställningen på basoljeområdet.

Marknadsandelar på grundval av försäljningen till tredje part

337. Försäljningsmarknaden har definierats som försäljning till tredje part både innanför och utanför EES inklusive försäljning på spotmarknaden. Försäljning till koncernbolag betraktas som försäljning för eget bruk. Försäljning till kunder utanför EES har tagits med i beräkningarna för att återspegla parternas uppfattning att exporten skulle kunna omdirigeras för att tillgodose efterfrågan inom EES. Försäljning till tillsatsproducenter anses höra till försäljningsmarknaden (utom Agips tillsatser och Shells och Exxons försäljning till sina tillsatsenheter före det gemensamma företaget).

Företag	Andel av försäljningsmarknaden
Exxon (1)	[30-40%]*
BP/Mobil (2)	[10-20%]*
Shell	[10-20%]*
Agip (3)	[0-10%]*
Cepsa	[0-10%]*
DEA	[0-10%]*
Elf	[0-10%]*
Total	[0-10%]*
KPI	[0-10%]*
Repsol	[0-10%]*
Petrogal (4)	[0-10%]*
MOH (4)	[0-10%]*
SRS (4)	[0-10%]*
Totalt	100 %

(1) Skillnad på [...] kiloton/år (produktion - försäljning)

(2) Mobil nämner en obalans i produktionen på [...] kiloton per år (lagerfaktorer) som räknas in i försäljningen för eget bruk.

(3) Kapacitetsutnyttjande på grundval av de uppgifter som parterna lämnat.

(4) På grundval av de uppgifter som parterna lämnat.

338. Exxons möjligheter att sälja till försäljningsmarknaden på grund av investeringar i basoljekapaciteten på 1950-talet och 1960-talet är mycket stora: [...] av Exxons produktion står till förfogande för försäljningsmarknaden medan BP/Mobils kapacitet för försäljningsmarknaden uppgår till [...].

339. På grundval av försäljningssiffrorna för 1998 har Exxon en betydande andel av försäljningsmarknaden ([30-40]* %), och BP/Mobil kommer på andra plats med [10-20]* %. Shell är trea med en andel som ligger nära BP/Mobils andel (även om det bör påpekas att nästan hälften av Shells volymer på försäljningsmarknaden består av processoljor). Total och Agip har marknadsandelar på mindre än 8 %. Mindre konkurrenter, såsom DEA, Cepsa, Repsol, KPI, Petrogal, SRS, Petrogal och MOH, har mellan 3 % och 5 % av försäljningsmarknaden. Elf skall betraktas som en nettoköpare på denna marknad.
340. Slutligen bör det betonas att de marknadsandelar som anges ovan inte har ändrat nämnvärt de senaste åren.
341. Oavsett vilken metod som används förefaller Exxon vara klar marknadsledare på basoljemarknaden både i fråga om absolut produktion och produktion som är tillgänglig för tredje part. Exxons viktigaste konkurrenter är BP/Mobil och Shell, men de säljer en mindre andel av sin produktion till tredje part.

Hinder för marknadsinträde och marknadsutträde

342. Enligt parterna är ny kapacitet i EES osannolik med rådande överkapacitet och låga priser, och om ny kapacitet tas i bruk är det sannolikt kapacitet som gäller grupp III, där efterfrågan väntas öka i framtiden. Parterna har beräknat att uppförandet av en ny anläggning (grupp II/III) skulle kräva [...] US-dollar för en kapacitet på [...] kiloton per år. Tredje parter har bekräftat detta genom att påpeka att uppförandet av en ny anläggning skulle ta 2-3 år och kräva investeringar på 400 miljoner US-dollar för en anläggning med en kapacitet på 400 kiloton per år.
343. Kapacitet för grupp I kan omvandlas till kapacitet för grupp III och kräver en investering på [...] US-dollar jämfört med en investering på [...] US-dollar för en ny anläggning. [...] ³⁸.
344. Att lägga ner ett raffinaderi medför betydande kostnader, särskilt på grund av att marken måste återställas. Trots detta har tre basoljeraffinaderier lagts ned under de två senaste åren : Llandarcy (BP/Mobil UK: med en nominell kapacitet på [...] kiloton/år), Addinol (170 kiloton/år i det tidigare Östtyskland) och den en av DEA:s två basoljeanläggningar i Tyskland. Dessa basoljeraffinaderier producerade HN-basoljor och har därför sedan 1997 påverkats av de sjunkande exportpriserna. Även om kostnaderna är betydande, fattar man beslutet att lägga ned ett raffinaderi när lönsamhetsgränsen underskrids. Inom branschen säger man att andra basoljeanläggningar sannolikt kommer att läggas ned inom en nära framtid på grund av låg produktivitet.

Exxon, BP/Mobil och Shell har en privilegierad ställning: konkurrenstrycket från mindre basoljeproducenter är litet

Utbytbarhet mellan basoljor för alla raffinaderier och små begränsningar vad gäller godkännande

345. ACEA och API godkänner en slutlig blandning av en basolja och ett tillsatspaket efter det att de nödvändiga testen har klarats av. I godkännandet definieras exakt

38. [...]*

producenten av basoljan (godkännandet av basoljan gäller alla anläggningar) och tillsatspaketet. Om komponenters ursprung ändras, behövs det ett nytt godkännande (10 % av komponenterna i basoljor i grupp I får ändras utan att det krävs testning). Konsekvensen av detta är att panregionala basoljleverantörer (som har investerat³⁹ i utbytbarhet mellan sina anläggningar för basoljeproduktion) behöver godkännande endast en gång för en basolja som skall användas med ett visst tillsatspaket. Eftersom de har flera produktionsenheter och flera lagringsenheter med stor geografisk täckning, har de bättre förutsättningar att leverera till flera blandningsanläggningar. Regionala basoljeproducenter, vilkas produktion inte har denna geografiska spridning, måste antingen betala högre transportkostnader för att transportera sina produkter från sitt raffinaderi till kunderna eller så måste de köpa basolja på marknader som ligger nära kunderna (blandarna) för att undvika högre transportkostnader, men då måste de få godkännande för varje basolja som köps in på marknaden.

346. Konkurrenter till Exxon och Mobil (både på området för basoljor och området för blandning av smörjmedel) har påpekat att blandningsanläggningar ställer höga krav på leveransernas kontinuitet och basoljornas kvalitet eftersom de håller endast små lager i sina anläggningar. Att leverera relativt små volymer från en enda basoljeanläggning till ett panregionalt nätverk av blandningsanläggningar med regelbundna intervaller medför därför betydande kostnader till och med för de allra största nationellt integrerade basoljeföretagen, som har tillräcklig kapacitet på försäljningsmarknaden.

Nytan av anläggningars stordriftsfördelar

347. Parterna har erkänt att stordriftsfördelar spelar en viss roll i produktionen av basoljor i grupp I. Exxon, BP/Mobil och Shell kontrollerar [...] av de 24 basoljeraffinaderierna i Europa, därav [...] av de tio största. Det ger dem en viss kostnadsfördel i förhållande till mindre konkurrenter eftersom de bättre kan sprida sina kostnader över hela produktionskedjan. Endast Agip i Italien och Total i Frankrike har anläggningar av jämförbar storlek och skulle kunna dra nytta av jämförbara stordriftsfördelar. Såsom Mobil har konstaterat i sina affärsplaner⁴⁰, [...] Shell betraktas av parterna som effektivt och lönsamt tack vare en integrerad (bränslen och smörjmedel) affärspolicy och en lönsam verksamhet på området för vaxer, fetter och vita oljor.

348. I följande tabell rangordnas basoljeanläggningarna enligt storlek:

Placering	Raffinaderi	Ägare	Parternas uppskattning av nominell kapacitet	Grupper
1	Augusta (Italien)	Exxon	860	I
2	Livorno (Italien)	Agip	540	I
3	Gonfreville (Frankrike)	Total	500	I/III

39. BP/Mobil har använt omkring [...] US-dollar för att uppnå utbytbarhet för sina (dåtida) europeiska raffinaderier.

40. [...]*

4	Port Jérôme (Frankrike)	Exxon	485	I
5	Fawley (UK)	Exxon	440	I
6	Pernis (Nederländerna)	Shell	370	I
7	Gravenchon (Frankrike)	BP/Mobil	340	I/III
8	Dunkerque (Frankrike)	BP/Mobil (60%) - Elf (40%)	340	I/III
9	Petit-Couronne (Frankrike)	Shell	340	I/III
10	Coryton (UK)	BP/Mobil	330	I
11	Hamburg (Tyskland)	Shell	330	I/III
12	Heide (Tyskland)	DEA	250	I/III
13	Nynäshamn (Sverige)	Nynas	250	Övriga
14	Stanlow (UK)	Shell	240	I
15	Europort (Nederländerna)	KPI	230	I/III
16	Neuhof (Tyskland)	BP/Mobil	215	I/III
17	Algeciras (Spanien)	BP/Mobil (50%) - Cepsa (50%)	200	I
18	Porto (Portugal)	Petrogal (75%) - Total (25%)	180	I
19	Theodori (Grekland)	MOH	170	I
20	Salzbergen (Tyskland) (inga sjöförbindelser)	SRS	170	I
21	Escomberas (Spanien)	Repsol	150	I
22	Puertollano (Spanien)	Repsol	150	I
23	Huelva (Spanien)	Cepsa (66%) - Elf (34%)	100	I
24	Finland	Fortum (Neste)	50	III

349. Storleken ger ytterligare fördelar genom a) att stora anläggningar kan optimera mottagningen av råolja och b) att ledig produktionskapacitet uppstår, vilket är viktigt för optimeringen av produktionsprocessen, eftersom det medför ökad flexibilitet: detta är viktigt vid produktionen av flera olika basoljekvaliteter.

Stordriftsfördelar som logistiken medför

350. Såsom konstateras ovan har Exxon, BP/Mobil och Shell flera raffinaderier inom EES. Denna närvaro i hela Europa får ytterligare stöd av lagringskapacitet på strategiska platser i Europa.
351. Detta står i kontrast till situationen för de mindre nationella producenterna, som bara har ett raffinaderi, från vilket det inte är så lätt eller ekonomiskt att organisera distribution till potentiella kunder som inte ligger nära produktionsanläggningen. Detta är uppenbarligen fallet för de landbundna raffinaderier, t.ex. SRS och DEA, som kan leverera till lokala kunder endast med långtradare och tåg. Dessa transportmedel begränsar den längsta distans det är ekonomiskt lönsamt att

transportera produkten, men medför också extra transportkostnader. Konkurrenter har påpekat att radien för transporter till lands är högst 500 kilometer för långtradare och högst 1 000 kilometer för tåg. Transportkostnader är inte jämförbara på grund av den begränsade volym som kan transporteras med tåg och långtradare, men de varierar mellan 6 % och 10 % av produktens försäljningspris.

352. Till och med enskilda raffinaderier vid kusten har högre genomsnittliga transportkostnader. Parterna har uppskattat att transportkostnaderna inom EES i genomsnitt uppgår till [...] * av priserna i destinationshamnen. De har också förklarat att de rörliga kostnadernas andel av transportkostnaderna inom EES varierar från [...] * % (Förenade kungariket till Nederländerna) till [...] * % (Italien till Nederländerna). Om man antar att de fasta kostnaderna förblir desamma för de två hypotetiska resorna, innebär detta att kostnaden för transporten från Italien till Nederländerna är [...] * % högre än från Förenade kungariket till Nederländerna.⁴¹ Med andra ord, om transportkostnaderna från Förenade kungariket till Nederländerna är [...] * % av priserna i destinationshamnen är de [...] * % om produkterna transporteras från Italien. Därför är det den geografiska spridningen, läget vid kusten eller förbindelserna till blandningsanläggningar som avgör konkurrenspositionen för ett basolj Raffinaderi och dess möjligheter att konkurrera på försäljningsmarknaden inom EES i motsats till exportmarknader som är lokala eller ligger utanför EES.

Dynamiken på basoljemarknaden förstärker därför Exxons, BP/Mobils och Shells fördelar

Möjlighet att fastställa standarderna för framtida utveckling av smörjolja

353. På grund av behovet att få godkännande för blandningar av basoljor och tillsatser är storleken en självförstärkande konkurrensfördel på basoljemarknaden. På grundval av marknadsinformation utvecklas tillsatspaket för nya smörjmedelsrecept i regel först för Exxons, BP/Mobils och Shells basoljor. De stora europeiska leverantörerna av tillsatser för bilsörjmedel tar fram sina tillsatspaket för de basoljor som väljs av smörjmedelsblandaren. Oberoende blandare väljer i allmänhet en av Exxons, BP/Mobils eller Shells basoljor, medan nationella integrerade oljeföretag med blandningsverksamhet kan välja en basolja de själva producerat. Tillsatsproducenter investerar självständigt i extra godkännanden, men bara i fråga om de vanligaste basoljorna (främst Exxon, Shell och BP/Mobil), eftersom möjligheterna att öka försäljningen uppväger investeringen för att få ett godkännande för dessa basoljor. Andra basoljor än Exxons, BP/Mobils och Shells godkänns vanligen från fall till fall för att uppfylla kundens önskemål, om detta verkar tekniskt möjligt och lönsamt i affärsmässigt hänseende.
354. Tillsatsleverantörer har uppgett att i genomsnitt över hälften av deras försäljning av tillsatser består av färdigpaket. Kommissionen har uppmanat de fyra stora tillsatsleverantörerna att uppge för vilka basoljor de har utvecklat vederbörligen godkända DI-färdigpaket, antingen för industri- eller bilsörjmedel. I genomsnitt tas mer än 70 % av alla paket fram på grundval av basoljor från Exxon, BP/Mobil och

41. [...] *.

Shell. Utöver dessa företag har endast Total och Elf (och i mindre utsträckning AGIP och KPI) godkännanden med flera tillsatsleverantörer. Exxon, BP/Mobil och Shell är därför referensleverantörer av basolja och bara ett fåtal andra mindre basoljeleverantörer kan jämföras med dem. Tillsatsleverantörer har bekräftat att de i regel föreslår och utvecklar recept för biltillämpningar endast på grundval av basolja från de tre stora, eftersom de kan vänta sig att uppnå en större försäljning för dessa basoljor, som står till buds på den globala marknaden i tillräckliga volymer och med jämn kvalitet.

355. Färdigprodukter som består av basolja från Exxon, BP/Mobil och Shell kan snabbare anpassas till nya standarder, eftersom utbytarhet för basoljor garanterar att produkten kan köpas nära blandningsanläggningen utan ytterligare godkännande. Om en blandare med verksamhet i flera regioner valde att köpa in basoljor från olika lokala producenter, skulle det krävas flera tester och godkännanden innan den färdiga smörjmedelsblandningen skulle kunna godkännas. Det gör dem mindre attraktiva för leverantörer av tillsatser.
356. Enligt tredje parter (såväl blandare som basoljeproducenter) har denna fördel för basoljor producerade av Exxon, Shell och BP/Mobil en mycket stor betydelse i en bransch där man de senaste åren bevittnat hur smörjmedelsprodukternas livscykel förkortats. Den är idag mellan tre och fem år för bils smörjmedel. Dessutom blir OEM-kundernas kvalitetskrav allt strängare. Smörjmedelstillverkare måste därför hela tiden utveckla nya recept. På grund av den allt kortare tiden för att utveckla nya produkter och amortera dessa kostnader, vänder sig smörjmedelsblandarna i regel till de tre stora basoljeproducenterna, med vilka tillsatsproducenterna systematiskt utvecklar lämpliga paket. Tillsatsleverantörer uppger att de först utvecklar de nya recepten på grundval av basoljor från Exxon, BP/Mobil eller Shell, eftersom man endast med dessa kan uppnå en så stor försäljning att investeringarna betalar sig. OEM-kunderna, ibland i samarbete med oljeföretag, styr utvecklingen när det gäller kommande smörjmedelsgenerationer. Konkurrerande smörjmedelsblandare har uppgett att OEM-kunder i regel diskuterar sina krav med Exxon eller BP/Mobil och i mindre utsträckning med Shell (principen om en enda leverantör) i deras egenskap av de enda globala aktörerna med verksamhet på alla nivåer i leveranskedjan. [...] ⁴². Konkurrenter har påpekat att deras begränsade möjligheter att konkurrera med Exxon, BP/Mobil och Shell kommer att begränsas ytterligare av att smörjmedlens livscykel hela tiden blir kortare.
357. Blandningen av industrismörjmedel påverkas också av denna trend, eftersom blandare försöker minimera lagringen och basoljors/tillsatsers diversitet. Smörjmedelsblandare som iakttar höga kvalitetskrav lagrar inte basolja från olika leverantörer i samma basoljetank (inte ens om basoljorna har samma specifikationer). På grund av liten lagringskapacitet använder blandaren därför i regel en ”compliance base oil” som kan användas både för bil- och industrismörjmedel.

Basoljemarknaden styrs av de strängare kvalitetskraven

358. Logistiken vid blandningsanläggningarna ökar också kostnaderna för att byta basolja, eftersom blandningsanläggningarna i regel har optimerats för att minimera antalet lagringstankar som behövs för basoljor och tillsatser (vissa mycket stora

42. [...]*

blandningsanläggningar kan lagra mer än 30 olika basoljekvaliteter). Därför använder man ofta en ”compliance base oil”. En ”compliance base oil” kan ingå i särskilda specifikationer för ett brett sortiment produkter. Det betyder att den basolja som används för toppkvalitetsprodukter ofta också används för produkter av lägre kvalitet. Att ändra receptet på en toppkvalitetsprodukt medför omfattande receptkostnader som beror på vilken basolja som väljs för toppkvalitetsprodukten. Alternativet är att köpa ny tankkapacitet och hålla större lager, vilket kan vara dyrt, eller att specialisera sig på produktion av enbart bilmörjmedel eller enbart industrimörjmedel (även om parterna har påpekat att detta är en ny och ökande trend, påstår de att det inte finns någon särskild produktmarknad för basoljor för industri- och bilmörjmedel). Det faktum att kombinationen av basolja och tillsatser läses genom ett godkännande påverkar också förhållandet mellan blandaren och leverantören av tillsatser, eftersom ett företag som blandar smörjmedel vanligen förhandlar med tillsatsleverantörer om en hel korg av tillsatser det behöver köpa in. Om blandaren ändrar smörjmedelsreceptet genom att byta basoljeleverantörer, måste tillsatsleverantören samtycka till ett nytt (gemensamt) utvecklingsprogram. Om ett sådant samförstånd inte nås, tvingas oljeföretaget leta efter kombinationer av basolja och tillsatser som redan beviljats fullt godkännande, vilket försämrar oljeföretagets förhandlingsposition i egenskap av köpare i förhållande till tillsatsproducenten.

359. Praktiskt taget alla märkesvaror avsedda för bilar godkänns på grundval av standardspecifikationer (API, ACEA) för branschen i noggrant övervakade och dokumenterade testprogram. Uppnåendet av dessa minimistandarder för produkternas prestanda betyder endast att produkten kan användas för en viss tillämpning. Därefter är det kundens eller slutanvändarens (OEM-kundens) sak att välja godkänd produkt. De stora oljebolagen samarbetar med OEM-kunder och bidrar till deras strategiska tänkesätt, vilket kan styra deras tekniska utveckling i riktning mot kundernas specifika krav. När en OEM-kund ändrar sina specifikationer, hindrar det försäljningen av ett smörjmedel oavsett märke tills nya specifikationer uppfylls. Konkurrenter verksamma i flera regioner (Exxon, Shell, BP/Mobil) håller allt mer på att gå över till ett enda produktsortiment som täcker hela Europa (gäller både bilmörjmedel och smörjmedel för underhåll).
360. En smörjmedelsblandare har inte råd att äventyra sin konkurrensposition på grund av att lanseringen av ett nytt produktrecept på marknaden försenas därför att det tar tid att få omfattande testningsdokumentation för en ovanligare basolja. En tillsatsleverantör som har möjlighet att ta fram ett nytt produktrecept väljer i allmänhet basoljor från Exxon, BP/Mobil eller Shell. Basoljors utbytbarhet och godkännandet av färdiga smörjmedel begränsar bytet av basoljeleverantörer efter det att smörjmedelsreceptet har tagits fram. [...] ⁴³.
361. Parternas uppgifter om hur ofta kunderna byter leverantör tyder på att nationella basoljeproducenter konkurrerar om lokala blandare (både för bil- och industritillämpningar), särskilt blandare för industrin, tillsatsleverantörer [...] ⁴⁴, och lyckas ibland få ett kontrakt för förstaleverans av olja eller en stor blandare till kund på sin hemmamarknad. Exxon, och i mindre utsträckning BP/Mobil, koncentrerar sig

43. [...]*

44. [...]*

på tidsbundna kontrakt med blandare som har verksamhet i flera regioner och med OEM-kunder om förstaleverans av olja.

362. Exxon och BP/Mobil har förlorat ett antal små blandare som kunder till konkurrenter, t.ex. Total, Elf, KPI och Shell. Ibland berodde det på kvaliteten, ibland på priset, men i samtliga fall låg den vinnande konkurrentens produktionskapacitet nära kundens. Detta betyder dock inte att Exxon och BP/Mobil inte konkurrerar med priser; i några fall fick man tillbaka den förlorade kunden året därpå.
363. Även om Exxon och BP/Mobil har [...]*, förlorar de ofta i konkurrensen med Petrogal, Repsol, Cepsa, KPI, Total, Elf och i viss mån också med mindre mängder basoljor från Östeuropa. Det bör dock noteras att, såsom parterna påpekar, ”tillsatsstillverkare kan använda basoljor av relativt låg kvalitet” och att tillsatsleverantörer ibland köper in dessa volymer på spotmarknaden utöver de kontraktbaserade volymer de får från Exxon, Shell eller BP/Mobil. Eftersom tillsatsleverantörer inte har några stränga krav när det gäller godkännande eller kvalitet, konkurrerar svagare konkurrenter ambitiöst om priser (även om det leder till extra transportkostnader) för att fånga in denna efterfrågan.
364. När avtal som täcker hela Europa ingås, fångas den gränsöverskridande efterfrågan (Texaco, Fina, Castrol, Fiat lubrificanti, Fuchs ...) allt mer upp av Exxon, BP/Mobil och i mindre utsträckning Shell. Då och då förloras en del av leveranserna till en nationell basoljekonkurrent som ligger nära blandningsanläggningen (Agip i Italien, Repsol i Spanien) men oftare erövrar volymer från dessa konkurrenter. Kvalitet, leveranssäkerhet och frånvaron av godkännandebegränsningar är avgörande faktorer för dessa blandare, [...]***⁴⁵.
365. I alla händelser kan det fastställas [...]*, att Exxon fungerar som ”pendel”, eftersom företaget levererar produkter både till nationella basoljeproducenter (Elf, Total, Agip, KPI, MOH) och till BP/Mobil och Shell, när dessa producenter lider brist på produkter eller underhåller sina raffinaderier eller behöver produkter av en viss kvalitet. När marknadsläget försämras eller när produktionskapaciteten har återgått till normalnivå, faller dessa kunder tillbaka på sin interna produktion.

Följden är att mindre basoljeraffinaderier fokuserar på lokal försäljning och export

366. Beroende på deras relativa styrka (lokala marknadsledare), kan regionala, integrerade oljebolag med blandningsverksamhet få kontrakt för blandare på vissa regionala marknader (t.ex. av en OEM-kund för leverans av förstaolja till fordon som tillverkas i basoljeproducentens hemland men inte i andra länder), vara verksamma på området för industrismörjmedel eftersom de krav som ställs på dessa grundar sig på allmänna prestanda snarare än på recept, och de har uppnått en stark ställning inom försäljningen av färdiga smörjmedel.
367. Små oberoende smörjmedelsblandare skapar sig också i regel en position på nischmarknader. De är i huvudsak verksamma på området för specialtillämpningar för industrin, där konkurrensfaktorerna inte är så starkt kopplade till (integrerade)

45. ”Toll blending” innebär blandning av smörjmedel med en smörjmedelsblandares varumärke och enligt dennes specifikationer (det kan hända att blandaren saknar produktionskapacitet i den regionen).

starka positioner på området för produktion av basoljor och där den geografiska spridningen och stordriftsfördelarna är mindre avgörande. Små lokala blandare som har specialiserat sig på industrismörjmedel är mycket priskänsliga och byter basoljeleverantörer för att öka sin tyngd. Teknisk kundsupport, flexibilitet och know-how på området för specialtillämpningar är de huvudsakliga konkurrensfördelarna, och mindre, lokala raffinaderier är ofta framstående på detta område. Dessa lokala blandare har inga panregionala leverantörer; de föredrar att inleda utvecklingsprogram tillsammans med lokala tillsatsleverantörer och att ha garanterade leverantörer av basolja nära sin blandningsanläggning. Dessutom är basoljans betydelse mindre i dessa specialsmörjmedel. Till exempel priset på en specialvätska för metallbearbetning är tre gånger högre än priset på en hydraulolja för industritillämpningar. De basoljor denna metallbearbetningsvätska består av utgör 5 % av de totala produktionskostnaderna jämfört med 35 % för tillsatsmedlen.

368. Hur basoljor och tillsatser kombineras har dock en stor betydelse också när det gäller industrismörjmedel och marinsmörjmedel, trots att prestandan godkänns internt. OEM-kunder blir allt mer medvetna om de potentiella effekterna av olika basoljor. Att byta till en annan basolja skulle kräva valideringstest av många olika centrala produkter och avgörande egenskaper.
369. Utöver basoljors utbytbarhet och godkännandet av slutligt smörjmedel är läget och OEM-kundens godkännande av avgörande betydelse. Detta kan exemplifieras med ett basoljeraffinaderi, som har möjlighet att byta basoljor mellan sina olika anläggningar, men som påpekat att basoljors utbytbarhet inte automatiskt garanterar försäljning. Detta företag har bekräftat att det har en mycket begränsad försäljning på området för biltillämpningar och bara har ett fåtal godkännanden för basoljor/tillsatser. Företaget säger sig sakna regional närvaro och stordriftsfördelar och kan därför inte konkurrera med Exxon, BP/Mobil och Shell på europeisk nivå. Företaget i fråga påpekar att man allt mer förlorar andelar av den nationella försäljningen på området för biltillämpningar till Exxon och BP/Mobil på grund av OEM-kundernas allt strängare krav och utvecklingen av efterfrågan på gemenskapsnivå. Endast leveransavtal för industritillämpningar har förlängts för 1999. De påpekar också att även om de hade fullt godkännande med samtliga tillsatsleverantörer, skulle de inte kunna vinna avtal som omfattar hela EU på grund av sin lokala karaktär (transportkostnaderna inom EES är 10–12 % inklusive hantering). Endast 9 % av företagets produktion är avsedd för den paneuropeiska marknaden, och den används uteslutande i industrismörjmedel.
370. Den marknadynamik som beskrivs ovan innebär att de mindre basoljebolagen inte har något annat val än att öka sin försäljning på exportmarknaden. Det framgår av kommissionens marknadsundersökning att 20–40 % av deras nuvarande produktion säljs på spotmarknaden för export. Såsom anges ovan består en stor del av dessa volymer av tunga kvaliteter, för vilken efterfrågan är otillräcklig inom EES. Oftast sker försäljningen på spotbasis och till priser som är klart lägre än på EES-marknaden (20–30 % enligt nuvarande marknadspriser).

[...]*

371. [...]*.^{46 47 48}

46. [...]*

Konkurrenstryck som de mindre aktörerna utövar på Exxon, BP/Mobil och Shell: deras möjligheter att öka sin försäljning på EES-marknaden är begränsade

372. Såsom förklaras ovan begränsas nationella aktörers möjligheter att konkurrera med panregionala basoljeleverantörer av att de har högre transportkostnader och av att deras basoljegodkännanden är mindre omfattande. Detta begränsar dessa mindre aktörers verksamhet till att främst leverera till lokala blandare, som oftast är inriktade på industrimörjmedel, eller till att exportera sin produktion. Parterna har hävdade att det finns en stor överkapacitet på EES-marknaden för basolja, vilket begränsar möjligheterna för alla aktörer att manipulera priser eller produktion. I samband med kommissionens marknadsundersökning har konkurrenter ifrågasatt den påstådda strukturella överkapacitetens relevans som spärr mot Exxon/Mobils eventuella agerande. I själva verket finns det ingen överkapacitet på marknaden utan snarare överproduktion som inte kan säljas på EES-marknaden. Detta beror på följande faktorer:

Parterna framställer den faktiska överkapaciteten felaktigt

373. Parterna har definierat överkapacitet som skillnaden mellan nominell kapacitet och faktisk produktion. Den nominella kapaciteten verkar dock vara en otillförlitlig indikator på ett basoljeraffinaderis produktionskapacitet. I stället för att tala om överkapacitet är det mer relevant att fokusera på överproduktion (dvs. skillnaden mellan nuvarande produktion inom EES och nuvarande konsumtion inom EES).
374. För det första har parterna uppdaterat sina uppgifter om nominell kapacitet, och medgett att den nominella kapacitet som nämndes i det tidigare CO-formuläret är betydligt högre än den faktiska produktionskapaciteten. Parterna har tagit hänsyn till nedlagd produktionskapacitet och reviderat sin ursprungliga uppskattning ”mer än 30 % överkapacitet” till mindre än 24 %, även om olika uppskattningar av överkapaciteten cirkulerar⁴⁹. Dessa siffror kan ifrågasättas. Parterna har till exempel nedreviderat många av de allmänt tillgängliga uppskattningarna av den nominella kapaciteten i sina egna anläggningar men inte i konkurrenternas anläggningar. Dessutom grundar sig dessa siffror på kapacitet utan att produktionen differentieras. Konkurrenter som Nynas producerar endast naftenisk basolja (grupp V) för specifika industriella tillämpningar som inte kan konkurrera med paraffinisk basolja som används i bilmörjmedel eller i universaloljor för industriella tillämpningar (utom specifika tillämpningar såsom trycksvärta eller gummin) på grund av prisskillnader och tekniska egenskaper. Detsamma gäller de raffinaderier som producerar basoljor i grupp III eller IV.
375. Det finns många orsaker till varför nominell kapacitet är en överskattning av den verkliga kapaciteten i basoljeraffinaderier. Det beror exempelvis på flaskhalsar i produktionsprocessen och underhållsuppehåll vid raffinaderierna som sänker den effektiva produktionskapaciteten. En viktig basoljekonkurrent förklarar att eftersom ett antal gemenskapsbaserade basoljeanläggningar är gamla, tenderar den faktiska

1.

47. [...]*

48. [...]*

49. [...]*

genomsnittliga produktionskapaciteten att ligga under den nominella kapaciteten. Dessa raffinaderier drar inte längre någon nytta av att flaskhalsarna försvinner [...] ⁵⁰.

376. Parterna citerar ofta Roland Bergers studie om den europeiska raffinaderiindustrin. Ett av resultaten av hans undersökning var att raffinaderierna på grund av sina mycket höga fasta kostnader av naturliga skäl alltid producerar upp till sin maximala kapacitet. Konkurrenter till Exxon och BP/Mobil har påpekat för kommissionen att deras anläggningar utnyttjar sin maximala kapacitet (utom basoljeraffinaderier som producerar andra basoljor än basoljor i grupp I) och att det inte vore ekonomiskt möjligt att minska utnyttjandegraden i deras raffinaderier. Cepsa uppger att fastän man exporterar betydande volymer till länder utanför EES (till lägre priser än inom EES) är graden av kapacitetsutnyttjande 100 %. Enligt Cepsa är det inte ekonomiskt hållbart att minska utnyttjandet av produktionskapaciteten.
377. Den totala överproduktionen beräknad som en andel av exporten på försäljningsmarknaden är 26 %. Cirka [...] ⁵⁰ av detta överskott är dock i händerna på de samgående parterna. Tredje parters andel av överproduktionen uppgår till omkring [...] ⁵⁰ % av de samgående parternas försäljning på försäljningsmarknaden inom EES. Såsom förklaras ovan är det dock osannolikt att denna överproduktion skulle kunna tillgodose efterfrågan inom EES.

Att öka basoljeproduktionen avsedd för EES-marknaden genom omläggning av raffinaderier är ingen enkel och snabb process

378. Parterna har hävdatt att basoljeproduktionen inom EES utan kostnader kan ökas med 5–10 % genom användning av bättre råolja och genom effektivare användning av raffinaderianläggningarna. Kommissionens marknadsundersökning har avslöjat att de flesta raffinaderier inom EES redan använder de råoljor som lämpar sig bäst för produktion av basoljor. På samma sätt vore det irrationellt att vänta sig att raffinaderier inte redan har optimerat sin produktion genom att finstämna sina raffinaderier. En del av de viktigaste konkurrenterna till Exxon och BP/Mobil har påpekat att de är ansträngda när det gäller produktion av lätta basoljor.
379. Man skulle kunna påstå att vissa raffinaderier hellre skulle vidareförädla basoljor för att producera bränsle och när som helst skulle avbryta den processen och därför öka sin produktion av basoljor. Parterna har dock förklarat att vidareförädling av basoljor till bränsle inte har varit ekonomiskt hållbart de senaste tio åren.
380. Ett raffinaderi kan emellertid besluta att lägga om en del av basoljeproduktionen till bränsleproduktion; en mindre konkurrent som producerar basoljor i grupp III har påpekat att de överväger att gå över till bränsleproduktion om de (på grund av liten efterfrågan) inte kan öka produktionen av basoljor. [...] ⁵¹.
381. Valet av råolja/råvara påverkar den faktiska produktionsvolymen. Det verkar exempelvis som om mindre raffinaderier skulle anpassa sig till sjunkande exportpriser genom att använda basoljekvaliteter som ger dem möjlighet att styra råvaran till ökad bränsleproduktion och därmed mindre basoljeproduktion. Kuwait

50. [...]

51. [...]

Petroleum International (KPI), en viktig basoljekonkurrent, formulerar det på följande sätt : ”Ett raffinaderi maximerar lokala möjligheter. Efter det producerar det inte basoljor utan använder matarmolekylerna till produktion av bränsle, och utnyttjar således inte kapaciteten för förädling av basolja. Eller så kan det besluta att producera basoljan och sälja den till exportmarknaden (utanför EU-marknaden)”. En annan konkurrent: ”Vi kommer att rikta råvaran till ökad bränsleproduktion om kapacitetsutnyttjandegraden är låg”.

Exporten av basolja från EES är inte lätt att styra tillbaka till EES-marknaden

382. Basoljor som exporteras från EES kan i normala fall inte konsumeras lokalt, eftersom de inte uppfyller lokala krav. Även om de standardkvaliteter (t.ex. 150 Solvent Neutral) som erbjuds och säljs av alla europeiska raffinaderier är desamma på exportmarknaderna och inom EES, är efterfrågan på exportmarknaderna annorlunda än efterfrågan inom EES.
383. Efterfrågan på kvaliteter med hög viskositet har traditionellt varit stor i de exportregioner där man behöver motoroljor för varmare klimat, eller där konsumtionen av industrismörjmedel (tung industri på tillväxtmarknader) och processoljor (däcktillverkning) är stor. Innan den asiatiska kapaciteten började konkurrera med exporten av tunga kvaliteter, såldes dessa till ett högt pris. Konsumtionen av lätta kvaliteter inom EES har ökat i takt med att kraven på motoroljor har ökat, och samtidigt har marknadsvolymen för tunga kvaliteter ökat och efterfrågan minskat (Asienkrisen). Kvalitetsskillnaderna åskådliggörs av betydande prisskillnader mellan exportmarknaden och EES-marknaden, såsom förklaras nedan.

US-dollar per ton	Aug. 98	Sep. 98	Okt. 98	Nov. 98	Dec. 98	Jan. 99	Feb. 99	Mar. 99	Apr. 99	Maj 99
Icis 150 EES	272,5	268,7	266,0	265,0	262,3	255,6	255,0	250,0	245,0	245,0
Icis 150 Export	240,0	236,2	231,1	218,0	204,0	196,8	189,1	179,8	175,0	175,0
Skillnad	32,5	32,5	34,9	47,0	58,3	58,8	65,9	70,2	70,0	70,0
% av EES-priset	12%	12%	13%	18%	22%	23%	26%	28%	29%	29%

US-dollar per ton	Aug. 98	Sep. 98	Okt. 98	Nov. 98	Dec. 98	Jan. 99	Feb. 99	Mar. 99	Apr. 99	Maj 99
Exxon SN600	[...]*									
Mid-ICIS 500SN Export	237,5	233,7	228,6	215,5	192,1	179,3	177,5	173,6	170,0	170,0
Skillnad	[...]*									
% av EES-priset	[...]*									

384. De båda tabellerna ovan visar prisutvecklingen för två typiska basoljor inom EES jämfört med exporten av samma kvalitet. Det är slående att prisskillnaden ökar från 11–12 % av priset inom EES i augusti 1998 till 26–29 % i maj 1999. Om exporten på något sätt skulle kunna dirigeras om för att tillgodose efterfrågan inom EES, råder det ingen tvekan om att raffinaderierna inom EES skulle ha gjort det för länge sedan på grund av den långvariga prisskillnaden och i synnerhet under det gångna året eftersom prisskillnaden ökat betydligt.
385. Spotpriserna på exportmarknaden ligger betydligt under EES-priserna för vissa basoljor (t.ex. SN 150) och förutom med effekten av tidsbundna avtal och eventuella kvalitetsskillnader kan detta bara förklaras med effekter som sammanhänger med tillgång och efterfrågan. Såsom parterna har påpekat väljer ett raffinaderi att dumpa en viss volym på spotmarknaden när tankarna börjar närma sig maximal nivå och är redo att godta marknadspriser som täcker kostnaderna för att producera basoljan hellre än att ha outnyttjad kapacitet. På en marknad med överutbud skulle detta värde kunna vara lägre än de totala driftskostnaderna men ändå vara lönsamma för producenten. Det är dock viktigt att framhålla att Exxon, Shell och i mindre utsträckning BP/Mobil har mycket liten försäljning på spotmarknaden jämfört med nationella basoljekonkurrenter. Såsom konstaterades ovan är Exxons, Shells och BP/Mobils försäljning vanligen avtalsbaserad, medan konkurrenterna är inriktade på spotmarknaden. Om det finns flexibilitet i branschen som gör det möjligt att dirigera om volymer från export till konsumtion inom EES är det med det rådande överpriset på 28 % klart att denna flexibilitet inte gäller producenter som främst är inriktade på försäljning på spotmarknaden. Såsom konstateras ovan är anläggningar som raffinerar en enda basolja och som har bara ett fåtal godkännanden inriktade på lokala blandare eller också säljer de på spotmarknaden (både inom och utanför EES). I alla händelser är det bara begränsade volymer lätta kvaliteter som exporteras till länder utanför EES, eftersom dessa volymer säljs på EES-marknaden på grund av högre priser och mindre efterfrågan utanför EES. Viskositetsgraderna för de basoljevolymer som exporterades 1998 av de nio största konkurrenterna till Exxon - Mobil fördelar sig på följande sätt: lätta neutrala kvaliteter ([...]* %), medeltunga kvaliteter ([...]* %) och tunga kvaliteter ([...]* %). Vissa konkurrenter har rentav konstaterat att marknaden för lätta basoljor börjar bli allt trängre.
386. I en intern promemoria från Mobil⁵² beskrivs effekten av rationaliseringen av de lätta kvaliteterna på följande sätt: [...]*.
387. Viskositetsgraderna för de basoljevolymer som exporterades 1998 av de nio största konkurrenterna (Agip, Cepsa, DEA, Elf, KPI, Repsol, Shell, TotalFina, Petrogal) till Exxon - Mobil fördelar sig på följande sätt: lätta neutrala kvaliteter ([...]* %), medeltunga kvaliteter ([...]* %) och tunga kvaliteter ([...]* %).

52. [...]*

Trots de högre priserna inom EES kan basoljeproducenter inte öka produktionen av lätta kvaliteter för vilka efterfrågan inom EES är dubbelt större än för tunga kvaliteter. Basoljeproducenter inom EES kan inte öka sin produktion av lätta kvaliteter utan stora investeringar eftersom konkurrenterna har uppgett att de har optimerat sin produktion av Light Neutral.

388. Konkurrenterna har påpekat att flexibiliteten i produktionen av basoljor är relativt begränsad. Möjligheten att ur en viss råolja utvinna en viss viskositet är bestämd på förhand. Att välja andra råoljor än dem som för närvarande används av de stora konkurrenterna till Exxon och BP/Mobil har endast en begränsad effekt (3–5 %) på produktionen av lätta kvaliteter. Ett byte av råolja förutsätter också att raffinaderiet har tillräcklig ledig kapacitet för smörjmedlet. Om så inte är fallet krävs det en investering på cirka 50 miljoner US-dollar (siffrorna grundar sig på konkurrenternas uppskattningar).
389. Produktionen av lätta kvaliteter kan ökas genom att ändra tunga matarmolekyler till lätta, vilket förutsätter uppförandet av en hydrocrackningsenhet (en investering på ca 100 miljoner US-dollar).
390. Parterna har pekat på möjligheten att använda lämpligare råvara för smörjmedel. Konkurrenter har påpekat att de ekonomiska effekterna av ett sådant tillvägagångssätt är mycket negativa, eftersom råvara som lämpar sig för smörjmedel kostar 10 US-dollar mer per ton än vanlig råvara (som används i bränsleraffinaderier). Om man antar att lätt basolja kan utvinnas ur 20 % av råvaran, leder detta i produktionen av lätt basolja till ett underskott på närmare 50 US-dollar per ton, vilket minskar bruttomarginalerna med cirka [...] %⁵³. Till detta bör läggas kostaderna för transport av råvaran till smörjmedlet och de förlorade inkomsterna av försäljningen av Heavy Neutral. Flera konkurrenter har påpekat att de inte kan hitta råvara till smörjmedel utan att åsamkas ekonomiskt ohållbara transportkostnader.
391. Flyktigheten är en annan faktor. Ett raffinaderi har två val: att förbättra Noack-flyktighetsfaktorn (vilket den nyaste generationen av smörjmedel kräver) till priset av en produktivtetsminskning på minst 10% på grund av intensivare förädling eller att exportera en produkt med mindre stränga flyktighets-specifikationer till en mindre kvalitetskrävande exportmarknad. En viktig basoljekonkurrent uttrycker det på följande sätt : *”De begränsningar som flyktigheten innebär för 150 SN leder till en minskning av den volymetriska produktionskapaciteten för dessa kvaliteter och inte till överkapacitet”*.
392. Det är möjligt att vissa raffinaderier väljer att producera lätta neutrala kvaliteter av betydligt bättre kvalitet än Exxon och BP/Mobil och därmed minska sin produktion av lätta kvaliteter. Å andra sidan har parterna i sitt CO-formulär betonat att Cepsa, Repsol och Petrogal garanterar/marknadsför lågflyktiga lätta basoljor och att detta är dessa raffinaderiers styrka. Kommissionens slutsats är att dessa producenter inte skulle välja att producera sådana lågflyktiga lätta kvaliteter om det inte fanns en efterfrågan för detta och att flyktighet är en viktig faktor vid bedömningen av möjligheten att öka produktionen av lätta kvaliteter.

53. [...]*

393. Det som anförts ovan visar att överproduktion på basoljemarknaden förekommer främst i fråga om de tyngre basoljorna, som inte konkurrerar på den europeiska marknaden för biltillämpningar. Raffinaderierna kör med full kapacitet eller producerar åtminstone den kvalitet som krävs upp till sina anläggningars kapacitet. En fortsatt övergång till basoljor i grupp III kan leda till att ineffektiva basoljeanläggningar läggs ned snarare än att det uppstår överkapacitet, och en ökad produktion i tidigare importländer utanför Europa kompenseras av en minskad kapacitet i Europa. Eftersom efterfrågan på basoljor i grupp III för närvarande är marginell, kommer den nuvarande produktionskapaciteten för grupp III inte att ökas, vilket åskådliggörs av Nestes nya anläggning som utnyttjar bara en bråkdel av sin kapacitet. Exxon, BP/Mobil och Shell har en betydande kapacitet på försäljningsmarknaden, och om regionala aktörer har överkapacitet, skulle godkännandereglerna och den begränsade geografiska spridningen begränsa deras möjligheter att konkurrera på europeisk nivå.
394. Exporten har minskat på grund av Asienkrisen och uppkomsten av ny kapacitet i tidigare exportdestinationer. Samtidigt som Shell och BP/Mobil har tagit i bruk anläggningar med stor kapacitet i Asien (Singapore) har tre anläggningar inom EES lagts ned, vilket minskar kapaciteten i EES med mer än 7 %. Den överkapacitet som den minskade exporten till länder utanför EES har gett upphov till har således vägts upp av att produktionskapacitet inom EES har lagts ned.

Marknadspriser och marginaler samt effekten av överkapacitet

395. På grundval av den information som parterna har lämnat kan det fastställas att basoljepriserna inom EES har varit mer eller mindre stabila de senaste tio åren. Utvecklingen av bruttomarginalerna som procentandel av försäljningspriset visar att det inte har förekommit någon nedåtgående trend under de tio senaste åren. Den bruttomarginal som Exxon beräknat för SN150 och SN600 höll sig kvar i intervallet [...]*. När man jämför bruttomarginaler och kostnader för perioden [...]*, framgår det att korrelationen är hög mellan deras storlek och också mellan deras absoluta variationer. Priserna har med andra ord påverkats marginellt av variationer i kostnaderna under den perioden. Detta är inte typiskt för en marknad som påstås ha en betydande överkapacitet. På en marknad med överutbud skulle man snarare vänta sig att minskade kostnader omedelbart skulle följas av lägre priser. Med andra ord, även om det finns överkapacitet påverkar den Exxon i betydligt mindre utsträckning än Exxons konkurrenter, som vad kostnaderna beträffar placerar sig i Solomons tredje och fjärde kvartil.
396. [...]***⁵⁴.
397. [...]***⁵⁵.
398. [...]***⁵⁶.

54. [...]*

55. [...]*

56. [...]*

Exxons unika ställning

399. Exxons anläggning i Augusta (på Sicilien) producerar främst för avtalsbaserade kunder på exportmarknaderna. [...]*
400. [...]***⁵⁷.

Transaktionens påverkan på konkurrensen på basoljemarknaden

Marknadsstrukturen efter koncentrationen

401. Efter koncentrationen skulle Exxon och BP/Mobil ha en kombinerad marknadsandel på [40–50]* % och [40–50]* %, beroende på om den beräknas utifrån den nominella kapaciteten eller parternas möjligheter att sälja på försäljningsmarknaden (se tabell ovan). Deras närmaste konkurrent skulle bli Shell med en marknadsandel på omkring 18 % (på grundval av nominell kapacitet) och 10–14 % på grundval av försäljning till tredje part. Total och Agip skulle ha marknadsandelar på mindre än 8 %. Övriga konkurrenter skulle ha marknadsandelar på mindre än 5 %.
402. Parterna har påpekat att ett antal nationella integrerade basoljeproducenter har betydande kapacitet tillgänglig för försäljningsmarknaden. Med stöd av sin starka konkurrensställning skulle de därför lätt och snabbt kunna vidta åtgärder mot alla försök från parterna att försöka höja priserna efter koncentrationen. De tillägger att koncentrationen inte skulle leda till att en dominerande ställning uppkommer eller förstärks, eftersom marknaden kännetecknas av en betydande strukturell överkapacitet, som utgör [...]*** % av den nominella kapaciteten. Parterna påpekar också att användningen av kapaciteten till produktion av basoljor av bättre kvalitet i grupp III rentav ökar den tillgängliga kapaciteten för grupp I. Likaså hävdar parterna att exporten från EES skulle styras tillbaka till EES för att man skall kunna dra nytta av prishöjningen.
403. Såsom förklaras i avsnitten ovan har inget av dessa påståenden bekräftats genom kommissionens marknadsundersökning.

De samgående parterna skulle kunna höja sina priser eller utöva press i prishänseende

404. Shell är det enda oljebolaget som eventuellt skulle kunna ha ett återhållande inflytande på Exxon/Mobils agerande. Enligt informationen från marknadsaktörerna är Shells basoljestrategi inriktad på produktion för eget bruk, och dess kapacitet på försäljningsmarknaden skulle vara otillräcklig för att kunna utgöra en motvikt mot Exxon/Mobils kombinerade marknadsstyrka. Dessutom har Shell och Exxon gemensamma intressen i och gemensam kontroll över flera företag, särskilt tillsatstillverkaren Infineum. Shell har uppgett att en prishöjning på 5 % vore ett otillräckligt incitament för att överväga en ökning av basoljeproduktionen. Shells policy på basoljeområdet är att först tillgodose sina interna leveransbehov. Lönsamheten för den återstående produktionen bedöms med utgångspunkt i den verksamhet som omfattar kombinationen bränsle-smörjmedel och den stödjer sig

57. [...]***

kraftigt på specialproduktion (vita oljor, fetter och vaxer) och processoljor. Shell skulle därför följa prisledaren i basoljeproduktionen.

405. Exxon skulle straffa sina konkurrenter om dessa motsatte sig Exxons prisändringar. [...]*. Risken för att marknadspriset skulle sjunka på grund av ett sådant agerande från Exxon skulle kunna avskräcka konkurrenterna från att aggressivt bjuda under Exxons priser.
406. Basoljekonkurrenter har uppgett att om priserna stiger, kommer de att följa prisledaren (till rådande marknadspriser). Parterna har lyft fram frågan om överkapaciteten inom EES, men konkurrenter på basoljeområdet har inte bekräftat detta. De viktigaste konkurrenterna (med flera godkända färdiga smörjmedel, t.ex. Shell, Total, DEA, KPI) har alla uppgett att de inte har utnyttjad kapacitet eller export med vilken de skulle kunna konkurrera lönsamt på EES-marknaden. Detta åskådliggörs ytterligare av Totals förvärv av Fina. [...]*. Total har uppgett för kommissionen att även om det har mer kapacitet än det behöver för sin interna försäljning på EES-marknaden, har det inte tillräcklig kapacitet för lätta basoljor och det kan inte öka sin produktionskapacitet för lätta kvaliteter utan stora investeringar. Därför är det kommissionens uppfattning att Total inte kommer att kunna leverera basoljor för Finas blandningsverksamhet.

Kunderna har en begränsad marknadsstyrka

Begränsade alternativ

407. Parterna har hävdade att de inte skulle kunna utöva någon marknadsstyrka, eftersom efterfrågan från smörjmedelsblandarna är koncentrerad och krävande. Detta argument kan dock inte godtas, eftersom de större smörjmedelsblandarna inte skulle ha något annat val än att gå till antingen Exxon - BP/Mobil eller Shell. Före koncentrationen kunde smörjmedelsblandarna spela ut en av de tre mot de övriga, men denna möjlighet försvinner efter koncentrationen då Exxon - BP/Mobil dominerar marknaden. Stora smörjmedelsblandare har tydligt angett att kvalitet och leveranssäkerhet går före pris och att de i regel begränsar antalet leverantörer till två eller högst tre i sin panregionala verksamhet. Efter koncentrationen har de inte mycket att välja mellan, eftersom Shell bara har begränsat med kapacitet på försäljningsmarknaden som inte redan är bunden till tidsbundna avtal.
408. Konkurrerande blandare har uppgett att om Exxon BP/Mobil höjde sina priser med fem procentenheter, skulle de ha svårigheter att byta basoljeleverantörer av ovan anförda skäl. Alternativet att byta både basoljeleverantör och tillsatsleverantör skulle övervägas, eftersom man skulle kunna göra anskaffningar hos flera tillsatstillverkande företag för att samla godkända kombinationer. Detta skulle dock inte kunna ske snabbt, särskilt inte med beaktande av den tid som behövs för att bli av med befintliga tillsatser, bygga upp ett nytt lager och få OEM-godkännanden. Basoljekonkurrenter har beräknat att det kommer att ta mellan 12 och 18 månader och kosta 300 000–700 000 euro. I praktiken skulle blandaren godta prishöjningen och börja ta fram ett helt nytt recept om den väntade försäljningsvolymen skulle kompensera för den FoU-budget som behövs. Smörjmedelsblandare skulle vara klämda mellan smörjmedelskunderna och de högre priserna för basoljor med beaktande av att det verkar råda konkurrens på smörjmedelsmarknaden.

De reformer ATIEL föreslår har sannolikt ingen inverkan på marknaden

409. Parterna har gjort gällande att ATIEL:s regler om basoljors utbytbart (och därmed hur lätt basoljor kan bytas ut i smörjmedelsrecept) kommer att ändras 1999. De ändringar som föreslagits för ATIEL skulle göra det möjligt för mindre basoljeproducenter att bygga upp sinsemellan utbytbara basoljepaket. Det stämmer att ATIEL, en handelsorganisation med ett stort antal smörjmedelsföretag som medlemmar, har bestämt att dess riktlinjer för basoljors utbytbart skall ses över. Denna översyn begärdes för några år sedan av de nationella raffinaderierna och smörjmedelsblandarna. Översynen verkar ha motiverats med påståendet att anläggningar som förädlar flera basoljor har en betydande fördel i fråga om paneuropeiska leveranser jämfört med anläggningar som bara förädlar en basolja. Eftersom översynen ännu inte har genomförts, anser kommissionen att bedömningen av den planerade koncentrationen måste grunda sig på de gällande kraven i ATIEL:s riktlinjer för basoljors utbytbart snarare än på en eventuell framtida översyn.
410. Det är fortfarande faktiskt mycket osannolikt att dessa ändringar kommer att bli verklighet. ATIEL företräder smörjmedelssektorn och består av representanter för oberoende smörjmedelsblandare och nationella integrerade oljebolag. De panregionala integrerade oljebolagen (Exxon, BP/Mobil och Shell) utgör en minoritet, och ändringarna av reglerna kräver ett enhälligt beslut. Det faktum att en begäran om ändring av ATIEL:s regler lämnades in redan för tre år sedan visar tydligt att processen för att nå fram till en överenskommelse har varit lång och mödosam och ännu inte slutförts. Även om förslaget antas enhälligt, måste det ännu antas av ATC och ACEA. Inga betydande problem väntas komma från ATC (tillsatsleverantörer), men ACEA (som företräder OEM-kunder) kommer att kräva bevis på att en ändring av ATIEL:s regler inte kommer att inverka negativt på det färdiga smörjmedlets kvalitet (och därmed produktens tillförlitlighet) vilket kan hindra ett snabbt genomförande (eller rentav godkännande) av de föreslagna ändringarna.
411. Kommissionen tror inte att ett eventuellt underlättande av bytet av basolja kan vara någon betydande faktor vid bedömningen av marknads funktion, även om ändringarna godkänns helt i linje med förslaget (mot ett system där två eller flera företag skulle kunna genomföra test tillsammans för att kunna kräva ömsesidig utbytbart). De stora europeiska motortillverkarna har kommit överens om att via sin representation i ACEA anta vissa tekniska minimispecifikationer för bensin- och dieselmotorer, där frågan om basoljors utbytbart omfattas av ATIEL:s regler. I Europa använder ungefär hälften av OEM-kunderna API:s specifikationer och den andra hälften ACEA:s specifikationer, eftersom japanska och amerikanska tillverkare i regel använder API:s specifikationer medan europeiska tillverkare förlitar sig på ACEA. I bilar som inte tillverkas i Europa förlitar man sig därför på smörjmedel enligt API:s specifikationer, och blandare av bilsmörjmedel måste därför få bådas godkännande för att kunna sälja tillräckligt stora volymer på marknaden. I själva verket använder nästan alla tillverkare av bilsmörjmedel API:s specifikationer, eftersom konsumenterna antas känna bättre till API:s specifikationer. Tillsatsleverantörer har påpekat att smörjmedel som godkänts av ACEA i regel inte marknadsförs ensamma utan att de också har andra godkännanden. Bilsmörjmedel måste följaktligen uppfylla båda förutsättningarna för godkännande för att uppnå en tillräcklig volym på marknaden. De föreslagna ändringarna skulle därför bara påverka EES-marknaden för förstaoljor, där Exxon (och i mindre utsträckning BP/Mobil) har

en mycket stark närvaro. Nationella basoljeproducenter/smörjmedelsblandare väntar sig att mindre stränga ATIEL-regler till slut skall leda till en gemensam ACEA-API-standard, även om ingenting ännu har åstadkommits (eller ens planerats) på denna nivå. Eftersom API ändrar sina specifikationer vartannat år, kommer situationen med godkännandekrav och bristen på utbytbarhet för basoljor att förbli oförändrad.

412. Dessutom är de tekniska specifikationer som ACEA ålägger endast ett minimikrav. Enskilda OEM-kunder ställer strängare krav. Exempelvis Ford har sina egna produktspecifikationer som leverantörer måste uppfylla inte bara inom EES utan i hela världen. Dessa specifikationer grundar sig på API. Volkswagen, för att nämna ett annat exempel, använder bara API-standarder.

Utövande av marknadsstyrka

413. Den utveckling som beskrivits ovan berättigar slutsatsen att Exxon och BP/Mobil kommer att ha en dominerande ställning på EES-marknaden för basoljor. Marknadsundersökningen har visat att koncentrationen inte kommer att skapa eller förstärka en dominerande ställning på marknaden för tillsatser eller färdiga smörjmedel. Det sammanslagna företaget Exxon-BP/Mobils utövande av sin marknadsstyrka på basoljemarknaden och den redan starka ställningen för Infineum på marknaden för tillsatser kan leda till en starkare ställning på marknaden för färdiga smörjmedel. Med tanke på den framtida utvecklingen av nya generationer av smörjmedel kan en sådan kontroll över leveranskedjan för smörjmedel till och med leda till en situation där konkurrensen hämmas avsevärt.
414. Efter koncentrationen skulle det sammanslagna företaget Exxon-BP/Mobil kunna använda sin dominerande ställning på marknaden för basoljor genom olika strategier. Exxon/BP-Mobil skulle till exempel kunna ha ett incitament att använda sin dominerande ställning på basoljenivå för att öka kostnaderna för oberoende konkurrenter på smörjmedelsmarknaden. För att göra detta skulle företaget kunna sätta press på mindre aktörer genom att höja priset på basolja, genom att standardisera allt fler produkter vilkas recept godkänns på grundval av Exxon/BP-Mobils basolja och Infineums tillsatspaket eller till och med genom plötsliga prishöjningar, kombinerad försäljning av basolja och tillsatser samt genom att begränsa försäljningen av råmaterial. Shell skulle också dra nytta av en sådan strategi, eftersom det skulle stärka och konsolidera Shells ställning på smörjmedelsnivå. Små basoljeproducenter skulle inte kunna vidta motåtgärder, eftersom deras basoljor inte används som referens av tillsatsleverantörerna. Även om de har internationell verksamhet måste de anskaffa basoljor från olika källor (egen produktion i vissa länder, men konkurrenters basoljor i andra länder), vilket tvingar dem att satsa mer tid och pengar på godkännanden (både API/ACEA:s och OEM-kunders) och försvagar deras konkurrensposition.
415. Efter koncentrationen skulle det kombinerade Exxon-BP/Mobil kunna ha ett större incitament att utmana en föränderlig basoljemarknad genom att erövra marknadsandelar av nationella integrerade oljebolag till exempel genom låga priser. Shell verkar kunna anpassa sig till låga priser, men de övriga aktörerna skulle kanske tvingas styra sin försäljning till exportmarknaden på grund av liten efterfrågan inom EES. Detta skulle undergräva de nationella aktörernas konkurrensposition och öka trycket på branschen att lägga ned föråldrade basoljeraffinaderier, eftersom det inte skulle vara ekonomiskt lönsamt för en del anläggningar att fortsätta driften.

Nedläggning av kapacitet skulle eliminera den nuvarande faktiska överkapaciteten. Om en sådan strategi bär frukt, kan Exxon-BP/Mobil höja sina priser igen efteråt.

416. Genom att kombinera sin styrka på basoljemarknaden ([40–50]* %) och på marknaderna för smörjmedel ([20–30]* %), skulle Exxon-BP/Mobil kunna utvidga sin dominerande ställning på basoljemarknaden till att även omfatta tillsatser och smörjmedel. Den sammanslagna enheten skulle kunna erövra utvecklingen av nya smörjmedel och etablera nära relationer till OEM-kunder och tillsatstillverkare, vilket i sin tur skulle hindra deras konkurrenter från att komma in på marknaden.
417. Marknaden för tillsatspaket avgörs av marknaden för färdigprodukter som innehåller sådana tillsatser: marknadsstyrka utövas genom att koncentrera leveranskedjan för smörjmedel. Eftersom tillsatspaket i allt högre grad är bundna till en viss basolja för att ge den högre prestanda som OEM-kunder kräver, är överkapacitet när det gäller basolja inte längre någon garanti för att det råder konkurrens på marknaden. Oberoende blandare skulle allt mer använda Exxon-BP/Mobils och möjligen Shells basoljor, eftersom dessa lätt kan testas och godkännas av tillsatsleverantörer. Det skulle bli dyrare att utveckla blandningar av tillsatser och andra basoljor, eftersom tillsatstillverkare inte längre skulle kunna vara säkra på att dessa basoljor ger tillräckliga försäljningsvolymmer.
418. Smörjmedelsblandarna skulle i allt större utsträckning tvingas finansiera utveckling, testning och godkännande av andra basoljor än Exxon-BP/Mobils. Detta steg i utvecklingen av smörjmedel, som annars (del)finansieras av tillsatsleverantören, skulle åsamka blandarna betydande kostnader. Små oberoende blandare skulle vara de som drabbas först och försvinna från marknaden. Nationella integrerade blandare skulle begränsa sin verksamhet till sina hemländer. Blandare med hög lönsamhet, till exempel Castrol, Fuchs eller Texaco, skulle också påverkas av ökande kostnader och de skulle nå en punkt där de inte längre skulle kunna konkurrera med Exxon-Mobil och Shell med pris. Deras budget för FoU och marknadsföring skulle minska, vilket skulle befästa Exxon-BP/Mobils ställning som marknadsledare.

Slutsats

419. På grundval av det som anförs ovan kan man dra slutsatsen att transaktionen leder till uppkomsten av en dominerande ställning på EES-marknaden för basolja.

Tillsatser

420. Marknaden för tillsatser är mycket koncentrerad: de fem ledande leverantörerna har 86 % av världsmarknaden (och över 90 % av marknaden för tillsatser avsedda för motoroljor). Lubrizol och Ethyl (etta respektive trea på marknaden) begränsar sin verksamhet till tillsatser. Texaco (nummer 5) har sitt eget tillsatsföretag men saknar basoljeproduktion, och fyran Chevron (Oronite), marknadsför bara smörjmedel i Europa. Infineum ligger på andra plats och bildades i början av 1998 genom en sammanslagning av Shells och Exxons verksamhet på området för tillsatser. Samtliga fem tillverkare levererar både DI-paket och viskositetsindexförstärkare. Även om Mobils begränsade ([...]* %) andel av tillsatsmarknaden inte förstärker Infineum i någon betydande utsträckning, bör det noteras att Infineum efter koncentrationen kommer att ha direkta kontakter till alla panregionala basoljeproducenter som har överkapacitet på försäljningsmarknaden för godkända bilsmörjmedel. Med hänsyn till

den begränsade överlappningen kommer koncentrationen inte att skapa eller förstärka en dominerande ställning på marknaden för tillsatser eller färdiga smörjmedel.

Smörjmedel

421. I nuläget, där konkurrens råder, finns det flera stora aktörer som konkurrerar med varandra på europeisk nivå. Dessa marknadsaktörer är antingen vertikalt integrerade företag, såsom de anmälade parterna, eller oberoende blandare såsom Castrol eller Fuchs. Både Exxon och Mobil har en betydande smörjmedelsverksamhet och utsätts för konkurrens från (nationella) integrerade oljebolag, till exempel Agip, TotalFina, Elf, Repsol, Statoil, Nynas, Texaco, Shell (som bör ses som världens största tillverkare av bil- och industrismörjmedel) och oberoende smörjmedelsföretag såsom Castrol, Fuchs/DEA.
422. Exxons andel av EES-marknaden för färdiga bilsmörjmedel år 1996 var 10 %, medan BP/Mobils andel (tillsammans) var 13 %. Enerfinance uppskattar att Shell hade 13 %, Castrol 7 %, Elf 6 % och TotalFina 6 % av marknaden under samma period. Exxons andel av EES-marknaden för färdiga industrismörjmedel år 1996 var 8 %, medan BP/Mobils andel (tillsammans) var 17 %. Enerfinance uppskattar att Shell hade 11 %, Castrol 6 %, AGIP 6 %, KPC 4 %, Elf 3 % och TotalFina 5 % av marknaden under samma period.
423. På marknaden för marinsmörjmedel är Shell marknadsledare med 21 %. Exxon (12 %) och Mobil (18 %) har en omfattande verksamhet. BP har en marknadsandel på omkring 14 %. Castrol, Elf och Texaco har vardera en andel på cirka 10 %.
424. Även om parterna genom kombinationen av Exxons effektivitet och Mobils starka varumärken kommer att bli den överlägset största blandaren och marknadsföraren av smörjmedel, kommer koncentrationen inte att leda till uppkomsten av en dominerande ställning, utom genom att de drar nytta av sin dominerande ställning på basoljemarknaden. Konkurrensen inom smörjmedelsindustrin kommer sannolikt att fortbestå tack vare konkurrenter som Shell, Castrol, TotalFina eller Elf. Dessutom kommer kunder såsom distributörer eller OEM-kunder sannolikt att få ett ännu större inflytande och en ännu starkare ställning som köpare i framtiden.

E. RAFFINERING OCH MARKNADSFÖRING AV BRÄNSLE (OLJA I SENARE MARKNADSLED)

ALLMÄNT

425. Verksamheten i senare marknadsled omfattar raffinering av råolja samt marknadsföring och distribution av raffinerade produkter för slutanvändare.

Leveranskedjan

Raffinering

426. Raffinering av råolja består i regel av följande processer: *i)* fraktionering av råolja till hydrokarbonkomponenter, *ii)* konvertering, där produkternas kemiska natur ändras, *iii)* vidarebehandling, där mängden oönskade ämnen eller typer av specifika molekyler minskas till godtagbara nivåer och *iv)* blandning, där olika raffinerade produkter kombineras till färdiga produkter som motsvarar de specifikationer som marknaden kräver.
427. Raffinerade produkter klassificeras ofta som lätta destillat (gasol, motorbensin, nafta), mellandestillat (dieselolja, gasolja, fotogen), och tunga produkter (eldningsolja och bitumen).

Försäljning och marknadsföring av raffinerade produkter

428. Raffinerade produkter säljs antingen via distributionskanalen för detaljhandeln eller via distributionskanalen för grossisthandeln. Detaljhandelsförsäljning innebär försäljning till bilister på bensinstationer. Produkter som säljs via detaljhandeln är motorbensin och dieselolja. I vissa länder distribuerar detaljhandelskedjorna också gasol avsedd för bilar.
429. Grossistförsäljning består av partiförsäljning till tre kategorier av kunder: oberoende detaljister (föreståndare för bensinstationer som inte hör till en märkeskedja, t.ex. stormarknader), andra självständiga återförsäljare, industrikunder och kommersiella kunder (sjukhus, biluthyrningsfirmor, fabriker). Leveranserna sköts av raffinaderier eller andra marknadsförare som har tillgång till stora volymer raffinerade produkter på grund av att de äger antingen en produktionsanläggning (ett raffinaderi) eller en stor lagringsanläggning (terminal) i närheten.
430. Försäljningen från raffinaderier består av stora volymer som raffinaderierna säljer på spotbasis till andra oljebolag, tradinghandlare, återförsäljare och stora industrikunder. I dessa transaktioner är det i regel fråga om *unna tantum*-inköp (dvs. engångsleveranser) av fraktpartier (1–3 kilotonns pråmar eller tankerpartier på upp till 20 kiloton), och priset fastställs på grundval av marknadsnoteringar. Partierna skall avhämtas från raffinaderierna. Raffinaderiförsäljningen riktar sig till ”fraktmarknaden”, som man säger inom branschen. Eftersom dessa transaktioner vanligen omfattar stora kvantiteter raffinerade produkter som kan transporteras långa sträckor på grund av de relativt låga transportkostnaderna, ligger fraktmarknadspriserna på nästan samma nivå i hela världen. Dessa priser publiceras dagligen av organisationer såsom Platt's och Petroleum Argus, vilket gör det möjligt för köpare att förhandla utifrån aktuella prisuppgifter.

Transport av raffinerade produkter

431. Raffinerade produkter som säljs från raffinaderier till fraktmarknaden hämtas med tankers eller pråmar. Transporten och den fysiska distributionen av raffinerade produkter sker i tre olika steg: *i*) transport av raffinerade produkter från oljeraffinaderier till distributionsterminaler längs vattenvägar, rörledningar och med järnväg (primärdistribution); *ii*) lagring av bulkbränsleprodukterna vid distributionsterminaler, därefter lastning på distributionsfordon; och *iii*) transport och leverans till kunder främst med lastbil, men också med tåg och pråmar (sekundärdistribution). Det finns flera självständiga aktörer på samtliga nivåer, och de som anlitar dessa tjänster har ett stort antal konkurrenskraftiga alternativ att välja mellan.

Logistik

432. Distributionsterminalerna är ett viktigt led i distributionen av bränsleprodukter till slutkonsumenterna. Oljebolagen har vanligen lagerdepåer över hela landet och rörledningar för att säkra punktliga leveranser till kunderna, inklusive bensinstationer. Det finns emellertid också lager som ägs av oberoende terminalföretag, som hyr ut lagringskapacitet till alla intresserade parter för kortare och längre tid. Det finns i allmänhet två typer av lagerdepåer, dels stora terminaler med en kapacitet på mer än 50 000 m³, dit leveranserna sker med mycket stora transportmedel (rörledningar, fartyg, pråmar, tankvagnar), dels mindre, perifera depåer som säkerställer distributionen av mindre kvantiteter bränsle till slutdestinationen med sekundära transportmedel (långtradare och pråmar).

Konkurrensläget

433. Oljesektorn kännetecknas i det senare marknadsledet av många vertikalt integrerade oljebolag som är verksamma inom raffinering samt inom grossist- och detaljhandel med raffinerade produkter. Varje segment inom bränslesektorn i det senare marknadsledet omfattar emellertid också flera oberoende icke-integrerade företag.
434. Särskilt vad gäller detaljhandeln med motorbränsle kännetecknas konkurrensläget av att det finns tre huvudkategorier av operatörer:
- i*) de traditionella, vertikalt integrerade oljebolagen, som är verksamma på alla nivåer i kedjan, framför allt inom raffinering, grossistförsäljning och detaljhandel. Inom denna kategori kan man ytterligare särskilja de stora, det vill säga de vertikalt integrerade multinationella bolagen som alla är verksamma i de flesta EES-länder (Exxon, Shell, BP/Mobil), de mellanstora aktörerna, det vill säga mindre multinationella bolag med verksamheten koncentrerad till några EES-länder (Total, Texaco) och de nationella ledarna, det vill säga vertikalt integrerade nationellt baserade företag med en mycket etablerad ställning i sina respektive ursprungsländer (Elf, Agip).
- ii*) de oberoende återförsäljarna, det vill säga de aktörer som är verksamma endast på detaljnistnivå och gör sina anskaffningar av motorbränsle hos raffinaderier och andra tradinghandlare. ”Vita bensinstationer” är ett exempel på oberoende återförsäljare. De är i allmänhet anläggningar med mindre försäljningsvolym (jämfört med genomsnittet i branschen) som ägs och drivs av återförsäljare men tidigare ägdes av stora oljebolag. Aktörer som driver ett eller flera försäljningsställen förvärvar dessa anläggningar och fortsätter, med små investeringar, att driva dem som vita stationer.

iii) Stormarknader och snabbköp, som inte hör till de traditionella detaljhandlarna när det gäller försäljning av motorbränsle. Även om de uppvisar likheter med traditionella oberoende återförsäljare, skiljer de sig från sådana konkurrenter i vissa avseenden. I typfallet är stormarknaderna stora detaljhandlare med massförsäljning av livsmedel och andra konsumtionsvaror, med ett försäljningsställe för motorbränsle i anslutning till sitt parkeringsområde. Till skillnad från de flesta andra oberoende återförsäljare betraktar stormarknaderna i allmänhet inte försäljningen av motorbränslen som en del av sin kärnverksamhet, utan som en extraservice de erbjuder sina kunder eller som ytterligare ett sätt att locka kunder till sina affärer. På grund av det stora antalet kunder uppnår de vanligen en avsevärd omsättning och de konkurrerar i allmänhet med priser. Slutligen är de, till skillnad från många sedvanliga oberoende återförsäljare, vanligen verksamma i tätbefolkade områden och inte på landsbygden.

435. Bensinstationer för detaljförsäljning av motorbränsle kan ägas eller leasas av det levererande bolaget (COSS) eller av oberoende återförsäljare (DOSS). COSS-kanalen kan ytterligare delas in i två olika typer av bensinstationsföretagare:

i) ***bolagsdrivna/handlarstationer*** (COCO), stationer som sköts av anställda vid företaget mot lön eller av ombud mot provision. I båda fallen behåller det levererande bolaget äganderätten till de bränslen som lagras på bensinstationsområdet samt fastställer bensinpriserna. ii) ***Fristående licensinnehavare/hyresgäster***, stationer som drivs av oberoende licensinnehavare som köper motorbränslen av ett visst märke (CODO).

DOSS-kanalen kan också delas in i två kategorier:

i) ***återförsäljardrivna***, det vill säga privatägda bensinstationer där det levererande bolaget säljer bränslen till återförsäljaren;

ii) ***agenturdrivna***, dvs. privatägda bensinstationer där ägaren säljer det levererande bolagets bränsle.

Vid CODO- och DODO-stationerna kan återförsäljaren i princip fastställa priserna vid pumpen, eftersom han äger det bränsle som säljs på stationen. Det levererande bolaget har dock vanligen en mycket sträng kontroll över prissättningspolicyn vid dessa bensinstationer, främst genom mekanismer för ekonomisk kompensation som är avsedda att täcka återförsäljarens förluster, om bolaget vill sänka priset vid pumpen. Dessutom är avtalsförhållandet mellan den oberoende återförsäljaren och det levererande bolaget sådant att återförsäljaren i regel går med på att sälja bränsle till det pris vid pumpen som bolaget rekommenderar.

Produktmarknad

Detaljhandel med motorbränslen

436. Detaljhandeln med motorbränslen omfattar försäljning av motorbränslen till bilister via märkesstationer och via stationer som inte hör till en märkeskedja. De produkter som säljs mest är bensin och dieselolja. På efterfrågesidan finns det ingen utbytbarhet mellan dessa produkter, eftersom bilisterna måste använda den typ av bränsle som lämpar sig för deras fordon. Däremot finns det utbytbarhet på utbudssidan eftersom driften vid raffinaderierna kan läggas om för produktion av olika typer av bränsle. Det finns en betydande flexibilitet som grundar sig på kvaliteten på den råolja som kommer in till raffinaderierna och på raffinaderiets struktur. På distributionsnivå finns båda produkterna alltid att få på samma försäljningsställen. Dessutom sammanfaller marknadsandelarna för båda bränsletyperna i stort sett med den totala

marknadsandelen. I detta ärende anses det därför att den relevanta produktmarknaden i detaljistledet utgörs av detaljhandeln med motorbränslen, och den behöver inte särskiljas ytterligare.

Detaljhandel med motorbränsle vid tullbelagda motorvägar

437. I vissa länder kan detaljhandeln med bränsle vid motorvägarna betraktas som en separat produktmarknad. En sådan distinktion grundar sig på de annorlunda konkurrensvillkor som kännetecknar motorvägar. För det första är efterfrågan bunden, eftersom de bilister som rör sig längs motorvägar vanligen inte känner det område de kör igenom. Därför är möjligheten att lämna motorvägen för att köpa bränsle på en bensinstation som ligger vid sidan om mycket begränsad. För det andra väljer bilisterna motorvägar för att kunna köra fortare, och är därför inte så benägna att slösa tid på tankning. Betalningen av vägtullar är en annan faktor som ytterligare avskräcker bilister från att avvika från motorvägen och köpa bränsle på bensinstationer vid sidan om motorvägen. I allmänhet betalar bilisterna vägtull i utbyte mot snabbhet, vilket gör dem ännu mindre benägna att lämna motorvägen för att tanka. En tydlig indikation på att motorvägar kan utgöra separata marknader är att priserna vid pumpen i allmänhet är högre än längs vanliga vägar.

Grossistförsäljning

438. Grossistförsäljningen av bränsle kan inte på samma sätt ses som en helhet. De olika bränslena levereras för olika ändamål till olika typer av kunder. Distributionskanalerna kan också variera betydligt, eftersom leveransen av eldningsolja till ett kraftverk skiljer sig från leveransen av gasol till hushåll för uppvärmningsändamål. Dessa distributionskanaler kräver andra investeringar än detaljförsäljningen av bränsle. Beträffande de två bränslen som säljs i betydande mängder på såväl detaljhandelsmarknaden som grossistmarknaden, det vill säga diesel och gasol, är bränslets användningsändamål beroende av distributionskanalen. I detaljhandeln köps diesel av dem som använder dieseldrivna bilar och andra fordon. I grossisthandeln levereras dieselloja vanligen till stora transportföretag med stor fordonspark och egna lagerutrymmen. På motsvarande sätt levereras gasol till fordon via detaljförsäljningsställen och till hushåll för uppvärmningsändamål via grossistkanaler.
439. Mot bakgrund av ovanstående kan varje raffinerad produkt i grossistkanalen anses utgöra en relevant produktmarknad.

Geografisk marknad

Detaljhandel med motorbränsle

440. Ur geografisk synpunkt har marknaden för detaljhandel med bränsle en lokal prägel, eftersom efterfrågan utgörs av bilister som vanligen får sitt bränslebehov tillgodosett av bensinstationer som ligger i närheten av deras verksamhetscentrum. Utbytbarheten mellan bensinstationer är därför geografiskt begränsad.
441. Å andra sidan förekommer det vanligen en viss överlappning mellan bensinstationernas upptagningsområden, vilket inte endast avgör konkurrensförhållandet mellan geografiskt angränsande bensinstationer utan också i viss utsträckning har en ”dominoeffekt” på mer avlägset belägna bensinstationer. Det

geografiska område som skall användas för konkurrensbedömningen kan följaktligen omfatta flera små överlappande områden. På utbudssidan är det dessutom många viktiga konkurrensparametrar, såsom produktsortiment, produkternas ursprung, kvalitet, servicenivå (öppettider osv.), reklam, rabatter och priser (t.ex. på kampanjprodukter) som inte avgörs på lokal nivå, utan på regional eller nationell nivå. I detaljhandeln med bränsle påverkas de slutliga priserna vid pumpen dessutom så kraftigt av beskattningen (i Förenade kungariket utgör skatterna mer än 80 % av bensinpriset) att prisvariationerna på de flesta nationella marknader i regel är relativt små. De olika leverantörernas marknadspositioner är också i regel ganska likartade i de olika delarna av de nationella marknader där de är verksamma. Mot bakgrund av ovanstående anses marknaden för detaljhandel med bränsle vara nationell i detta ärende.

Detaljhandel med motorbränsle vid tullbelagda motorvägar

442. Övervägandena i punkterna 440 och 441 gäller också detaljhandel med motorbränsle vid tullbelagda motorvägar.

Detaljför säljning av raffinerade produkter (bränslen)

443. Det finns flera tecken som tyder på att den geografiska marknaden för grossistförsäljning är lokal. På denna marknad består utbudet av de raffinaderier som kan sälja mycket stora kvantiteter raffinerade produkter från sina raffinaderier eller terminaler. Efterfrågan utgörs av återförsäljare och slutanvändare som letar efter en närliggande leveranskälla, eftersom de åsamkas extrakostnader när de transporterar dessa produkter från leveransstället till slutdestinationen (en bensinstation, ett hushåll, en fabrik). Graden av utbytbarhet mellan olika leveranskällor är följaktligen geografiskt begränsad. Allmänt sett kan varje leveransställe göra anskaffningar inom ett visst geografiskt område (upptagningsområde eller bakland) med en radie som bestäms av de transportkostnader som transporten av produkterna till slutdestinationen åsamkar kunderna. Kostnaderna kan variera enligt transportsätt. Eftersom kunderna i allmänhet använder vägtransport ligger radien dock vanligen inom intervallet 100–150 km.
444. Å andra sidan kan det förekomma en viss överlappning mellan upptagningsområdena för de olika leveranskällorna, som inte endast kommer att avgöra konkurrensförhållandet mellan geografiskt angränsande leveranskällor, utan dessutom i viss utsträckning kommer att ha en ”dominoeffekt” på mer avlägset belägna leveransställen. Det geografiska område som skall användas vid bedömningen av effekterna på konkurrensen kan följaktligen omfatta flera små överlappande områden.
445. I alla händelser kan denna fråga lämnas öppen, eftersom transaktionen inte orsakar några särskilda konkurrensproblem oavsett vilken definition av den geografiska marknaden som väljs i detta fall.

Konkurrensbedömning

Bedömning av det gemensamma företaget BP/Mobil

446. För att transaktionens inverkan på konkurrensen skall kunna bedömas, bör man först granska den sammanslagna enhetens ställning med avseende på de strukturella

kopplingarna mellan BP och Mobil. I det senare marknadsledet för oljerelaterade produkter har Mobil tillsammans med BP bildat ett gemensamt företag som kombinerar all europeisk verksamhet inom denna sektor. Det gemensamma företaget omfattar framför allt raffinering, leverans, försäljning och marknadsföring av raffinerade bränslen och smörjmedel. Inom det gemensamma företaget sköter BP hela bränsleverksamheten, medan Mobil sköter smörjmedelsverksamheten. Det gemensamma företaget anmäldes och godkändes enligt koncentrationsförordningen.

447. I den aktuella anmälan hävdar parterna att även om Mobil konstaterades ha gemensam kontroll över BP/Mobil i den mening som avses i koncentrationsförordningen, deltar Mobil inte i den dagliga ledningen av BP/Mobils bränsleverksamhet. Därför hävdar parterna att den sammanslagna enheten Exxon/Mobil och BP/Mobil kommer att ha alla incitament att fortsätta en hård inbördes konkurrens inom denna sektor. Det vore därför inte ändamålsenligt att sammanslå BP/Mobils andelar med Exxons för bedömningen av transaktionens inverkan på konkurrensen.
448. Kärnan i parternas argument är att även om Mobil har gemensam kontroll över det gemensamma företaget BP/Mobil, bör den sammanslagna enheten Exxon/Mobil och BP/Mobil behandlas som två självständiga företag som konkurrerar med varandra, åtminstone vad gäller bränsleverksamheten i senare marknadsled. Enligt parterna påverkar förekomsten av en kontrollrelation med andra ord inte incitamenten att konkurrera för de företag som berörs av denna koppling.
449. Detta argument måste avvisas av hänsyn till flera omständigheter. Enligt koncentrationsförordningen utgör förvärvet av gemensam kontroll eller bildandet av ett gemensamt företag som fyller en autonom ekonomisk enhets samtliga funktioner koncentrationer och bör i egenskap av sådana dominansprövas på det sätt som anges i artikel 2 i koncentrationsförordningen. För att fastställa förekomsten av en dominerande ställning, bedöms relationerna mellan det gemensamma företaget och moderbolagen på grundval av det generellt korrekta antagandet att de uppnår någon slag av integration och att moderbolaget kan kontrollera det gemensamma företagens affärspolicy, så ur konkurrenssynpunkt skall det anses att de inte konkurrerar med varandra.
450. I detta ärende bör man komma ihåg att det gemensamma företaget BP/Mobil anmäldes till kommissionen i enlighet med koncentrationsförordningen och behandlades som ett koncentrerande gemensamt företag. Både BP och Mobil ansågs ha gemensam kontroll över hela det gemensamma företaget, trots att vardera parten hade det särskilda driftsansvaret för en viss verksamhet (BP för bränslen och Mobil för smörjmedel). Denna slutsats grundade sig framför allt på det faktum att de två moderbolagen tillsammans utövade ett avgörande inflytande över det gemensamma företagens policy genom en tillsynskommitté som bland annat hade i uppgift att fatta beslut på följande områden: affärsplaner, stora förvärv, nedläggningar, avyttringar, investeringar och vissa andra strategiska beslut. Mobil var en av de anmälade parterna i den transaktionen och bestred den gången inte i något avseende kommissionens slutsatser.
451. Parternas argument om att Mobil inte kan ingripa i den dagliga ledningen av BP:s bränsleverksamhet är inte övertygande. Det som framkommit i undersökningen tyder på att Mobil (och efter koncentrationen den sammanslagna enheten Exxon/Mobil)

under rådande omständigheter utövar ett betydande och genomgripande inflytande över alla relevanta konkurrenspåverkande beslut som gäller BP/Mobils bränsleverksamhet, framför allt genom att inom tillsynskommittén godkänna viktiga beslut såsom den strategiska affärsplanen, fastställande av parametrar för finansiell kontroll, godkänna stora förvärv, nedläggningar, avyttringar och investeringar samt andra strategiska beslut. Dessutom innebär BP:s avtalsenliga skyldighet att invänta Mobils godkännande för sådana beslut att BP måste avslöja även andra uppgifter som är känsliga ur konkurrenssynpunkt, t.ex. avyttringar av raffinaderier, gemensamma företag i raffinaderibranschen, resultat i bränslebranschen (inklusive prognoser, raffinering marginaler, detaljhandelsmarginaler, förbättringsplaner, detaljhandelsvolym), affärsstrategi på bränsleområdet (inklusive konkurrenstryck, konkurrensposition, tillväxt, produktivitetsnivåer) och verksamhetsplan på bränsleområdet (inklusive verksamhetsbetingelser, utveckling av affärsverksamheten, inkomster, utgifter, kassaflödesprognoser, avyttringar inom detaljhandeln och strategiska mål på längre sikt). Sammanfattningsvis kan sägas att de befogenheter Mobil fått inom det gemensamma företaget med BP är sådana att Mobil, och därmed den sammanslagna enheten, kan utöva ett avgörande inflytande över det gemensamma företags konkurrensbeteende, och också över BP:s bränsleverksamhet.

452. Parterna hävdar dock mot bakgrund av de exceptionella omständigheterna i detta ärende att BP/Mobil och Exxon/Mobil bör betraktas som två självständiga företag som kan konkurrera med varandra. Detta påstående grundar sig framför allt på att i) BP har ansvaret för driften av bränsleverksamheten, ii) och att BP är det gemensamma företags ”ledande” moderbolag och därmed kan motsätta sig och hindra Exxon/Mobils inblandning i de konkurrenspåverkande beslut som fattas inom det gemensamma företaget. Även om detta antagande godtas, bör man ta hänsyn till det ena företags betydande ägarandel i det andra. I detta avseende bör det noteras att en koppling av detta slag, oberoende av hur den klassificeras formellt, avsevärt minskar incitamenten för de berörda företagen att konkurrera sinsemellan. Det är en vedertagen princip i gängse ekonomisk teori på konkurrensområdet att förekomsten av kopplingar mellan två konkurrerande företag i form av att det ena företaget äger en betydande andel i det andra i allmänhet kan påverka deras incitament att konkurrera med varandra. För det första skapar en koppling av det här slaget ett starkt ekonomiskt intresse hos det ena företaget för det andra företags välmåga. Detta kan automatiskt ändra konkurrensdynamiken, eftersom det ena företaget är mindre intresserat av att konkurrera med det andra än av att finna en gemensam affärsstrategi som är till nytta för dem båda. Dessutom kan en sådan koppling säkra tillgången till känslig företagsinformation. Detta gör företagets konkurrensbeteende mot varandra öppnare och därmed lättare att kontrollera och förutse. Dessutom, vilket kanske är viktigare, kan en koppling av detta slag göra det möjligt för det ena företaget att påverka konkurrentens strategiska val genom att styra dessa i riktning mot beslut som är förenligt med deras gemensamma intresse. Slutligen har en koppling av detta slag en disciplinerande effekt, eftersom det ena företaget kan utsättas för repressalier från det andra företaget i händelse av meningsskiljaktigheter. Alla dessa faktorer kan få de berörda företagen att tillnärma sin affärspolicy. Det bör noteras att det uppträdande som beskrivs ovan är fullkomligt rationella för de berörda företagen eftersom de syftar till vinstmaximering.
453. Det aktuella ärendet bör därför bedömas mot denna bakgrund. Med tanke på kopplingens relevans med avseende på det inflytande som utövas av Mobil (och efter

koncentrationen av Exxon/Mobil) över det gemensamma företags konkurrensbeteende, och eftersom det i detta ärende förekommer flera strukturella drag som är typiska för en marknad som främjar uppkomsten av oligopol, kan förhållandet mellan Exxon/Mobil och BP/Mobil i sista hand bedömas i samband med bedömningen av huruvida det är fråga om en kollektivt dominerande ställning. Kort sagt skulle konkurrensbedömningen av ärendet förbli oförändrad.

454. I sitt svar på kommissionens beslut om att inleda den andra etappen av utredningen samt i sitt svar på meddelandet om invändningar gör parterna ytterligare två invändningar mot det ovan beskrivna resonemanget.
455. För det första gör parterna gällande att Exxon/Mobil inte utan vidare kan ändra sitt konkurrensbeteende enbart till förmån för BP/Mobil, eftersom andra konkurrenter också skulle dra fördel av en eventuell försämring av Exxon/Mobils konkurrensförmåga. De hävdar framför allt att Exxon/Mobils direkta intressen via Exxon-nätverket är större än det indirekta intresse Exxon/Mobil har genom sitt innehav på 30% i BP/Mobil. Exxon/Mobil skulle således ha ett intresse av att maximera sin vinst hellre än att försöka öka vinsten för det gemensamma företaget BP/Mobil. Enligt argumentet skulle BP inte ha några som helst incitament att ändra sin konkurrensstrategi till förmån för Exxon/Mobil, eftersom BP inte har någon andel i Exxon/Mobil. Det bör noteras i detta sammanhang att syftet med den samordning av Exxon/Mobils och BP/Mobils konkurrensstrategier som kan bli följden av koncentrationen vore att maximera båda enheternas vinst på marknaden. Denna tillnärmning av konkurrensstrategierna är ett rationellt beteende hos båda företagen i eget intresse. Vad gäller möjligheterna för övriga konkurrenter att dra fördel av den försvagade konkurrensen mellan Exxon/Mobil och BP/Mobil, anser kommissionen med beaktande av de oligopolistiska dragen på marknaderna i fråga (se nedan) att samordningen av de två enheternas konkurrensstrategier kan leda till en minskning av konkurrensen till skada för konsumenterna, utan att det föranleder någon konkurrensreaktion hos övriga aktörer.
456. För det andra hävdar parterna också att kommissionens tillvägagångssätt inte är förenligt med gemenskapens senaste rättspraxis. Parterna hänvisar särskilt till förstainstansrättens dom av den 25 mars 1999 i målet Gencor/Lonhro⁵⁸, där det konstaterades att ett företag där en fusionerande enhet hade ett innehav på 27 % icke desto mindre var en betydande konkurrent till sin minoritetsägare. Enligt parterna är situationen före koncentrationen i fallet Gencor strukturellt mycket likt scenariot efter koncentrationen i fallet Exxon, BP och BP/Mobil på bränsleområdet. Efter koncentrationen skulle den sammanslagna enheten Exxon/Mobil ha sin egen bränsleverksamhet och samtidigt behålla en minoritetsandel i ett konkurrerande företag, det vill säga BP/Mobil.
457. Som svar på parternas argumentering är det skäl att notera att det finns två särskilda omständigheter som klart skiljer det aktuella ärendet från de fakta som låg till grund för domen i Gencor-målet. För det första framgår det av en övergripande bedömning av fakta i de två ärendena att situationen i Gencor före koncentrationen inte på något sätt kan jämföras med situationen i Exxon/Mobil efter koncentrationen. Det konstateras tydligt och klart i domen att Gencor inte bara saknade inflytande över den

58. Mål T-102/96, Gencor mot kommissionen, ännu ej offentliggjort.

dagliga ledningen av Lonrho, utan också över marknadsföringen och försäljningen av Lonrhos platinaproduktion. Kort sagt utövade Gencor-koncernen inget inflytande över LPD:s konkurrensstrategi (se punkt 176 i domen). Däremot, såsom redan konstaterades ovan, behåller Mobil inom ramen för arrangemangen kring det gemensamma företaget BP/Mobil ett betydande och djupgående inflytande över alla relevanta konkurrenspåverkande beslut som gäller BP/Mobils bränsleverksamhet. I detta avseende räcker det med att påpeka att alla viktiga beslut som gäller det gemensamma företags prispolitik skulle förutsätta Mobils godkännande.

458. För det andra, vilket är viktigare, tar parterna i sin jämförelse ingen hänsyn till skillnaden mellan situationen före koncentrationen och situationen efter koncentrationen. I fallet Gencor gällde frågan huruvida konkurrenssituationen skulle ändras efter koncentrationen mellan Gencor och Lonrho. I det avseendet kunde kommissionen (och förstainstansrätten) basera sina slutsatser på en efterhandsgranskning av de båda företagens konkurrensbeteende, och fann att trots att Gencor äger en minoritetsandel i Lonrhos platinaverksamhet hade de båda företagen konkurrerat med varandra i det skede som föregick koncentrationen. I detta avseende betonar såväl kommissionen som förstainstansrätten tydligt att *”i och med att LPD och Implants behöll sina separata försäljningsorganisationer, konkurrerade de faktiskt med varandra före koncentrationen och (...) att LPD tillsammans med Ryssland under det senaste årtiondet har varit den viktigaste konkurrensfaktorn på marknaden”* (se punkterna 174–176 i kommissionens beslut och punkt 177 i förstainstansrättens beslut). Däremot är förhållandet mellan Exxon/Mobil och det gemensamma företaget BP/Mobil efter koncentrationen en fråga för framtiden, som skall bedömas i samband med en förhandsanalys. Det innebär att kommissionen, i enlighet med det tillvägagångssätt som måste följas vid kontrollen av företagskoncentrationer, utgår från värsta tänkbara scenario för konkurrensens del, det vill säga att Exxon/Mobil och BP/Mobil anpassar sina konkurrensstrategier till varandra som en följd av Exxon/Mobils gemensamma kontroll över BP/Mobil.

Mobils andel i Aral

459. Vid bedömningen av transaktionens inverkan på konkurrensen inom sektorn för detaljhandel med motorbränslen bör man även ta hänsyn till de betydande kopplingarna mellan Mobil och Aral. Aral är den ledande detaljisten på bensinområdet i Tyskland, och företaget är också verksamt i Österrike, Belgien och Luxemburg. Mobil har en andel på 28 % i Aral. Övriga aktieägare är Veba (56 %), Wintershall (15 %) och ett antal benzenproducenter med 1% var. De tre stora aktieägarna har [...] % var av rösträtten. Enligt parterna utövar Mobil ingen gemensam kontroll över Aral i den mening som avses i koncentrationsförordningen. [...]*
460. Det kan dock hävdas att Mobil, tillsammans med Veba och Wintershall, i praktiken har gemensam kontroll över Aral, på grundval av följande omständigheter: [...]*
461. I alla händelser kan denna fråga lämnas öppen, eftersom det oberoende av kontrollfrågan är ett obestridligt faktum att Mobil har en mycket betydande andel i Aral, vilket innebär att Mobil har ett starkt ekonomiskt intresse av att det går bra för Aral. Dessutom kan Mobil genom sin ägarandel utöva ett relevant inflytande över Arals affärspolicy. Mobil har lika stor rösträtt som de övriga stora aktieägarna, och utser lika många ledamöter till övervakningskommittén, som i sin tur väljer styrelse.

Slutligen har Mobil tillgång till en stor mängd strategisk information som utbyts inom Arals beslutsfattande organ. Det är således klart att förekomsten av denna koppling sannolikt minskar incitamenten för Mobil att konkurrera med Aral och tvärtom. Det verkar som om Exxons stora andel i Aral allvarligt försvagar konkurrensen mellan de båda aktörerna.

Detaljhandel med motorbränsle

462. I tabellen nedan anges marknadsandelarna för parterna och deras konkurrenter i de länder där koncentrationen ger upphov till en gemensam marknadsandel på mer än 15 %.

463. Marknadspositioner i detaljhandeln med motorbränsle

1997	Österrike	Tyskland	Frankrike (motorvägar)	Luxemburg	Nederländerna	Förenade kungariket
Exxon	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
BP/Mobil	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*
Ex/BP/M	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*	[30-40]*	[30-40]*
Shell	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*
Aral	[0-10]*	[10-20]*		[10-20]*		
Övriga	[20-30]* OMV	[0-10]* DEA	[30-40]* TotalFina [20-30]* Elf	[10-20]* TotalFina	[10-20]* Texaco [0-10]* TotalFina	[0-10]* TotalFina
Stormarknader		[0-10]* (totalt)				[0-10]* Tesco [20-30]* (totalt)

Parternas uppskattningar

464. Procentuellt varierar ställningen på enskilda nationella marknader något från ett land till ett annat. Allmänt sett kan det noteras att den sammanslagna enheten skulle bli marknadsledare i de flesta av dessa länder, med sammanlagda marknadsandelar för Exxon, BP/Mobil och Aral från lägst [20-30]* % (franska motorvägar) till en högsta nivå på närmare [30-40]* % (i både Tyskland och Förenade kungariket). Det finns dock några starka konkurrenter i alla dessa länder (stora internationella bolag eller nationella ledare) med marknadsandelar på 15-20 % eller mer som skulle utesluta möjligheten att den sammanslagna enheten ensam skulle kunna utöva en dominerande ställning.

465. Frågan om den eventuella uppkomsten av en dominerande ställning måste granskas, särskilt med tanke på de berörda marknadernas strukturella drag. I det avseendet uppvisar marknaderna för detaljhandel med motorbränsle generellt alla de kännetecken som i regel anses nödvändiga för att en kollektivt dominerande ställning skall kunna uppstå. Kännetecknen är följande:

Koncentrationen av utbudet

466. Den första förutsättningen för att ett oligopol skall föreligga är att marknaden är koncentrerad på utbudssidan. Ett oligopol är en marknad som kännetecknas av förekomsten av ett fåtal stora leverantörer som är beroende av varandra i sina konkurrensåtgärder. Marknaden för detaljhandel med bränsle är i allmänhet koncentrerad på nationell nivå, och ett fåtal leverantörer (mellan tre och fem) svarar för omkring två tredjedelar av var och en av de nationella marknaderna. Parterna hävdar att de marknader som kommissionen granskar inte är tillräckligt koncentrerade. De gör framför allt gällande att kommissionen i sin tidigare praxis i allmänhet har ansett att det finns risk för oligopol först vid en mycket högre koncentrationsgrad. Denna fråga kommer att behandlas mer ingående i avsnitten om de enskilda nationella marknaderna. Generellt bör det noteras att det obestriddiga är så att ju fler företag som deltar i ett oligopol, desto större är risken för att något av dem avviker från det gemensamma beteendet inom oligopolet. Enligt gängse ekonomiska teorier på konkurrensområdet kan ett oligopol dock fungera även på mindre koncentrerade marknader. Detta är fallet när marknaden är så öppen i fråga om priser att en ömsesidig kontroll är lätt att genomföra till och med mellan ett stort antal marknadsaktörer.

Produktomogenitet

467. En hög grad av omogenitet underlättar hemlig samordning av prissättningspolicy. Eftersom det saknas andra kännetecken som kan särskilja en leverantör från en annan, är konkurrensen på en homogen produktmarknad därför i regel fokuserad på priserna. I detta ärende är motorbränsle utan tvekan en handelsvara, som det finns mycket små möjligheter att differentiera eller skraddarsy. Det är förmodligen en av de få stapelvaror där kunderna (bilisterna) inte kan peka på någon skillnad mellan två olika märken av motorbränsle vad gäller egenskaper och prestanda. Motorbränsle är till den grad en handelsvara att raffinaderierna systematiskt tillgriper inbördes byte av produkter för att tillgodose sina bensinstationers leveransbehov.
468. I sitt svar på kommissionens beslut att inleda den andra etappen av utredningen hävdar parterna att detaljhandeln med motorbränsle kännetecknas av en intensiv konkurrens vad gäller det totalutbud som riktar sig till konsumenterna. Framför allt hävdar de att konsumenterna förutom priset beaktar andra faktorer, såsom bekvämlighet, utbudet av övriga produkter i butiken, tillgången till annan service (biltvätt) eller utbudet av andra inslag som upplevs värdefulla, såsom kampanjpriser och lojalitetsrabatter. Eftersom skillnaderna är stora mellan konkurrenternas totalutbud, kan det hävdas att omogeniteten inte skulle bli särskilt stor.
469. Dessa synpunkter verkar inte stödjas av det som framkommit i samband med undersökningen. Vad beträffar varumärkesigenkänning och produktdifferentiering har undersökningen bekräftat att dessa faktorer inte spelar någon betydande roll när det gäller att fastställa kundernas preferenser. Det stora flertalet detaljhandlare som kommissionen intervjuat har påpekat att varumärkesigenkänningen spelar en liten roll inom detaljhandeln med motorbränsle. Det stämmer att detaljister på motorbränsleområdet har försökt göra sina varumärken kända, framför allt genom marknadsföringskampanjer och lojalitetsrabatter. Allmänt sett kan det dock noteras att de stora oljebolagens policy, som är att skapa en varumärkesimage inom detaljhandeln med motorbränsle, har visat sig föga framgångsrik. Undantaget är Nederländerna, och i mindre utsträckning Tyskland., där bränsledetaljister har lyckats

skapa en viss varumärkesigenkänning genom att bevilja lojalitetsrabatter. Denna fråga kommer att behandlas vidare i avsnitten om Nederländerna och Tyskland.

470. Beträffande ”extra erbjudanden”, som nämns av parterna, har inga som helst bevis lagts fram till stöd för att dessa faktorer skulle ha spelat någon som helst roll för att bestämma bilisternas preferenser. De svar som branschen har lämnat stödjer inte heller ett sådant synsätt.
471. Av de uppgifter som kommissionen samlat in framgår det i själva verket att de alternativ bilisterna har när de köper bränsle styrs av två viktiga parametrar, nämligen läge och pris. Dessutom framgår det tydligt och klart av en undersökning som parterna själva tillhandahållit att de flesta konsumenter i utvecklade länder inte ser någon avgörande skillnad mellan kvaliteten på olika märken av motorbränsle. I stället väljer ett överväldigande flertal av dem ett försäljningsställe för motorbränsle utifrån läge och pris.
472. Enligt undersökningen är ett fördelaktigt läge den viktigaste orsaken till köp av bränsle. I motsats till vad parterna påstår är ett fördelaktigt läge dock enbart relevant för definitionen av marknadens geografiska omfattning. Såsom konstaterades i avsnittet om definitionen av marknaden avgörs konkurrensdynamiken i detaljhandeln med motorbränsle på lokal nivå av bilistens behov av att köpa motorbränsle utan att köra en lång omväg. Däremot kan denna faktor inte på något sätt ses som en faktor som påverkar differentieringen av de ifrågavarande produkternas art.

Låg teknisk innovation

473. Bristen på teknisk innovation är ett annat typiskt inslag på en marknad som främjar uppkomsten av oligopol och den har ett direkt samband med homogenitetsfrågan. Utan innovation har konkurrerande företag inget annat val än att konkurrera med priser. Låg teknisk innovation garanterar också att konkurrensens art (och produkternas homogenitet) inte kommer att ändras märkbart inom den närmaste framtiden. Detaljhandeln med motorbränsle kännetecknas av låg teknisk innovation. Teknisk utveckling uppnås genom successiva och relativt långsamma fortlöpande förändringar av processer och produkter snarare än genom snabba omstörtande förändringar.

Öppenhet på marknaden

474. Öppenhet på marknaden är också ett av de grundläggande villkoren som kännetecknar marknader som främjar uppkomsten av oligopol. För det första ger en sådan öppenhet aktörerna på marknaden en möjlighet att närma sig ett visst pris utan att det behövs någon uttrycklig samordning. Därför kan lika priser väntas leda till parallella priser mellan de företag som är verksamma på marknaden. För det andra har dessa företag en möjlighet att ömsesidigt kontrollera varandras beteende för att bland annat kunna försäkra sig om att inget företag lurar de andra. Marknaden i fråga präglas av full öppenhet, eftersom det är en detaljhandelsmarknad där priserna vid pumpen är allmänt kända. Information om priserna är lättillgänglig inte endast på marknadsföringsnivå, utan på alla handelsnivåer. Exempelvis tradingpriserna på bränsle som säljs från raffinaderierna publiceras dagligen av respekterade organisationer, såsom Platt's och Petroleum Argus. Öppenhet i fråga om priser förekommer också på råoljenivå. Sammanfattningsvis kan sägas att prisinformation står till buds inom hela branschen, ända upp till marknadsföringsnivå. Det är också

värt att notera att öppenheten på marknaden är ett väsentligt villkor för att ett oligopol skall fungera effektivt. Inom detaljhandeln med motorbränsle är öppenheten sådan att den gör det omöjligt för marknadsaktörerna att luras på något sätt. Slutligen är detaljhandeln med motorbränsle en öppen marknad också i fråga om sålda kvantiteter. Beträffande detta räcker det med att säga att de flesta aktörerna inom branschen verkar vara väl underrättade om konkurrenternas försäljning, vilket beror på det intensiva informationsutbytet mellan branschorganisationerna. I denna bransch finns det dessutom ett antal informationskällor i form av offentliggjord statistik.

Måttlig marknadstillväxt

475. På marknader där efterfrågan är stagnerande eller ökar endast måttligt ger marknadstillväxten ingen drivkraft åt konkurrensen på marknaden. Det finns två skäl till detta. För det första har företag i monopolställning inget incitament att konkurrera om en större efterfrågan. Eventuella ökning av marknadsandelarna kan endast uppnås på konkurrenternas bekostad, vilket kan sluta med ett skadligt prisrig där ingen utgår som segrare. För det andra lockar inte en måttlig ökning av efterfrågan några utomstående företag att komma in på marknaden. I det aktuella ärendet har parterna bekräftat att efterfrågan på motorbränsle i Europa är relativt stillastående. I synnerhet har efterfrågan på bensin varit oförändrad, medan dieseloljan har varit föremål för den största efterfrågeökningen. Efterfrågan på motorbränsle inom EES har ökat med i genomsnitt 0.4% årligen under de senaste fem åren.

Kostnadssymmetri

476. Sannolikheten är större för att en oligopolistisk dominerande ställning blir hållbar, om medlemmarna i oligopolet har liknande kostnadsstrukturer. För det första skapar liknande kostnadsstrukturer vanligen liknande incitament under vissa marknadsbetingelser. För det andra ökar liknande kostnadsstrukturer risken för hämndåtgärder, i det avseendet att en leverantör vet att konkurrenterna kan konkurrera på lika villkor. I det aktuella ärendet kommer en analys av kostnadsstrukturerna för bränsledetaljister att genomföras land för land där detaljhandel med motorbränsle som självständig verksamhet används som referens.

Symmetri mellan marknadsandelarna

477. Symmetri mellan konkurrerande företags marknadsandelar betraktas som en annan faktor som i allmänhet underlättar konkurrensbegränsande parallellt beteende. Orsaken är främst att en sådan likhet kan återspegla att företagen har liknande kostnader. Eftersom kostnaderna starkt påverkar ett företags prissättningspolicy, underlättar ovan beskrivna symmetrier upptäckten av samordning i fråga om ett visst pris. På vissa av de nationella marknader som kommissionen granskar nedan är marknadsandelarna ojämnt fördelade mellan de olika aktörerna. Denna faktor bör dock inte i sig anses utesluta den eventuella förekomsten av en oligopolistisk dominerande ställning. Orsaken är att även om symmetri på marknaden ger ytterligare incitament till parallellt beteende, kan det inte betraktas som en nödvändig förutsättning för att ett sådant parallellt beteende skall förekomma. Kostnadssymmetrier kan till exempel förekomma även om det föreligger asymmetrier i fråga om marknadsandelar. Detta är fallet vid detaljhandel med motorbränsle, där de viktigaste stordriftsfördelarna uppnås på bensinstationsnivå. På samma sätt kan medlemmarna i ett oligopol känna att de har en *skälig andel* av marknaden och att de

”står på jämn fot” med varandra och är lika starka som konkurrenterna. De skulle därför ha lite att vinna och mycket att förlora på aggressiva konkurrensåtgärder. Detta är exakt fallet med detaljhandel med motorbränsle, där praktiskt taget alla påstådda oligopolmedlemmar är vertikalt integrerade aktörer med global verksamhet och med en finansiell kapacitet som vida överskrider den position de har inom detaljhandeln på någon viss nationell marknad. Sammanfattningsvis spelar symmetrin för de nationella marknadsandelarna troligen ingen större roll för dessa aktörer. I det avseendet är det värt att notera att alla vertikalt integrerade återförsäljare har skapat ett kompenstationssystem som är avsett att ersätta de ekonomiska förluster deras nät av återförsäljare kan drabbas av när de utsätts för en intensiv priskonkurrens. Mot bakgrund av det ovanstående vill kommissionen göra gällande att den asymmetri i fråga om marknadsandelar som förekommer i ett antal länder som kommissionen beaktat i sin granskning av oligopol saknar relevans för det aktuella ärendet.

Vertikal integration

478. En motsvarande grad av vertikal integration hos medlemmar av ett oligopol ökar i allmänhet deras beredvillighet att ägna sig åt parallellt beteende och utsikterna för att ett sådant beteende blir stabilt. Detta följer för det första av att integrationen kan medföra kostnadsfördelar och kostnadslikheter för de integrerade aktörerna, men inte för de icke integrerade. För det andra, vilket är viktigare, tenderar strategiska intressen hos företag som är lika integrerade att kollidera på alla nivåer i affärsverksamheten. Förändringar i marknadsvillkoren påverkar de integrerade företagen på ett liknande sätt, vilket driver dem att reagera på liknande sätt. Detta leder till att en större stabilitet i fråga om parallellt beteende kan förväntas på sådana marknader. I detta ärende är oljebranschen en verksamhet som kännetecknas av förekomsten av stora vertikalt integrerade företag. Vad gäller följderna av denna integration inom sektorn för detaljhandel med bränsle medför det vissa fördelar för de integrerade företagen, bland annat leveranssäkerhet och på lång sikt större möjligheter att anpassa sig till föränderliga marknadsbetingelser. Det är också ett faktum att vertikal integration leder till sammanfallande intressen mellan de integrerade oljebolagen som täcker alla sektorer inom branschen. Integrationen ökar således dramatiskt utsikterna för att det parallella beteendet blir stabilt genom att de stora oljebolagens intressen sammanfaller.

Stelhet i efterfrågan

479. Allmänt sett är motiven för parallellt beteende starkare om efterfrågan är prisokänslig. Eftersom den totala efterfrågevolymen inte kommer att minska i någon betydande utsträckning i händelse av en prisökning, har aktörerna på marknaden därför ett starkt incitament att ägna sig åt överprissättning. Efterfrågan är orörlig inom detaljhandeln med motorbränsle, eftersom det inte finns några verkliga substitut för denna produkt. Flera undersökningar visar att om priserna höjs, förblir den genomsnittliga konsumtionen av motorbränsle stabil på lång sikt. Detta beror också på att efterfrågan i viss mån är bunden.

Strukturella kopplingar

480. Sannolikheten för ett oligopolistiskt beteende ökar om det finns strukturella kopplingar mellan medlemmarna i oligopolet. Det beror främst på att strukturella kopplingar får aktörerna på marknaden att bry sig om sina partners välgång och göra

dem medvetna om varandras strategier, kostnadsstrukturer och planer. Sådana kopplingar kan minska konkurrensivern mellan medlemmarna i oligopolet, eller de kan utgöra potentiella sätt att vidta repressalier, och beroende på omständigheterna, de kan också leda till vissa gemensamma affärsintressen på den ifrågavarande marknaden. Oljeverksamheten i det senare marknadsledet kännetecknas av förekomsten av flera kopplingar mellan de stora aktörerna, antingen i form av företagskopplingar (dvs. det gemensamma företaget BP/Mobil och Mobils deltagande i Aral-Germany) eller i form av icke bolagiserade eller andra kommersiella relationer (t.ex. swapavtal om bränslen.).

Inträdeshinder - avsaknad av potentiell konkurrens

481. Ett oligopol kan fungera effektivare om inträdeshindren är höga. Inträdeshindren kan göra det svårt att tävla om marknadsandelar och göra marknaden immun mot konkurrenstryck från potentiella konkurrenter. Detaljhandeln med motorbränsle och mer generellt hela oljebranschen präglas av betydande inträdeshinder. Vertikal integration har visat sig vara ett överkomligt hinder under de senaste åren, vilket framgår av att några icke integrerade återförsäljare bedriver en framgångsrik verksamhet på marknaden. Det finns dock andra hinder som gör det osannolikt att eventuella nya aktörer träder in på marknaden.
482. För att ett företag skall kunna konkurrera effektivt på marknaden är det för det första viktigt att det har den kritiska massan av bensinstationer med en stor genomsnittlig omsättning. Detta kräver i sin tur stora investeringar, också beroende på kostnaderna för att följa miljöbestämmelserna (parterna uppskattar kostnaden för att öppna en ny bensinstation till [...] miljoner euro) samt att det finns en tillgång på lämpliga återförsäljningsställen. Vad det sistnämnda kravet beträffar är det i många länder svårt att få licens för att bygga nya anläggningar på grund av att marknaden är mättad. Detta gäller i synnerhet alla de länder som berörs av den aktuella transaktionen. Medan det kan hävdas att nya aktörer kan träda in på marknaden i framtiden genom att anläggningar som stängts under de senaste åren öppnas på nytt, är dessa i regel mindre och dessutom mindre attraktiva. Dessutom gör miljöbestämmelserna att det blir nästan lika dyrt och besvärligt att öppna en gammal anläggning på nytt som att bygga en ny.
483. Faktum är att de enda nya aktörer som med framgång kunnat etablera en betydande verksamhet i en del EU-länder under de senaste åren har varit stormarknader, tack vare en mix bestående av särskilda betingelser, nämligen i) tillgången på konkurrenskraftiga leveranser, ii) tillräckliga distributions- och terminalanläggningar, iii) central anskaffning, iv) tillträde till kommersiella fastigheter med bra läge, v) relativt lätt att få tillstånd; vi) en låg kostnadsstruktur jämfört med traditionella konkurrenter, och i mindre utsträckning vissa ”lågkostnads”-detaljister som kunnat upprätta ett tillräckligt omfattande nätverk vad beträffar antalet stationer och den genomsnittliga försäljningen (Save i Förenade kungariket eller Jet Conoco i Tyskland).
484. Å andra sidan har många EU-länder kunnat notera en avsevärd konsolidering på grund av att marginalerna har krympt på hela marknaden. Resultatet är att många självständiga detaljister har tvingats bort från marknaden. Detta drag är gemensamt för alla de marknader som granskas nedan. I detta sammanhang verkar det vara en

avlägsen möjlighet, i motsats till vad parterna hävdar, att ”små” företag kan komma in på marknaden för detaljhandel med motorbränsle i liten skala.

485. Sammanfattningsvis kan sägas att den enda verkliga källan till potentiell konkurrens i detaljhandeln med motorbränsle är stormarknaderna, som i vissa länder har varit extremt framgångsrika med att öka sin försäljning (i Frankrike har stormarknaderna på mindre än 20 år erövrat mer än 50 % av marknaden). Dessa aktörer har dock liten eller ingen verksamhet i länder som Nederländerna, Luxemburg och Österrike, vilket kan tyda på förekomsten av vissa strukturella hinder som sannolikt kommer att hindra utvecklingen på den fronten också i framtiden. I andra länder där dessa aktörer redan är etablerade (Förenade kungariket och Tyskland) bör deras verkliga konkurrenspotential mätas med vederbörlig hänsyn till alla de talrika faktorer som kan hindra deras fortsatta tillväxt. Denna omständighet kommer att diskuteras i de avsnitt där en bedömning görs av situationen i enskilda länder.

Avsaknad av köparmakt

486. Utrymmet för medlemmarna i ett oligopol att höja priserna kan begränsas av att kunderna har en uppvägande marknadsstyrka. Starka och koncentrerade kunder kan antingen hindra medlemmarna i ett oligopol från att bedriva prissättning som överskrider en konkurrenskraftig nivå eller erbjuda ett tillräckligt incitament att avvika från samverkan och konkurrera. Inom detaljhandeln med motorbränsle saknar köparna marknadsstyrka helt och hållet, eftersom det är bilisterna som svarar för efterfrågan.

Kontakter på flera marknader

487. Kontakter på flera marknader kan bidra till att upprätthålla en oligopolistisk dominerande ställning eftersom de kan öka utrymmet för repressalier, som kan genomföras också på andra marknader. Oljebranschen kännetecknas av vertikalt integrerade företag som är verksamma i alla handelsled, från utvinning av råolja till saluföring av bränsle.
488. Mot bakgrund av detta, som är gemensamt för alla ovannämnda nationella marknader, bör det därefter granskas om de specifika marknadsvillkoren på de enskilda nationella marknaderna är sådana att ett oligopol kan fungera effektivt efter koncentrationen i fråga. Situationen i de enskilda länderna kommer att diskuteras utförligt nedan, med särskild tonvikt på graden av marknadskoncentration, det konkurrenstryck som utövas av andra aktörer än de misstänkta oligopolmedlemmarna samt orsakssambandet mellan koncentrationen och konstaterandet av en kollektivt dominerande ställning.
489. I tabellen nedan jämförs priserna på motorbränsle i de länder som påverkas av transaktionen.

Produkt: Motorbensin i detaljhandeln - Pris vid pumpen

Region	Medelpris per ton (USD)					
	1996		1997		1998	
	Inkl. skatt	Exkl. skatt	Inkl. skatt	Exkl. skatt	Inkl. skatt	Exkl. skatt

Österrike	1,438	491	1,288	457	1,193	390
Belgien	1,500	398	1,389	370	1,312	313
Frankrike	1,524	285	1,384	278	1,391	266
Tyskland	1,400	354	1,222	334	1,174	279
Luxemburg	1,148	401	1,028	383	936	321
Nederländerna	1,579	428	1,447	406	1,405	347
Förenade kungariket	1,271	270	1,397	300	1,487	271

Produkt: Dieseloilja i detaljhandeln - pris vid pumpen

Region	Medelpris per ton (USD)					
	1996		1997		1998	
	Inkl. skatt	Exkl. skatt	Inkl. skatt	Exkl. skatt	Inkl. skatt	Exkl. skatt
Österrike	1,014	407	900	369	820	314
Frankrike	937	255	856	239	854	220
Tyskland	955	334	822	294	762	234
Luxemburg	832	333	739	305	659	247
Nederländerna	1,003	366	903	329	842	271
Förenade kungariket	1,044	249	1,194	266	1,278	228

ÖSTERRIKE

ALLMÄN ÖVERSIKT

Raffinering

490. I Österrike finns det endast ett raffinaderi, som ägs och drivs av OMV. Traditionellt anskaffas mer än 70 % av petroleumprodukterna direkt från raffinaderier i inlandet. Importen till Österrike verkar inte skötas av någon oberoende återförsäljare, utan av integrerade företag. Tillgången på kapacitet i Österrike är tillräcklig. Råoljan köps in av OMV och RAG och transporteras via en oljeledning från Adriatiska havet till Wien, där den raffinerar i OMV:s raffinaderi i Schwechat. Det betyder att OMV har en viktig roll i Österrike: företaget äger det enda raffinaderiet i Österrike, det innehar aktiemajoriteten i rörledningen Adriatiska havet-Wien och i Erdöl-Lagergesellschaft, det är delägare i Autobahn-Betriebsgesellschaft och har en egen rörledning mellan Wien och St. Valentin.
491. OMV har ett avtal om att dela produktionen i sitt raffinaderi med Mobil, Esso och AGIP. Tillsammans använder dessa företag 15 % av detta raffinaderis produktion. OMV bedriver också produktbyte med Conoco, Agip och Aral. Shell, Mobil, Esso och Agip äger också aktier i AWP, Erdöl-Lagergesellschaft (lagring) och Autobahn-Betriebsgesellschaft. Utskottet för kartellfrågor (Paritätische Ausschuß für Kartellangelegenheiten) ansåg att detta samarbete mellan de stora aktörerna skulle kunna närma sig en kartell. Stora bolag levererar bränsle till varandras bensinstationer för att spara transportkostnader.

Infrastruktur

492. Exxon rapporterar att flera rederier nyligen erbjöd prämtransporter från Rotterdam till Wienområdet till ett pris på [...] tyska mark per ton för destillat och [...] tyska mark per ton för motorbensin, vilket gav ett volymviktat medelpris för motorbränslen på cirka [...] tyska mark per ton. Fraktavgiften från Rotterdam till en typisk destination i Tyskland (Rhein/Mainområdet) är omkring [...] tyska mark per ton. De genomsnittliga leveranskostnaderna för Österrike är således [...] högre än för Tyskland. Det högre priset beror på det längre transportavståndet, kanaltullarna, de exceptionellt många slussarna som måste passeras i Rhen/Donau-kanalen och som fördröjer transporten, de lägre vattennivåerna jämfört med Rhen och en större risk för förseningar på grund av lågvatten i Donau (eftersom vattennivåerna i Donau inte regleras med hjälp av dammar).
493. Förutom de lagringsanläggningar som kontrolleras av de stora bolagen finns det dessutom oberoende lagringsmöjligheter, t.ex. Tamoil i Linz, Roth Öl i Steiermark och mindre terminaler som tillgodoser regional efterfrågan. Parterna har visserligen inte lämnat några siffror om kapaciteten i dessa lagringsalternativ, men de har uppgett att kapaciteten inte är betydande. I alla händelser har konkurrenter påpekat att det inte finns någon risk för att de skall utestängas från marknaden för lagringskapacitet, eftersom de stora bolagen väljer att hyra ut lagringskapacitet hellre än att kontrollera den.

Grossisthandel

494. År 1997 importerades 27 % av bränslekonsumtionen och 35 % av dieselkonsumtionen. Stora aktörer, tradinghandlare och ”utomstående” importerar oljeprodukter med präm på Donau, med tåg eller på landsväg. Utomstående, eller så kallade B-varumärken (dvs. mindre detaljhandelsnät än de som drivs av OMV, Aral eller BP/Mobil, t.ex. Avia, Jet, Turmöl, Rühl, IQ, AWI, Roth, Hölzl, Champion, A1 och Eurol) importerar bränsle eller köper bränsle av stora aktörer och grossister och de kan uppenbarligen välja det billigaste anbudet och fastställa sina priser självständigt. Exxon tillgodoser [...] * % av sitt leveransbehov genom att köpa av tredje parter. Resten kommer i form av överföringar från koncernbolag eller i form av tidsbundna processarrangemang från OMV:s raffinaderi i Schwechat. BP/Mobil köper in [...] * % av sin försäljningsvolym från tredje parter. Återstoden består av produktion som raffinerar inom landet.

Detaljhandel

495. I Österrike är bränsledetaljisterna märkesstationer, självständiga (eller fria) stationer och vita stationer. Snabbköpen har ingen stor betydelse på bränslemarknaden och de driver bara ett litet fåtal stationer.
496. OMV, Aral, BP/Mobil, Shell och Esso har de viktigaste nätverken av märkesstationer. Andra märkesstationer är B-varumärken och vita stationer.
497. 64 % av stationerna är märkesstationer. Dessa stationer sköts av föreståndare genom ett system som ålägger föreståndarna att fastställa sina priser enligt de stora oljebolagens anvisningar. Det är viktigt att notera att de stora aktörerna (OMV, Aral, BP/Mobil, Shell och Esso) äger aktier i minst [...] * % av stationerna i Österrike.
498. De fria stationerna (eller B-varumärkena) är Avia, Jet, Turmöl, Rühl, IQ, AWI, Roth, Hölzl, Champion, A1, Eurol osv. Andra B-varumärken är delvis i händerna på de stora aktörerna: Genol (OMV 29 %) och Avanti (Shell 50 %) har ett nätverk som täcker hela Österrike. I Österrike ägs vita stationer inte av självständiga företag utan av de stora aktörerna, som föredrar att inte göra dem till märkesstationer (t.ex. OMV har ett nätverk av vita stationer: Stroh-Tankstellen).
499. [...] *.
500. Bensinstationsbranschen är hårt reglerad i Österrike. Före den 16 september 1981 reglerades bränslepriserna av staten. Priserna ändrades endast på petroleumföretagens begäran, om deras kostnader ökade. År 1981 avreglerades priserna för alla bränslen utom diesel. Aktörerna på marknaden har varit OMV, Agip Austria AG, BP Austria AG, Mobil Oil Austria AG, Shell Austria AG och Aral Austria GmbH. På lokal nivå har de stora aktörerna varit tvungna att konkurrera med B-varumärken (t.ex. Avanti, Jet, Turmöl) och självständiga företag. I denna situation erbjöd de stora bolagen sina stationer lägre priser för att konkurrera inom dessa områden. (priskoncentration). År 1990 trädde ett nytt avtal (”Branchenübereinkommen”) i kraft, som skulle göra prissättningen objektivare. Ett marknadsinformationssystem infördes för att man skulle kunna följa de internationella och nationella bränslepriserna varje vecka. Denna åtgärd hade ingen verklig framgång, så man avstod både från avtalet och regleringen av priset på dieselolja.

501. Österrike har också höga miljökrav men de skiljer sig inte från miljökraven i Tyskland. Små stationer har inte råd att följa de stränga normerna (Exxon uppger att detta är huvudorsaken till att marknaden kommer att fortsätta rationaliseras). Ekonomiskt stöd beviljas för stängning av bensinstationer. Alla dessa kostnader är liknande i Tyskland.
502. Österrike har ett mycket finmaskigt stationsnät (finmaskigare än Tyskland). Följden är att den genomsnittliga försäljningen per station är lägre: 1 422 m³ i Österrike jämfört med 3 170 m³ i Tyskland. Antalet stationer har minskat med 23 % från 1995 till 1997. Efter 1995 har inga nya aktörer kommit in på marknaden med undantag för Jet-Conoco, som har utvidgat sitt nätverk från 29 till 55 stationer.

SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE

Marknadsstruktur

503. Följande tabell visar hur marknadsandelarna utvecklats i Österrike under de fyra senaste åren. Det framgår av tabellen att marknaden hittills dominerats av tre företag, nämligen OMV, BP/Mobil och Shell, som tillsammans har [50–60]* % av marknaden. De två följande marknadsaktörerna i storleksordning är Esso och Aral, vardera med en marknadsandel på mer än [0–10]* %.

	1995	1996	1997	1998
OMV	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%
BP ⁵⁹	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
Shell	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
ESSO	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
Aral	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
Övriga varumärken	[20-30]*%	[20-30]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
Övriga	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%

504. Såsom förklaras ovan är övriga aktörer på marknaden andra mindre märkesnät, snabbköp och vita stationer. I ett antal mindre märkesnät, som utgör omkring [30-40]* % av B-varumärkena, har en av de tre stora marknadsaktörerna ekonomiska intressen. Enligt de anmälade parterna har snabbköpens marknadsandelar legat stadigt på 2 % under de fem senaste åren och väntas inte variera betydligt i framtiden. Vita stationer har minskat från 8,4 % till 8,0 % under samma period. Parterna väntar sig inte att konkurrenssituationen kommer att ändras betydligt på kort sikt. Detta påstås bero på de gällande begränsande villkoren för beviljande av tillstånd.

59. Mobils andel har lagts till BP:s andel från och med 1997. Mobils andel innan det gemensamma företaget bildades finns inte tillgänglig.

Konkurrensdynamik - kostnader och priser

Kostnader

505. Det är mycket osannolikt att någon av de andra märkesdetaljisterna skulle kunna utöva något konkurrenstryck på de tre största marknadsaktörerna. I samband med marknadsundersökningen har konkurrenterna påpekat för kommissionen att om de stora aktörerna höjer sina priser följer de självständiga företagen efter. De självständiga företagen vill upprätthålla goda relationer till de stora aktörerna, eftersom de inte skulle överleva ett priskrig eller en alltför hård konkurrens. Detta beror för det första på de andelar som OMV, BP/Mobil eller Shell äger i vissa av dessa aktörer. För det andra är kostnadsbasen för dessa aktörer högre än för A-varumärken. Deras genomsnittliga försäljning under 1998 var cirka 824 kubikmeter, vilket skall jämföras med ett branschgenomsnitt på 1 422 och ett genomsnitt på 2 000 för de tre största aktörerna. På dessa låga försäljningsnivåer fördelas de fasta kostnaderna på en smal bas och utgör därför en betydande del av totalkostnaderna. Därför leder dessa skillnader i försäljningsnivåerna till betydande kostnadsskillnader. För det tredje är mindre konkurrenter i betydande utsträckning beroende av leveranser på grossistnivå från de tre stora aktörerna, som delar produktionen från OMV-raffinaderiet med Exxon.
506. Mot bakgrund av det ovanstående verkar det som om konkurrensvillkoren på den österrikiska marknaden dikteras av OMV, BP/Mobil, Shell, Esso och Aral. Med så få verkliga konkurrenter och med beaktande av att de allmänna förhållandena inom sektorn för detaljhandel med motorbränsle traditionellt främjar uppkomsten av ett oligopolistiskt beteende, finns det starka indikationer på att den österrikiska marknaden skulle kunna fungera på oligopolistiska villkor eller mycket nära sådana.
507. För Österrikes del bör man dessutom ta hänsyn till att det finns strukturella kopplingar mellan BP/Mobil och Aral (se det allmänna avsnittet ovan) och att samtliga dessa företag har särskilda avtal med OMV:s raffinaderi i Schwechat.

Priser

508. En granskning av prisnivå och prisvariationer i detaljhandeln med motorbränsle ger en kraftig indikation på att konkurrensen på marknaden är svag.
509. Priserna i Österrike (exkl. skatt) är bland de högsta i Europa. Nettopriserna på bensin och dieselolja var 33 % respektive 29 % högre än i Tyskland under 1998. Dessutom korrelerar priserna på motorbensin bara begränsat med priset på råolja eller med Platt's noteringar för bensin och dieselolja. I Puwein-studien, som nämns av parterna, förklaras det att de månatliga variationerna i Tyskland har varit 50 % större än i Österrike och att en förändring på 10 % i råoljepriset orsakar en prisvariation på 3 % i Österrike och 5 % i Tyskland (exklusive skatt).
510. Parterna har motiverat de högre priserna i Österrike med kombinationen av extrakostnader för logistik, mindre försäljning och begränsningar som gäller bensinstationsbutiker. Parterna hävdar att logistikkostnaderna består av extra transportkostnader (jämfört med Tyskland) på [...] * US-dollar och [...] * US-dollar som kan skyllas på extra distributionskostnader inom Österrike till följd av den lokala terrängen och detaljhandelnätets struktur. En mindre försäljning innebär extra enhetskostnader på [...] * US-dollar, som måste kompenseras med högre marginaler.

Slutligen påstås de begränsningar som gäller butikerna omfatta en begränsning av deras storlek (80 m² jämfört med en Exxon-standard på [...] m²), en speciallicens som behövs för att få sälja tobak osv. Detta leder enligt parterna till en inkomstförlust på [...] US-dollar för den som driver bensinstationen. Parterna adderar dessa tre faktorer och kommer fram till summan [...] US-dollar och de anser att detta förklarar 90 % av skillnaden mellan bränslepriserna vid pumpen i Österrike och Tyskland.

511. Antagandet om förlorade inkomster till följd av butiks begränsningar verkar tvivelaktigt. För det första hänvisar parterna till en inkomstförlust och inte till förlorad marginal, som borde ha ett lägre värde än den totala inkomstförlusten. För det andra hänvisade parterna, när de tillfrågades om en bedömning av de extramarginaler som genereras av närbutiker i Tyskland, till en punkt med beteckningen ”bruttodistributionsmarginal - övriga”, som innehöll ett belopp på [...] per ton för Tyskland ([...]). När man tittar på samma punkt för Österrikes del anger den ett högre värde, [...] US-dollar per ton.
512. I alla händelser, även om man antar att summan 85 US-dollar per ton bygger på väl underbyggda antaganden, skulle den oförklarade prisskillnaden på [...] % jämfört med Tyskland fortfarande uppgå till omkring [...] cent per liter. Eftersom parterna själva har beräknat att en marginal på cirka [...] cent per liter efter de rörliga kostnaderna skulle ge en godtagbar avkastning på investeringen, skulle det innebära en ökning på [...] % av avkastningen [...].

Inträdeshinder - Utvidgning - Potentiell konkurrens

513. Exxon har såväl muntligen under möten med tjänstemän från kommissionen som i sina interna dokument påpekat att det inte väntar sig något konkurrenshot från snabbköpen i Österrike. Detta bekräftades av marknadsundersökningen.

SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN - TRANSAKTIONENS INVERKAN PÅ KONKURRENSEN

514. Transaktionens effekter måste bedömas mot ovan beskrivna bakgrund, och dessutom måste man beakta de omständigheter som lyfts fram i avsnittet om allmänna strukturella kännetecken för detaljhandeln med motorbränslen.
515. Koncentrationen mellan Exxon och Mobil kommer att leda till uppkomsten av starka kopplingar mellan BP/Mobils, Arals och Exxons respektive verksamheter inom detaljhandeln med motorbränsle i Österrike. Detta kommer att leda till att incitamenten för Aral och Esso att utmana den ledande OMV:s, BP/Mobils och Shells ledande ställning minskar avsevärt. Aral och Esso verkade faktiskt vara de enda nätverken med kapacitet att utöva ett visst konkurrenstryck på de tre toppföretagen. Efter koncentrationen skulle oligopolet ha en sammanlagd marknadsandel på [70–80] % (inklusive ägande och andelar i andra än A-märkesstationer) och bara mycket små marginella konkurrenter med en kostnadsbas som inte ger dem möjlighet att konkurrera effektivt. Dessutom skulle någon av de tre stora aktörerna ha en viss grad av ekonomiskt intresse i dessa små konkurrenter, som dessutom skulle vara beroende av leveranser från dessa stora aktörer. Koncentrationen skulle därför leda till att en kollektivt dominerande ställning uppkommer eller förstärks för OMV, trion Exxon-

BP/Mobil-Aral och Shell på den österrikiska marknaden för detaljhandel med motorbränsle.

FRANKRIKE - MOTORVÄGAR

ALLMÄN ÖVERSIKT

516. Såsom kommer att visas nedan kännetecknas konkurrensläget på marknaden för detaljhandel med motorbränsle vid franska tullbelagda motorvägar av att aktörerna är mycket få. Utbudet är mycket koncentrerat och alla aktörer är stora vertikalt integrerade oljebolag. Eftersom raffineringen och grossisthandeln på denna marknad inte ser ut att väcka några frågor avseende avskärmning av marknaden, beaktas dessa aspekter inte vidare i denna bedömning.

Bensinstationer vid tullbelagda motorvägar som en separat produktmarknad

517. Transaktionen skulle få en mycket betydande inverkan på motorvägarna i Frankrike. Tullbelagda motorvägar kan utgöra separata produktmarknader på grund av sina specifika särdrag. Dessutom är Frankrike en av de medlemsstater där de flesta motorvägarna är tullbelagda, och bilisterna betalar en vägtull som baserar sig på hur lång sträcka de kör längs motorvägen. Denna omständighet avskräcker ytterligare bilisterna från att ta av från motorvägen för att köpa bensin på stationer vid sidan av motorvägarna. Också på utbudssidan har motorvägskanalens särställning att göra med förekomsten av höga inträdeshinder (se punkterna 554–561 nedan).

518. I tabellen nedan visas skillnaderna mellan Exxons motorvägspriser och Exxons genomsnittliga priser vid pumpen i de EU-länder som påverkas mest av transaktionen⁶⁰.

Beräknat delta för priserna vid pumpen vid motorvägar i % av Exxons genomsnittliga nätverkspris	Bensin inklusive skatt	Diesel inklusive skatt	Bensin exklusive skatt	Diesel exklusive skatt
[...]*				

519. Det framgår av tabellen ovan att Frankrike är det enda av de länder som granskas i detta ärende där skillnaden mellan priserna efter skatt vid motorvägarna och priserna efter skatt vid sidan av motorvägarna är betydande (inom intervallet [...]* %). Detta beror antagligen på att motorvägarna i andra länder är utsatta för en intensivare konkurrens från bensinstationer vid sidan av motorvägarna.

60. Eftersom inga branschuppgifter om de genomsnittliga priserna vid pumpen vid motorvägar finns tillgängliga, används Exxons priser vid pumpen vid motorvägar som mått på de genomsnittliga priserna vid pumpen inom branschen. Parterna kunde inte heller lägga fram separata uppgifter enbart om tullbelagda motorvägar. Kommissionen använde därför siffror som omfattar alla motorvägar som ett närmevärde för tullbelagda motorvägar.

520. Parterna anser att detaljhandeln med motorbränsle vid de franska motorvägarna inte utgör en separat marknad i förhållande till marknaden för detaljhandeln med motorbränsle vid sidan av motorvägar. Detta har poängterats också av andra oljebolag, som svarat på det meddelande om invändningar som kommissionen utfärdat i samband med förfarandet. De hänvisar alla till att bilisterna kan köra långa sträckor och köpa bensin vid sidan av motorvägar på grund av den stora bränslekapaciteten i moderna bilar. Dessutom informeras franska bilister regelbundet med särskilda broschyrer om prisskillnaderna mellan bensinstationer vid motorvägar och bensinstationer vid sidan av motorvägar. Både enligt parterna och övriga oljebolag som besvarar meddelandet har också den genomsnittliga konsumtionen av motorbränsle minskat vid franska motorvägar under de senaste åren, särskilt om man väger in den genomsnittliga trafikökningen.
521. Man påstår särskilt att efterfrågan på bränsle vid franska motorvägar har minskat betydligt på grund av konkurrensen från stationer vid sidan av motorvägarna. Till stöd för sin ståndpunkt hänvisar parterna till en undersökning som organisationen Union Française de l'Industrie du Pétrole genomförde 1992, där man förutspådde att försäljningsvolymen för motorbränslen vid koncessionsmotorvägar skulle öka med uppskattningsvis 410 miljoner liter under de fem följande åren, med hänsyn tagen till ett ökat trafikflöde och en utbyggnad av motorvägsinfrastrukturen. Efteråt kan det konstateras att det visserligen skedde en ökning av trafikflödet och att motorvägsnätet faktiskt byggdes ut, men att försäljningen av motorbränsle minskade med nästan 270 miljoner liter under den perioden. På grundval av detta anser parterna att kunderna har förflyttat sig från motorvägsstationerna till stationer vid sidan av motorvägarna.
522. De bevis som lagts fram av parterna är åtminstone ofullständiga. Det faktum att bränsleförsäljningen vid motorvägarna har minskat med 270 miljoner liter på fem år bevisar ingenting i sig. För att kunna visa att försäljningen av motorbränsle vid motorvägarna har minskat till förmån för försäljningen vid sidan av motorvägarna, borde parterna på ett relevant sätt ha jämfört konsumtionsmönstren inom båda nätverken. Parterna gjorde dock aldrig någon sådan bedömning. Ännu viktigare är att de helt enkelt bortser från det logiska faktum att trafikflöden och väginfrastrukturer kan ha ökat också när det gäller bensinstationer vid sidan av motorvägar.
523. En meningsfull jämförelse mellan efterfrågan på motorbränsle vid bensinstationer vid motorvägarna och efterfrågan vid bensinstationer vid sidan av motorvägarna visar att konsumtionsmönstren inom de två nätverken är mycket likartade. Tabellen nedan visar den totala försäljningsvolymen för motorbränsle vid de franska motorvägarna under de fem senaste åren samt den totala försäljningsvolymen för motorbränsle på den franska marknaden som helhet. Ingen hänsyn har tagits till ökningen av trafikflödet och utbyggnaden av väginfrastrukturen.

FRANKR IKE		<u>1994</u>	<u>1995</u>	<u>1996</u>	<u>1997</u>	<u>1998</u>	
<u>BERÄKNAD VOLYM VID MOTORVÄGARNA</u>							
	Motorbensin	Kt	908	852	799	788	781
	Dieselolja	Kt	<u>1449</u>	<u>1519</u>	<u>1509</u>	<u>1587</u>	<u>1684</u>
			2357	2371	2308	2375	2465

DETALJHANDELSVOLYM I
BRANSCHEN

Motorbensin	Kt	16122	15379	14738	14377	14289
Dieselolja	Kt	<u>15649</u>	<u>16532</u>	<u>17139</u>	<u>18118</u>	<u>19005</u>
		31771	31911	31877	32495	33294

524. Såsom framgår av tabellen ovan liknar trenden för försäljningen vid motorvägarna under de fem senaste åren den övergripande trenden. Det har skett en liten ökning av efterfrågan, vilket främst beror på en ökad efterfrågan på dieselolja, medan bensinkonsumtionen har minskat något. Denna trend är gemensam för motorvägsnätet och nätverket utanför motorvägarna. Det verkar utifrån dessa uppgifter som om konsumtionsmönstren vid motorvägarna inte skiljer sig från de konsumtionsmönster som kännetecknar bensinstationer vid sidan av motorvägarna.
525. En kvalitativ analys av de kunder som anlitar bensinstationer vid motorvägar är också upplysande. I tabell nedan anges en uppskattning av Exxons totala försäljningsvolym i detaljhandeln med motorbränsle åren 1996–1998 per månad.
526. Procentuell andel av försäljningen per månad vid Exxons motorvägsstationer

Jan.	Feb.	Mars	April	Maj	Juni	Juli	Aug.	Sep.	Okt.	Nov.	De
------	------	------	-------	-----	------	------	------	------	------	------	----

[...]*

Siffrorna uttrycks i procentandelar

527. Det framgår entydigt av tabellen ovan att största delen av försäljningen under året vid de franska motorvägarna äger rum under de allmänna semestermånaderna. Vad beträffar bensinkonsumtionen är det framför allt två månader, nämligen juli och augusti, som svarar för mer än [...]* % av den totala försäljningen. Om april och maj tas med i beräkningen sker omkring [...]* % av årets totala försäljning under fyra

månader. I fråga om dieselloja är trenden mindre tydlig, men dock skönjbar. Allmänt sett är försäljningen större under alla de månader som täcker perioder av allmänna ledigheter. Siffrorna ovan visar med andra ord stora säsongsbetingade fluktuationer i efterfrågan, vilket i sin tur innebär att efterfrågan är mycket bunden. Säsongkunderna är för det mesta turister, som med största sannolikhet tankar vid motorvägarna. Dessa resultat talar återigen för att motorvägarna bör behandlas som en separat marknad.

528. Att detaljhandeln med motorbränsle vid franska tullbelagda motorvägar är en separat marknad bevisas slutligen av att priserna är 5–10 % högre än utanför motorvägarna. Parterna hävdar i detta sammanhang att bränsledetaljister har större kostnader när de driver bensinstationer vid motorvägar. Detta förklarar dock inte alls varför bilisterna utan vidare är beredda att betala ett högre pris för bensin de köper vid motorvägar. Sammanfattningsvis kan det konstateras att den franska motorvägskanalens ”isolering” från resten av marknaden exakt avspeglas i priserna, som är 5–10 % högre än priserna vid bensinstationer utanför motorvägarna.

SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE

Marknadsstruktur

529. Situationen före koncentrationen är följande. Till skillnad från detaljhandeln utanför motorvägarna är marknaden för detaljhandel med motorbränsle vid tullbelagda motorvägar i Frankrike redan mycket koncentrerad. Marknaden kännetecknas av närvaron av endast sex aktörer som alla är vertikalt integrerade oljebolag, av vilka ett, Agip, har en obetydlig ställning. De övriga fem aktörerna kan delas in i två kategorier: nationella ledare, dvs. Total och Elf, och de stora, dvs. Shell, Exxon, BP/Mobil. De två nationella ledarna är marknadsledare. Det hänger samman med deras traditionellt starka ställning i Frankrike, som har förblivit ohotad på marknaden för tullbelagda motorvägar. Båda aktörerna har sina egna raffinaderier i Frankrike, vilket garanterar punktliga och billiga leveranser av motorbränsle. Båda äger ett stort antal anläggningar lämpligt utspridda över hela Frankrike. Båda har ett mycket stort antal bensinstationer, vilket garanterar en finmaskig täckning av motorvägsnätet. Av de två aktörerna är det Total som har en ledande ställning på marknaden för tullbelagda motorvägar. Efter koncentrationen med Fina har Total ytterligare stärkt sin ledarposition, och uppnått en marknadsandel på omkring [30–40]* %. Total är dessutom, vilket kommer att visas nedan, den kostnadseffektivaste detaljisten när man tittar på den genomsnittliga försäljningen per station. De tre största aktörerna är alla medelstora aktörer på denna marknad. Shell och Exxon har jämförbara marknadspositioner ([10–20]* % respektive [10–20]* %), såväl i fråga om försäljningsvolym som antalet försäljningsställen, medan BP/Mobil kommer ganska nära. CR4 före koncentrationen är nästan [80–90]* %.
530. Praktiskt taget inga oberoende detaljister är verksamma på marknaden. Det finns flera orsaker till detta, bland annat svårigheten att få licens för bensinstationer vid motorvägar, det knappa utbudet på platser där man kan anlägga en bensinstation, de stora investeringskostnader som krävs (dessa aspekter diskuteras närmare nedan).
531. I tabellen nedan anges en uppskattning av marknadsandelarna (mätt i volym) för parterna och deras konkurrenter under de fem senaste åren.

Frankrike	1994	1995	1996	1997	1998
-----------	------	------	------	------	------

Total	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*
Elf	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
Shell	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Esso	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
BP/Mobil	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Fina	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Agip	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

532. Marknaden har hållit sig ganska stabil under denna period vad marknadsandelarna beträffar. Vissa aktörers marknadsandelar har fluktuerat +/- 10 % under en femårsperiod. De ledande aktörernas har dock hållit sina marknadspositioner praktiskt taget oförändrade; Total leder följt av Elf, Shell, Exxon och BP.
533. Det lönar sig också att mäta de olika aktörernas marknadsposition på grundval av antalet stationer.

Antalet stationer	1996	1997	1998
Total	111	113	126
Elf	128	125	124
Shell	48	51	57
Esso	55	56	60
BP/Mobil	22	42	41
Fina	26	34	24
Agip	9	9	7

534. Total och Elf har nästan lika många anläggningar var (126 respektive 124) följda av Shell, Exxon och BP. Stabiliteten när det gäller utvecklingen av andelarna har varit mindre uttalat stabil än i fråga om de volymbaserade marknadsandelarna, men fortfarande mycket hög. Under en femårsperiod har särskilt Total ökat antalet anläggningar med cirka 20 % (bortsett från förvärvet av Fina), och tagit ledningen på Elfs bekostnad. Övriga ledande aktörer har behållit sin ställning i det närmaste oförändrad, utom BP som förvärvade Mobils nätverk 1997.
535. På det hela taget verkar det på grundval av de ovannämnda omständigheterna som om marknaden för detaljhandeln med motorbränsle vid franska motorvägar under de senaste åren har varit ganska statisk, och inga ändringar har noterats. Efterfrågan har varit ganska jämn i fem års tid. Konkurrenterna har mer eller mindre behållit sin ställning.

Konkurrensdynamik - kostnader och priser

Kostnader

536. En viktig faktor i lönsamheten för ett detaljhandelsnät är försäljningen. Ju större försäljning, desto lägre är stationernas driftskostnader per liter. För att kunna jämföra

de ovan nämnda aktörernas kostnader anges i tabellen nedan den genomsnittliga försäljningen per station för de olika aktörerna under de fem senaste åren.

Franska motorvägar Försäljning								
	Agip	BP/M	Elf	Esso	Fina	Total	Shell	Totalt
1998								
Stationer	7	58	124	60	24	126	73	472
Motorbränsle, km3/år	29	309	771	389	93	1004	430	3026
Försäljning per station, m3/år	4199	5333	6220	6482	3889	7970	5891	6412
1997								
Stationer	9	60	125	64	34	113	70	475
Motorbränsle, km3/år	35	296	731	399	106	929	425	2922
Försäljning per station, m3/år	3911	4933	5851	6234	3118	8223	6078	6152
1996								
Stationer	9	60	128	67	26	111	66	467
Motorbränslen, km3/år	37	292	702	408	90	893	422	2844
Försäljning per station, m3/år	4139	4873	5485	6089	3465	8042	6390	6090
1995								
Stationer	8	57	128	64	25	108	67	457
Motorbränslen, km3/år	35	318	705	414	89	914	450	2927
Försäljning per station, m3/år	4392	5585	5506	6476	3570	8466	6719	6404
1994								
Stationer	9	60	121	59	21	103	66	439
Motorbränslen, km3/år	39	328	697	424	78	897	454	2918
Försäljning per station, m3/år	4364	5469	5761	7184	3734	8705	6881	6646

Källa: UFIP

Källa: UFIP

537. Det framgår av tabellen ovan att Total har den största försäljningen med 7 970 m³ per station, följt av Exxon med 6 482 m³. Alla ledande aktörer har dock en försäljning på långt över 5 000 m³. Allmänt kan det sägas att den genomsnittliga försäljningen är ganska stor jämfört med genomsnittet för stationerna utanför motorvägarna. Detta beror emellertid på att motorvägsstationerna i allmänhet är större än en vanlig station vid en mindre väg.
538. Inom branschen anser man att en genomsnittlig försäljning på 3 000–3 500 m³ per station gör det möjligt för en vanlig bensinstation att uppnå den minsta effektiva driften (*minimum efficient scale*). Eftersom motorvägsstationerna dock har större kostnader än vanliga stationer, kan en större genomsnittlig försäljning anses garantera en minsta effektiv drift. En försäljning på 6 000 m³ (dubbelt mer än den genomsnittliga försäljning som ger den minsta effektiva driften) kan rimligen betraktas som den kritiska punkt där inkomster och utgifter är i balans. Utifrån detta synsätt verkar det som om inga märkbara skillnader finns mellan de olika aktörerna vad gäller kostnadseffektivitet. Tre aktörer (Total⁶¹, Exxon och Elf) uppnår i stort sett målet, medan två andra (Shell och BP) ligger mycket nära.

61. Man bör även beakta att Total nyligen förvärvade Fina, som har den minsta försäljningen per station.

Priser

539. För att man skall kunna göra en fullvärdig bedömning av konkurrensläget på marknaden för detaljhandel med motorbränsle vid franska tullbelagda motorvägar är det skäl att jämföra med den franska marknaden för detaljhandel med motorbränsle som helhet, som enligt parterna är en av de konkurrenskraftigaste i Europa.
540. Såsom visades i punkterna 518–520 ovan verkar det som om Frankrike har den överlägset största prisskillnaden. Jämförelsen med siffrorna för olika länder kan ibland vara missvisande på grund av de olika konkurrensvillkoren på de nationella marknaderna. I vissa länder, exempelvis i Österrike och Nederländerna, är priserna exklusive skatt utanför motorvägarna som helhet betraktade extremt höga, och detta kan delvis förklara en mindre skillnad i förhållande till motorvägspriserna. I alla dessa länder är motorvägarna dessutom avgiftsfria, utom i Frankrike. Det talar för att stationer utanför motorvägarna utövar ett hårdare konkurrenstryck på motorvägsstationer. Situationen i Frankrike kan dock jämföras med Förenade kungariket, eftersom priserna vid pumpen före skatt i det sistnämnda landet ligger nära priserna före skatt i Frankrike. Prisskillnaden i Förenade kungariket är dock mer än fem gånger mindre än i Frankrike. Det är upplysande också att jämföra situationen i Tyskland med Frankrike, eftersom prisskillnaderna inte är så betydande.
541. I tabellen nedan jämförs Exxons motorvägspriser och Exxons nätverkspriser i Frankrike, Förenade kungariket och Tyskland.

	Frankrike	Förenade kungariket	Tyskland
Exxons priser före skatt vid motorvägar - motorbensin	[...]*	[...]*	[...]*
Exxons genomsnittliga nätverkspriser före skatt - motorbensin			
Exxons motorvägspriser före skatt - diesel			
Exxon genomsnittliga nätverkspriser före skatt - diesel			

542. Det kan noteras att prisskillnaderna mellan dessa länder är mycket betydande och knappast kan förklaras med högre kostnader i Frankrike jämfört med Förenade kungariket och Tyskland. Även om man tar hänsyn till att en del av de kostnader vid de franska motorvägarna som parterna räknat upp saknas i Förenade kungariket och Tyskland (t.ex. koncessionsavgifter), verkar övriga kostnader vara gemensamma extrakostnader som en detaljist har för att driva en bensinstation vid en motorväg oavsett vilket land det är fråga om.
543. Det kan i detta avseende vara betydande att jämföra Exxons bruttomarginaler och kostnader vid motorvägar i Frankrike, Förenade kungariket och Tyskland. Det är särskilt betydande att jämföra det som parterna i sin anmälan kallar ”övriga grossistkostnader”, dvs. kostnader som täcker alla direkta (t.ex. arrenden/skatter, reklam, säljpersonal) och indirekta (t.ex. omkostnader, systemkostnader) kostnader

som särskilt är förknippade med att bedriva och leda detaljhandelsverksamhet i landet i fråga. Transport- och leveranskostnader är inte medräknade.

Motorvägar - 1998	Frankrike	Förenade kungariket	Tyskland
Exxons grossistkostnader - motorbensin		[...]*	
Exxons grossistkostnader - motorbensin		[...]*	
Exxon bruttomarginaler - motorbensin		[...]*	
Exxons bruttomarginaler - motorbensin		[...]*	

Siffrorna anges i US-dollar per ton

544. Det framgår av tabellen ovan att de kostnader som parterna anser vara orsaken till de högre priserna vid de franska motorvägarna är lägre i Frankrike än i Förenade kungariket och Tyskland. Däremot är bruttomarginaler och priser betydligt högre i Frankrike än i Förenade kungariket och Tyskland.
545. Man kan inte heller hävda att jämförelsen av ovanstående uppgifter är missvisande därför att Exxons detaljhandelnät har olika struktur i varje land. I detta avseende räcker det med att konstatera att Exxons motorvägsnätverk i Frankrike enbart består av bolagsägda stationer, det vill säga stationer där Exxon har de högsta tänkbara kostnaderna.
546. I sitt svar på meddelandet om invändningar konstaterar parterna att de uppgifter om kostnaderna som ovan uppges vara representativa för motorvägsstationer i själva verket omfattar såväl motorvägsstationer som stationer utanför motorvägarna. Det bör noteras i detta sammanhang att den information som kommissionen förlitat sig på lämnades av parterna som svar på en entydig begäran om upplysningar om de kostnader som är förknippade med motorvägsstationer. Kommissionen har därför antagit att parterna betraktar dessa uppgifter som representativa också för sina egna motorvägsstationer.
547. Hur som helst verkar det som om de franska motorvägsstationernas marginaler är oförklarligt höga, till och med om bedömningen bygger på de uppgifter som parterna inte bestrider. Priserna vid pumpen före skatt vid franska motorvägar är i genomsnitt mellan [...]* och [...]* % högre än de franska priserna vid pumpen före skatt som helhet. Parterna gör gällande att dessa skillnader har sin grund i att detaljister som driver en motorvägsstation har högre kostnader. Parterna hävdar särskilt följande:
- i)* att samtliga ”koncessionära” motorvägsstationer i Frankrike ([...]* % av totalantalet Exxon-stationer) måste betala volymrelaterade avgifter på cirka [...]* centime per liter till innehavaren av koncessionen för motorvägsstationen;
 - ii)* att motorvägsstationer åsamkas större investeringskostnader för att kunna erbjuda den extraservice koncessionären kräver: det är vanligen fråga om extra tankar för lagring av bränsle, extra tvätt- och parkeringsanläggningar osv., och de därav föranledda extra kostnaderna uppgår till [...]* centime per liter;
 - iii)* att motorvägsstationer måste vara öppna varje dag 24 timmar i dygnet.

Extrakostnaderna är cirka [...] centime per liter;
 iv) att användningen av företagskreditkort är mer förekommande vid motorvägar, vilket orsakar merkostnader på omkring [...] centime per liter.
 Alla dessa kostnader utgör enligt parterna en stor del av dessa skillnader - [...] % för motorbensin och [...] % för dieselolja.

548. Men även om parternas generösa uppskattningar godtogs, skulle det fortfarande återstå en betydande oförklarad prisskillnad på 20–30 %. Kort sagt skulle det på grundval av de beräkningar parterna lagt fram fortfarande finnas en marginal på upp till 10 centime per liter som inte förklaras av några extra kostnader.
549. Mot bakgrund av det ovanstående verkar det som om totalmarginalerna och i sista hand de vinster som görs av motorbränsledetaljister vid franska motorvägar är högre än vid stationer utanför motorvägar i Frankrike. Denna avkastning är också större än motorvägsstationernas avkastning i övriga EU-länder som granskas ovan.

Pristrender

550. En jämförelse av pristrenderna under de fyra senaste åren mellan priserna vid pumpen vid motorvägar och utanför motorvägar i Frankrike är också synnerligen belysande.

Priser vid pumpen		1995		1996		1997		1998	
USD per ton		Skatter inkl.	Skatter exkl.	Skatter inkl.	Skatter Exkl.	Skatter Inkl.	Skatter exkl.	Skatter inkl.	Skatter Exkl.
Motorvägar	Motorbensin	1630	378	1653	380	1500	364	1465	327
	Diesel	1007	331	1066	355	984	339	934	286
Detaljhandel utanför motorvägar	Motorbensin	1568	326	1598	334	1426	302	1384	260
	Diesel	949	282	1006	305	909	277	848	215
Prisspridning	Motorbensin	62	52	55	46	75	62	80	67
Prisspridning för motorvägar jämfört med priserna utanför motorvägar	Diesel	59	49	60	50	75	62	87	72

551. Det framgår av tabellen ovan att priserna före skatt absolut sett gått ner både vid motorvägsstationer och stationer utanför motorvägar på grund av att råoljepriset gått ner. Relativt sett verkar det dock som om priserna vid pumpen före skatt har följt olika trender, så att priserna vid stationer vid mindre vägar sjunkit mycket mer dramatiskt. Det är slående i detta avseende att skillnaderna mellan priserna vid motorvägar och priserna utanför motorvägar har ökat med omkring 30–40 %.
552. Det som väsentligen framgår av tabellen ovan är för det första att marknaden för detaljhandel med motorbränsle vid motorvägar i Frankrike saknar samband med

pristrender på den angränsande marknaden för stationer utanför motorvägar. För det andra verkar aktörerna på marknaden för tullbelagda motorvägar ha nått ett jämviktsläge med priser som ligger över en konkurrenskraftig nivå, som inte störs av den intensiva konkurrensen mellan de olika aktörerna på marknaden för stationer utanför motorvägar.

553. Slutligen är det värt att notera beträffande graden av priskonkurrens mellan de olika detaljisterna på denna marknad att prisskillnaderna är mycket små. Allmänt sett ligger priserna vid pumpen mycket nära varandra, och variationerna mellan olika detaljisters priser är obetydliga. Bristen på priskonkurrens är återigen ett tecken på att varje återförsäljare är nöjd med sin avkastning och att marknaden har nått ett jämviktsläge med höga priser.

Inträdeshinder - utvidgning - potentiell konkurrens

Inträdeshinder

554. Inom branschen erkänner man att det finns ett antal faktorer som gör ett inträde på marknaden för detaljhandel med bränsle vid motorvägarna svårare än på detaljhandelsmarknaden för bensinstationer som helhet. Detta gäller också Frankrike.
555. För det första kräver byggandet av en ny motorvägsstation vissa investeringar. Parterna uppskattar att kostnaderna för att bygga en ny bensinstation vid en motorväg kan vara mellan fem och tio gånger högre än motsvarande kostnader för att bygga en vanlig bensinstation. Enligt parterna kan en ”dubbelsidig” motorvägsstation som betjänar båda körriktningarna kosta upp till [...] * US-dollar och en ”ensidig” motorvägsstation som betjänar den ena körriktningen [...] * US-dollar, medan en bensinstation utanför motorvägar vanligen kostar omkring [...] * US-dollar. Extrakostnaderna orsakas i huvudsak av kravet på att tillhandahålla ytterligare faciliteter, exempelvis lagringstankar för bränsle, tvätt- och parkeringsfaciliteter osv.
556. För det andra kan processen för att få tillstånd till en ny bensinstation bli mycket utdragen. I Frankrike krävs det sammanlagt ett till två år för att bygga färdigt en motorvägsstation, om man också räknar den tid det tar att uppfylla tillståndskraven och slutföra anbudsförfarandet.
557. För det tredje är byggandet av nya bensinstationer strängt reglerat, och kontrolleras noggrant av vägtrafikmyndigheterna i Frankrike. Bland annat regleras också avstånden mellan bensinstationerna vid motorvägarna. Detta begränsar klart möjligheterna att bygga nya bensinstationer.
558. För det fjärde är marknaden redan ganska mättad i fråga om befintliga bensinstationer, vilket ytterligare minskar möjligheten att grunda nya försäljningsställen.
559. I praktiken har den ringa tillgången på nya bensinstationsområden tillsammans med övriga faktorer som nämns ovan hindrat nya aktörer från att komma in på marknaden för tullbelagda motorvägar i Frankrike. Det beskriver väl situationen att under de tio senaste åren har endast tre motorvägsstationer genom ett anbudsförfarande tilldelats företag som inte var verksamma på marknaden för motorvägsstationer i Frankrike före 1989. En station har beviljats Leclerc (ett franskt stormarknadsföretag) och två Dyneff (en stor oberoende återförsäljare).

560. Parterna hävdar att det finns ett inslag av konkurrens på marknaden på grund av att koncessioner för att utnyttja bensinstationstomter gäller för viss tid och beviljas på nytt med jämna mellanrum av vägtrafikmyndigheterna. Motorvägarna i Frankrike ägs antingen av centralregeringen, lokala myndigheter eller helt eller delvis privatägda bolag. De centrala eller lokala myndigheterna beviljar de sistnämnda ”koncessioner” för att bygga och driva motorvägar. Bolagen beviljar i sin tur motorbränsledetaljister koncessioner för bensinstationer i detaljhandelsledet. Vad gäller ”koncessionsmotorvägar” har koncessionerna i regel en varaktighet på 15–30 år, även om de som beviljas direkt av de lokala eller centrala myndigheterna i allmänhet är på 30 år.
561. Mot bakgrund av detta bör det noteras att detta system aldrig har fungerat som det skall, även om det i teorin utformats för att skapa något slag av konkurrens med tanke på omfördelningen av befintliga bensinstationsområden. Parterna medger i själva verket att det inte känner till ett enda fall där en ny anbudsgivare skulle ha förvärvat en befintlig motorvägsstation efter den första koncessionsperioden. Orsaken är att praxis inom branschen är att den befintliga leverantören skaffar en förlängning av sin ursprungliga koncession, vanligen i förbindelse med att man kommer överens om investering i eller modernisering av bensinstationen, innan den ursprungliga koncessionsperioden löper ut.

Potentiell konkurrens

562. Det bör även noteras att det inte finns något reellt hot om potentiell konkurrens på marknaden för tullbelagda motorvägar i Frankrike. De största konkurrenterna i detta avseende på den franska marknaden för detaljhandel med motorbränsle vid bensinstationer utanför motorvägar har varit snabbköp och stormarknader (de har mer än 50 % av den totala försäljningen i Frankrike). Dessa aktörer har särskilt utvecklat återförsäljningen av bränsle som en sidoverksamhet som kompletterar deras kärnverksamhet. Ökningen av deras försäljning grundar sig främst på möjligheten att hålla priserna låga med hjälp av kostnadseffektivitet. Detta möjliggörs i sin tur av den logistiska synergien mellan deras kärnverksamheter och detaljhandeln med motorbränsle. I synnerhet i stormarknadskonceptet är bränsleförsäljningen strategiskt placerad på parkeringsområdet för att man skall kunna dra nytta av det stora antalet kunder som kommer till stormarknaden för att handla. Därmed uppnår aktören en stor försäljning till låga driftskostnader. Att återskapa alla dessa faktorer vid en motorväg är dock inte lätt. Faktum är att ingen av stormarknadskedjorna, med ett litet undantag (Leclerc har en station med lägre priser än genomsnittet), har verksamhet vid de franska motorvägarna. De flesta snabbköps- och stormarknadskedjor som är verksamma inom detaljhandeln med motorbränsle har i sina svar till kommissionen påpekat att de inte avser att gå in på marknaden för tullbelagda motorvägar exakt av de skäl som anges ovan. De påpekar dessutom att det är särskilt svårt att komma in på marknaden för tullbelagda motorvägar om man inte har tillräckligt många stationer.

SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN: TRANSAKTIONENS PÅVERKAN PÅ KONKURRENSEN

563. Såsom anges ovan är konkurrensen svag redan före koncentrationen, vilket kan förklaras med flera faktorer. Marknaden är mycket koncentrerad, eftersom fyra operatörer (TotalFina, Elf, Shell, Esso och BP/Mobil) har nästan 90 % av försäljningen. Det finns inga aggressiva konkurrenter på samma sätt som på

marknaden för bensinstationer utanför motorvägar. Marknaden är väl skyddad från eventuella konkurrenshot genom höga inträdeshinder. Dessutom har oberoende detaljister och i synnerhet stormarknader inte visat något intresse för eller kunnat komma in på denna marknad, även om de teoretiskt sett vore idealiska kandidater.

564. Den aktuella transaktionens effekter bör bedömas mot ovan beskrivna bakgrund, med beaktande av de omständigheter som identifieras i avsnittet om strukturella kännetecken på marknaderna för detaljhandel med motorbränsle i allmänhet. För det första ökar transaktionen marknadskoncentrationen ytterligare. I praktiken leder transaktionen till att en mellanstor konkurrent försvinner från marknaden.
565. Viktigare är att transaktionen kommer att ändra marknadens struktur, eftersom den kommer att leda till uppkomsten av en ny kraft bestående av paret Exxon/Mobil och BP/Mobil, som tillsammans har en marknadsposition som ungefär kan jämföras med den näst största konkurrentens. Transaktionen har kort sagt en betydande negativ inverkan genom att den ändrar den interna oligopolistiska jämvikten. I stället för den tidigare situationen med fem aktörer, av vilka tre har relativt små marknadsandelar, kommer den nya situationen att kännetecknas av två stora aktörer, nämligen Total/Fina med [30–40]* % och Elf med [20–30]* %, plus en jämförbar tredje styrkefaktor bestående av Exxon och BP/Mobil, som tillsammans har [20–30]* %, plus en mindre aktör, Shell, med [10–20]* %.
566. Konkurrensförhållandet mellan oligopolets medlemmar kommer att ändras eftersom utrymmet för motåtgärder kommer att öka. När aktörernas marknadsandelar är större och mer i balans, är följderna av konkurrensåtgärder i repressaliehänseende potentiellt allvarigare och mer vittgående än med den rådande marknadsstrukturen.
567. I situationen före koncentrationen kunde de tre mellanstora aktörerna fortfarande fungera som störande faktorer i oligopolets jämvikt. De kunde framför allt legitimt göra anspråk på att utöka sina marknadsandelar med stöd av sina goda resultat i fråga om kostnadseffektivitet. De tre aktörerna företräder dessutom de enda verkligt stora multinationella oljebolagen, och kan därmed utgöra ett ständigt konkurrenshot mot alla företag med en ledande ställning på den nationella marknaden. Efter koncentrationen kommer marknadsstrukturen att vara sådan att inga konkurrensåtgärder kan vidtas utan starka och omfattande återverkningar. På grund av den långsamma ökningen av efterfrågan på bränsle kommer de olika aktörernas eventuella försök att öka sin försäljning oundvikligen att ske på övriga aktörers bekostnad. Dessutom innebär produktens homogenitet att den enda möjliga konkurrensstrategin i syfte att vinna marknadsandelar är att sänka priserna. Varje prissänkning leder dock oundvikligen till hämndåtgärder från övriga aktörer, eftersom dessa kommer att känna att prissänkningen riktar sig direkt mot dem. Om man dessutom beaktar att tre aktörer av fem har ett mycket finmaskigt nät i Frankrike och att de är lika kostnadseffektiva, kommer priskonkurrens att undvikas med alla medel. Shell, som är den enda återstående ”lilla” medlemmen i oligopolet, och som skulle kunna ha andra incitament, skulle dock ta mycket stora risker om det började konkurrera intensivt, eftersom det har en mindre marknadstäckning än de större återförsäljarna och därför är lättare att göra till föremål för motåtgärder. Kontentan är att koncentrationen kommer att göra det lättare att genomföra och övervaka växelverkan mellan de få dominerande aktörerna och ytterligare försämra marknadens dåliga lönsamhet.

568. Mot bakgrund av det ovanstående verkar det som om transaktionen kommer att förstärka den kollektivt dominerande ställningen för TotalFina, Elf, Shell, Esso och BP/Mobil, med konsekvensen att den effektiva konkurrensen inom den gemensamma marknaden påtagligt hämmas.

TYSKLAND

ALLMÄN ÖVERSIKT

Raffinering

569. Det finns för närvarande 17 bränsleraffinaderier i Tyskland, vid kusten eller i inlandet. De viktigaste raffinaderierna är Exxon, Shell, BP-Mobil och DEA, som äger omkring 42 % av totalkapaciteten. Dessa tre företag är vertikalt integrerade i det avseendet att de också är verksamma med grossisthandel och detaljhandel med motorbränsle. De flesta andra raffinaderier (t.ex. Conoco, Elf, Total, Agip, OMV) är också vertikalt integrerade oljebolag. Icke integrerade raffinaderier såsom Ruhr Oel, Wintershall, Beta och Holborn svarar för 43 % av den tyska totalproduktionen. Dessa raffinaderier har en sammanlagd kapacitet på 2 186 kilobarrel. Konsumtionen i hela Tyskland (dieselolja/motorbensin/motorbränsle) uppgick till sammanlagt 622 miljoner barrel 1996. Enligt Eurostat täcker Tysklands nettoimport cirka 21 % av dess produktionskapacitet, även om det nybyggda Leuna-raffinaderiet inte ingår i denna siffra. Det är viktigt att notera att inlandsraffinaderierna inte kan sälja sin överproduktion på fraktmarknaden och därför måste saluföra den i Tyskland.

Infrastruktur

570. Raffinaderier och lagringskapacitet är strategiskt placerade nära de viktigaste konsumtionsområdena, och regional lagringskapacitet säkrar leveranserna i de mer avskilda belägna delarna av Tyskland. Floden Rhen förbinder raffinaderierna i väst (Gelsenkirchen VEBA, Wesseling DEA, Godorf Shell, Karlsruhe Esso/DEA/VEBA/Conoco) och indirekt via Mittellandkanal raffinaderiet i Wintershall. Donau är förbindelseled till raffinaderierna i söder (Ingolstadt Esso, Vohburg BP-Mobil/AGIP/ RuhrOel). Tre raffinaderier har förbindelse med hamnen i Hamburg (Heide DEA, Hamburg Holborn och Hamburg Shell). Inlandsraffinaderier som saknar förbindelse med en hamn eller en flod betjänar främst den region där de är belägna eller en viktig lagringskoncentration, t.ex. Leuna (Elf) för Dresdenområdet, Burghausen (OMV) för München och Österrike (via en rörledning som har förbindelse med Donau) och Schwedt (DEA/Ruhroel/AGIP/Total/Elf) för Berlinområdet. Regionerna med hög konsumtionsnivå (Hamburg, Hannover, Köln, Frankfurt, Stuttgart, München, Berlin, Dresden m.fl.) får sitt behov av leveranser tillgodosett genom raffinaderiförsäljning från närbelägna raffinaderier.

571. Rörledningar (både produktledningar och Natos ledning för flygbränsle) täcker de västra och södra delarna av Tyskland, medan den östra delen av Tyskland försörjs med hjälp av en stor lagringskapacitet med förbindelse till båda rörledningarna och till floden Elbe. Rörledningar förbinder alla viktiga lagringsställen med raffinaderierna, även om man bör skilja mellan egna produktledningar och Natos rörledningssystem, vars hela kapacitet utnyttjas och främst är avsett för att transportera jetbränsle till militärflygplatser.

572. Till största delen av Tyskland kan produkter från fraktmarknaden levereras med pråmar på Rhen, Donau och Elbe (som förbinder Hamburg med östra Tyskland). På grund av de varierande vattennivåerna är pråmarnas bruttovikt begränsad till högst 1 000 ton. Pråmtransporter på floden Rhen kan påverkas av både höga och låga

vattennivåer. Stigande vattennivåer har nästan ingen inverkan på fraktavgifterna så länge som trafiken löper oavbrutet (vilket är mycket sällsynt), men låga vattennivåer påverkar däremot fraktavgifterna eftersom lasterna måste minskas för att pråmarna skall vara frigående vid lågvatten. Under dessa perioder går fraktavgifterna upp, även om effekten på avgifterna också beror på den faktiska efterfrågesituationen uppströms. Under perioder med låg efterfrågan (särskilt på sommaren, då efterfrågan på gas är liten), kan det hända att ett lågt vattenstånd inte har någon nämnvärd inverkan på fraktavgifterna. Under perioder med stor efterfrågan kan låga vattennivåer ha en betydande inverkan på fraktavgifterna. Lågvattensperioderna i floden Rhen varar i regel mellan en vecka per år till en månad per år.

Grossisthandel

573. Det framgår av marknadsundersökningen att det är relativt lätt för återförsäljare att komma in på grossistmarknaden. De försäljningspriser som tas ut av oberoende återförsäljare grundar sig vanligen på noteringarna i OMR-rapporten (Oil Market Report är en lokal motsvarighet till Platt's), dock med den skillnaden att man även beaktar faktorer såsom skillnader i geografisk placering och eventuella tillhandahållna tjänster. OMR:s noteringar är det pris som en återförsäljare skulle vara tvungen att betala om han vill köpa motorbränsle från lagringsanläggningar nära floden Rhen. De följer Platt's noteringar men är omkring 10–15 % högre. Enligt parterna bör pråmfrakter från ARA(Antwerpen-Rotterdam-Amsterdam)-området till Karlsruhe-området kunna förklara omkring hälften av skillnaden mellan Platt's och OMR:s noteringar. Den andra hälften av prisskillnaden omfattar övriga kostnader som skulle åsamkas ett företag som transporterar en produkt till Tyskland och säljer den till kunder där, inbegripet hanteringskostnader (dvs. kostnader för lastning och lossning av pråmar), terminal-/lagringskostnader, (eventuella) lokala hamnavgifter, försäkringar, kostnader för beställningar och säljpersonal osv., och den eventuella marginalen för det företag som säljer produkten.
574. Parterna har beräknat att 55 % av lagringskapaciteten i Tyskland är i händerna på oberoende företag. Detta har bekräftats för kommissionen av oberoende tillhandahållare av lagringskapacitet, såsom Petroplus, Oiltanking och Van Ommeren och av direkta kunder såsom Mabanaf (tradinghandlare), AVIA och Baywa (grossister). Dessa oberoende företag erbjuder sina tjänster till alla slag av kunder, också stora oljebolag.
575. I Tyskland köps traditionellt mer än 70 % av petroleumprodukterna in direkt från raffinaderier i inlandet. Importen riktar sig vanligen till oberoende återförsäljare, men den kan också härröra från koncernintern handel. För närvarande köper de flesta av parternas konkurrenter endast små mängder för att slå vakt om sin självständighet i förhållande till de stora oljebolagen som kontrollerar raffinaderierna. Icke integrerade konkurrenter till parterna har påpekat att mer än 90 % av den inköpta produkten under de senaste åren levererades av inlandsraffinaderier eller köptes från stora oljebolag, som får produkten genom utbyte eller inköp från koncernbolag. De icke integrerade konkurrenterna köper in produkter både av inlandsraffinaderier och på fraktmarknaden (ARA). Var anskaffningarna görs beror på vilka villkor som erbjuds; eftersom prisskillnaden mellan fraktmarknaden och inlandsraffinaderierna ändras hela tiden, är priserna på fraktmarknaden ibland lägre än inlandsraffinaderiernas priser. Det har exempelvis förklarats för kommissionen att inlandsraffinaderierna för närvarande erbjuder ett attraktivare pris än det totala priset för frakt, transport och

lagring. Det har framkommit att om fraktpriserna inte är betydligt lägre, är det intressantare att köpa från raffinaderier i inlandet.

576. De vertikalt integrerade återförsäljarna får sitt motorbränsle från tre olika källor: egen produktion, genom utbytesavtal som ingåtts med andra raffinaderier eller genom köp från tredje parter [...]*. BP/Mobil köper [...]* % av sitt behov av tredje parter. Exxon har ingått utbytesavtal för motorbränsle med [...]*. Det beror delvis på att Exxon främst driver raffinaderier i södra Tyskland.
577. Flera aktörer, exempelvis Avia, Mabanafit och Petroplus (grossister och tradinghandlare), är verksamma i grossistledet, vilket garanterar att icke-integrerade återförsäljare kan få leveranser av motorbränsle. Det bör dock noteras att ovan nämnda grossister har gjort anskaffningar via tradinghandlare endast i begränsad utsträckning, eftersom de flesta grossister också bedriver (begränsad) tradingverksamhet eller tillsammans har en tillräckligt stark ställning som köpare för att beställa fartyg/pråmar på fraktmarknaden.

Detaljhandel

578. Fyra kategorier av detaljister kan särskiljas i Tyskland: A-varumärken, B-varumärken, självständiga detaljister och stormarknader. A-varumärken omfattar vertikalt integrerade oljebolag, såsom Exxon, BP/Mobil, DEA och Shell men också Aral, i vilket Mobil äger en andel på 28 % (övriga stora aktieägare är Veba (56 %) och Wintershall (15 %)), och som kan utnyttja sina delägare Mobils (via BP), Vebas och Wintershalls produktion för eget bruk. B-varumärken omfattar mindre, integrerade företag såsom Elf, TotalFina eller Jet/Conoco.
579. Antalet bensinstationer minskade med 7 % åren 1994–1997. Under samma period förblev volymen motorbränsle som såldes vid bensinstationer oförändrad och låg på 50 miljoner kubikmeter.
580. Omkring 60 % av bensinstationerna är märkesstationer. Ibland äger oljebolaget tomten och byggnaderna/investeringarna på denna. Ibland äger oljebolaget endast byggnaderna och investeringarna medan tomten tillhör återförsäljaren. De stora oljebolag som är verksamma i Tyskland har ett infört ett agenturavtalssystem. Detta är typiskt för Tyskland, där det sägs att personalkostnaderna omöjliggör COCO-strukturer. Agentursystemet kan antingen omfatta hela verksamheten vid stationen eller också utesluta vissa delar, såsom butiken eller biltvätten.
581. En distinktion kan göras mellan stationer som ägs av återförsäljaren och stationer som ägs av oljebolaget. Det finns endast ett fåtal ”teststationer” som drivs av oljebolag. När det gäller stationer som ägs av återförsäljare har oljebolagen fortfarande en mycket stark ställning. Föreståndarna är beroende av oljebolaget, som fastställer priserna. Exempelvis de bensinstationer som drivs av återförsäljare och som går under varumärket Esso i Tyskland omfattas alla av ett agenturavtal. Enligt sådana avtal äger Exxon de bränslen som lagras på stationens område och fastställer detaljhandelspriset. Agentursystemet möjliggör större och säkrare marginaler [...]*⁶².

62. [...]*.

582. Återförsäljaren får ersättning i form av en kommission som grundar sig på försäljningsvolym och som saknar samband med priset vid pumpen. Agenten får bara en marginal på varje försäljning, som vanligen är cirka 2,5–3 pfennig per liter för stationer som drivs av återförsäljare och 5 pfennig per liter för stationer som ägs av återförsäljare. Provisionen är högre för stationer som ägs av återförsäljare därför att återförsäljaren i det fallet åsamkas större kostnader än i fråga om en bolagsägd station.
583. I fråga om bolagsägda (agentur)stationer som drivs av en återförsäljare har avtalen en lång löptid (vanligen ca 10 år, men de kan förlängas två gånger för en femårsperiod), vilket gör det svårt för konkurrenter att komma in på marknaden. Löptiden för Exxons återförsäljarleveransavtal varierar mellan [...]*. Den genomsnittliga löptiden är [...]*.
584. Närbutiker har en viktig roll för bensinstationers lönsamhet i Tyskland, eftersom de subventionerar bensinpriset. De drivs av dotterbolag till oljebolagen eller av sådana företag som "Lekkerland". Oljebolaget får en hyra som ersättning, även om agentursystemet inom vissa oljebolag också gäller butiken.
585. På grund av de strängt reglerade öppettiderna för butiker och stormarknader har närbutiken blivit en viktig återförsäljningskanal i Tyskland (4 % av försäljningen av drycker och livsmedel i Tyskland). Närbutiken lockar kunder och har till syfte att främja bensinförsäljarens service och kvalitetsimage. Hyrorna från butiksverksamheten genererar stora vinster, vilket kompenserar en minskad efterfrågan på bränsle ([...]*). Närbutikens betydelse väntas öka ytterligare. Storbolagen anser att det är ett verkningsfullt sätt att profilera sig gentemot vita stationer och B-varumärken.
586. [...]*. De stora oljebolagen gör därför stora investeringar i sitt serviceutbud med stöd av det faktum att så mycket som 70 % av de tyska kunderna är märkestrogna, som en strategi för att upprätthålla lönsamhet och marknadsandelar genom att särskilja A-varumärkena från "prisdumpare". [...]*.

Västra Tyskland och östra Tyskland

587. Med beaktande av skillnaderna i fråga om utbud, välstånd och till och med marknadsaktörer mellan de östra och de västra delarna av Tyskland skulle man kunna hävda att de utgör två separata relevanta geografiska marknader. Det finns faktiskt vissa prisskillnader, och marknadsandelarna är inte likadana.
588. Detta påstående bekräftas dock inte av kommissionens undersökning, vilket har följande orsaker. För det första är prisskillnaden mellan de båda regionerna begränsad och i vissa fall mindre än prisskillnaderna inom själva västra Tyskland. Priserna är vanligen något lägre i den östra delen av Tyskland. Detta är en följd av att traditionella västtyska återförsäljare gjorde ett massivt inträde på den östtyska marknaden i början av nittio-talet, när de försöka få upp sin marknadsandel till samma nivå som i väst i de nya delstaterna. Detta har lett till överkapacitet och därmed ett tryck på priserna. För det andra har de markerade skillnaderna i marknadsandelar mellan västra Tyskland och östra Tyskland en historisk bakgrund. Efter den tyska återföreningen avskaffades Minols monopolställning när Elf, med en marknadsandel på mindre än 10 % i västra Tyskland, 1992 förvärvade Minol och blev marknadsledare. Hittills har Elf behållit sin position som marknadsledare, även om

konkurrenter har minskat dess marknadsandel till 24 %⁶³. Minol hade ett förfallet stationsnät och konkurrenterna har erövrat marknadsandelar med nya, strategiskt placerade stationer. Eftersom det är sannolikt att det förfallna Minolnätet kommer att rationaliseras ytterligare, kan det förväntas att marknaden i östra Tyskland långsamt kommer att utvecklas mot samma fördelning av marknadsandelarna som i väst. För det tredje finns det inga skillnader i fråga om lagstiftning, skattebestämmelser eller miljökrav. För det fjärde finns det ingen naturlig gräns mellan de östra och de västra delarna av Tyskland. Det innebär att en enhetlig prishöjning i den västra rikshalvan skulle misslyckas på grund av att en marginell konkurrens skulle äga rum på gränsen mellan den östra delen och den västra delen genom ett slags vågrörelseeffekt.

SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE

Marknadsstruktur

589. Totalt sett har de stora bolagen (ARAL, Shell, Esso, BP, DEA eller s.k. A-varumärken) mer än 65 % av marknaden. Stormarknaderna/snabbköpen har en andel på omkring [0–10]* %, vita stationer [0–10]* % och det största B-varumärket JET-Conoco cirka [0–10]* %. Enligt de siffror för 1997 som parterna lagt fram är Aral marknadsledare med [20–30]* %. Shell har [10–20]* %, Exxon [10–20]* %, DEA [0–10]* %, BP-Mobil [0–10]* %, Elf [0–10]* %, TotalFina [0–10]* %, Agip [0–10]* % och KPI mindre än [0–10]* %. De s.k. prisdumparnas andel var [10–20]* % (stormarknaderna hade 9 %, JET Conoco [0–10]* % och vita stationer [0–10]* %). De mindre B-varumärkena (Avia, Tamoil m.fl.) hade en andel på cirka [0–10]* %.
590. Variationerna i marknadsandelar för A-varumärken och B-varumärken åren 1994–1998 var små, vilket framgår av följande tabell.

	1994	1995	1996	1997	1998
ARAL	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
SHELL	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
ESSO	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
DEA	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
BP	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
CONOCO	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
ELF / MINOL	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Agip			[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
FINA			[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
TOTAL			[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Övriga	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Stormarknader och	[10-	[10-	[10-	[10-	[10-

63. Grundar sig på de uppgifter som parterna lämnat om marknadsandelarna för de viktigaste konkurrenterna i östra Tyskland 1998.

vita stationer	20]*	20]*	20]*	20]*	20]*
----------------	------	------	------	------	------

Konkurrensdynamik - kostnader och priser

591. Enligt de anmälade parterna varierar priserna vid pumpen endast marginellt i Tyskland. Prisskillnaderna förklaras av högre driftskostnader i landsbygdsområden och i mindre utsträckning av högre transportkostnader för avsidens belägna områden. Marknadsundersökningen har avslöjat att den tyska marknaden kännetecknas av en situation där alla A-varumärken sätter priserna på samma nivå, medan resten av de konkurrerande företagen sätter ett pris som ligger 1 pfennig under A-varumärkenas priser. Snabbköpen erbjuder priser som ligger 3 pfennig under A-varumärkenas priser. Denna prisstruktur verkar inte variera över tid.
592. Aral är marknadsledare. Initiativtagare till prisändringar verkar vara A-varumärken enligt varierande mönster, och övriga konkurrenter följer efter. De stora bolagen har det största inflytandet över priserna. Alla vertikalt integrerade oljebolag (Aral, Shell, Esso, BP och DEA) uppvisar liknande företagsstrukturer. Jämfört med konkurrenterna har de en mycket god tillgång till inköps- och leveransmarknaderna. Endast de fem ovannämnda företagen har ett tätt återförsäljningsnät för hela den relevanta geografiska marknaden. Flera kopplingar finns mellan de fem företagen (i form av gemensamma företag för raffinaderier, produktutbyte, lagring och leverans av bränsle till flygplatser). Detta leder till identiska eller åtminstone jämförbara inköpskostnader mellan A-varumärken.
593. Trots sitt lägre pris tenderar B-varumärken och snabbköp att följa pristrender. Det framgår av kommissionens marknadsundersökning att prisändringar i huvudsak initieras av de stora bolagen, och det händer mycket sällan att något av de stora bolagen inte följer de övriga. Kortvariga priskrig förekommer ibland, exempelvis när ett snabbköp öppnar ett nytt försäljningsställe för detaljförsäljning av bränsle. Konkurrenterna har påpekat att om de stora oljebolagen skulle höja bränslepriserna med omkring 5–10 %, skulle övriga bolag föredra att följa efter för att dra nytta av större marginaler. Inom detaljförsäljningsbranschen har man förstått att det inte går att erövra några nämnvärda marknadsandelar genom att konkurrera med de stora bolagen med lägre bränslepriser. Dessutom har konkurrenter påpekat att de inte skulle uthärda ett priskrig på grund av små marginaler och stora investeringskostnader (för att uppfylla miljökrav).
594. Enligt konkurrenterna kan B-varumärken erbjuda lägre priser därför att de ofta bedriver en effektivare verksamhet och har en annan kostnadsstruktur än de stora bolagen, eftersom de oftast har något lägre omkostnader (t.ex. inga kostnader för marknadsföring/reklam, mindre butiker, mindre investeringar i själva anläggningen, färre anställda) och eftersom de har ett mindre serviceutbud. B-varumärkenas pris ligger 1 pfennig under de stora bolagens priser. De är dock ofta mycket små jämfört med A-varumärken. Företag som Elf, Agip, Fina, Total och OMV har vart och ett en marknadsandel på högst 3 %.
595. [...]*.

596. De stora bolagen reagerade inte när Conoco kom in på marknaden i slutet av åttiotalet, men marknadsundersökningen visar att om en ny konkurrent idag försöker erbjuda prisskillnader på 1 pfennig eller mer bryter ett lokalt priskrig ut i närheten av denna konkurrent. Det förklarades för kommissionen att när Conoco för två år sedan testade obemannade bensinstationer med ett pris som låg 2 pfennig under det pris som de stora oljebolagen erbjöd, vidtog de stora oljebolagen motåtgärder och eftersom Conoco behöver deras godkännande och leveranser, slutade Conoco med priskriget och höjde priserna.
597. [...]*. Det begränsar den volym som eventuellt överförs från prisdumparna till två tredjedelar av deras befintliga volym.
598. Även om en del av de små/oberoende bolagen erbjuder lägre priser vid pumpen (1 %), kan man inte enbart utifrån detta sluta sig till att priskonkurrens skulle uppstå. Självständiga företag är verksamma endast i vissa regioner. De har vanligen en mindre försäljning (1 600 jämfört med 3 000 för branschen i genomsnitt) och därför högre fasta kostnader per såld produktenhet. De kompenserar den mindre försäljningen genom en lägre servicenivå för att förbli konkurrenskraftiga. Även om försäljningen ökade skulle dessa självständiga företag inte kunna konkurrera med priser, eftersom deras rörliga kostnader är klart högre än de stora bolagens rörliga kostnader. I ett diagram där de totala kostnaderna anges som en funktion av försäljningen⁶⁴ har Exxon visat att kostnaderna förblir tämligen stabila för traditionella bensinstationer, vilket tyska stationer kan klassificeras som. Enligt den tyska konkurrensmyndigheten Bundeskartellamts bedömning kan de självständiga företagen inte utöva något konkurrenstryck på de fem A-varumärkesföretagen. Denna åsikt bekräftades genom kommissionens marknadsundersökning. De självständiga återförsäljarna verkar ha alltför små marginaler för att inleda priskonkurrens med de stora bolagen. Eftersom deras verksamhet oftast är geografiskt koncentrerad, skulle de faktiskt lida mer av priskonkurrens än A-varumärkena.
599. De stora bolagen konkurrerar med snabbköpen och erbjuder lägre priser under veckan, rabatter på fredagar och högre priser på söndagar, när snabbköpen är stängda.
600. I Tyskland har stormarknader och snabbköp inte en lika stor inverkan på konkurrensen på marknaden som i Frankrike, men inom vissa områden har de i viss mån ett dämpande inflytande över de stora bolagens prissättning. Snabbköpen har en ganska liten marknadsandel, strax under [0–10]* %. [...]*. Stormarknaderna utgör inget betydande konkurrenshot för de stora bolagen, och orsakerna är följande:
- stormarknader som tillhandahåller bränslen är mycket splittrade och de har inga landsomfattande kedjor,
 - deras pris är vanligen 3–4 % lägre än de stora bolagens men de kan inte erbjuda kunderna samma service eftersom de har begränsade öppettider,
 - de har inget butiksutbud i samband med sin bensinförsäljning och
 - de godtar endast kontant betalning.

64. [...]*

601. Till skillnad från Frankrike (där snabbköpen kom in på marknaden samtidigt) är snabbköpen inte integrerade i leveranskedjan. De har inte uppnått någon betydande försäljning och har inga särskilda kostnadsfördelar jämfört med A-varumärken. [...]»⁶⁵. Därför kan endast en begränsad konkurrens väntas komma från snabbköpens håll.
602. De stora bolagen koncentrerar sig på storstäderna, medan de självständiga företagen är mer aktiva i landsbygdsområden och i små och medelstora städer, där konkurrensen är mindre. Försäljningen är större i städer, men kostnaderna är lägre i landsbygdsområden, eftersom det inte behövs några stora investeringar, de personliga kontakterna är viktigare osv. Bränslepriset är vanligen detsamma eller högre i landsbygdsområden.
603. I Tyskland har agentursystemet bidragit till att priskrig kunnat undvikas, eftersom de stora bolagen har absolut kontroll över priserna. De stora bolagen kontrollerar priserna, eftersom de bedriver verksamhet via agenter och inte via oberoende återförsäljare. Agenten måste godta priserna, och ibland sker prisändringarna till och med automatiskt i datasystemet.
604. Enligt tredje part vet bränsleåterförsäljare om höjningar av priserna vid pumpen innan de genomförs, vilket ger dem tillräckligt med tid att ändra priserna vid pumpen. På grundval av en marknadsundersökning i södra Tyskland⁶⁶ drog man slutsatsen att det inte förekommer någon betydande konkurrens mellan A-varumärken. Med stöd av stickprov (i offentligt material) som gjordes 1990, 1991, 1993, 1997 och 1998 beräknade man i studien att prishöjningar endast i fem fall initierades av de fem stora aktörerna (A-varumärken) och att företag tar initiativ till prishöjningar på grundval av en överenskommen (varierande) tidtabell. På en marknad där det råder konkurrens skulle konkurrenterna överväga att avstå från prishöjningar för att förbättra sin image hos konsumenterna.

Inträdeshinder - expansion - potentiell konkurrens

605. I den västra delen av Tyskland är möjligheterna till marknadstillträde och expansion mycket begränsade. Detta beror på tomtbegränsningar, talrika planlägningsfrågor och särskild lagstiftning utfärdad av lokala myndigheter som begränsar möjligheten att bygga nya försäljningsställen. Det bör även noteras att största delen av Tyskland redan är tätt befolkad. Detta gör det svårare och dyrare att grunda nya försäljningsställen. Miljöhänsyn har också en stor betydelse som hinder för marknadsinträde och expansion. Miljölagstiftningen är strängare än i de flesta andra europeiska länder. Det s.k. etapp II och vätskebeständig asfaltbeläggning kräver betydande investeringar, vilket väntas leda till att nätverket krymper ytterligare. Agentursystemet, som ger oljebolag en möjlighet att förlänga avtalet för den handlare som driver bensinstationen, utgör ett betydande inträdeshinder för nya aktörer. Slutligen anser de tyska konsumenterna att stamkundssystem och varumärken (som garanti för servicens kvalitet) är viktiga, vilket gör ett inträde på marknaden ännu svårare.

65. [...]».

66. Studie utförd 1998 av Bayerische Landeskartellbehörde.

606. Det var lättare att komma in på marknaden i den östra delen av Tyskland, eftersom det förfallna Minol-nätverket måste byggas upp på nytt och det inte fanns något som motsvarade den i regel långa löptiden för västtyska återförsäljningsavtal (för fastigheter och leveranser) till hinder för nya aktörer. Eftersom de stora bolagen ville uppnå lika stora marknadsandelar i östra Tyskland som i västra Tyskland, blev bensinstationerna överdimensionerade (3–4 gånger större än stationerna i västra Tyskland) och försäljningen liten. För närvarande finns det alltför många stationer med alltför stor kapacitet i öst, och därför har de flesta stationerna ekonomiska problem. Detta gäller i synnerhet vita stationer. Stormarknaderna har erövrat en betydande andel av marknaden i öst (10–12 %) men lider också av liten försäljning och allvarlig konkurrens från snabbköp i de tidigare östblocksländerna.
607. Den tyska marknaden är kort sagt en mättad marknad, där försäljningen är liten och efterfrågan förutses minska. 600 bensinstationer har stängts sedan 1998 och bara 150 nya bensinstationer har öppnats, och denna trend kommer sannolikt att fortsätta i framtiden.

SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN - TRANSAKTIONENS INVERKAN PÅ KONKURRENSEN

608. Den aktuella transaktionens effekter skall bedömas mot ovan beskrivna bakgrund, med beaktande av de omständigheter som identifieras i avsnittet om strukturella kännetecken på marknaderna för detaljhandel med motorbränsle i allmänhet.
609. Efter koncentrationen kommer tre av A-varumärkena att ha starka inbördes kopplingar. Som helhet kommer Aral, Esso och BP att ha totalt 40 % av detaljhandelsmarknaden. De två övriga A-varumärkena, Shell och DEA, kommer att ha 14 % respektive 10 % av marknaden.
610. Uppkomsten av en koppling mellan tre av de stora konkurrenterna på den tyska marknaden för detaljförsäljning av motorbränslen kommer att leda till betydande incitament för dessa bolag att inte konkurrera med varandra. Det är osannolikt att andra A-varumärken, såsom Shell eller DEA, skulle ifrågasätta avsaknaden av en betydande konkurrens mellan Aral, Esso och BP. Såsom förklaras ovan i punkterna 591–604 är det utmärkande för den tyska marknaden att A-varumärkena saknar en verklig utmanare och att de stora bolagens prisinstruktioner träder i kraft nästan genast. I ett sådant konkurrensläge skulle Shell (som traditionellt inriktat sig på kvalitet snarare än på pris) och DEA hellre försöka utnyttja större marginaler med stabila marknadsandelar än lägre marginaler med samma marknadsandelar.
611. Av samma orsaker som anges ovan är det osannolikt att andra konkurrenter som inte hör till kategorin A-varumärken skulle utnyttja en sådan situation. För det första har de tillsammans mindre än 35 % av marknaden och ingen har en marknadsandel som är större än 5 %. De skulle skadas mer av ett priskrig med A-varumärkena än A-varumärkena själva (som skulle kunna korsfinansiera sin verksamhet tack vare sin större storlek). För det andra är de i viss mån beroende av A-varumärkesbolagen för att få sina leveranser av motorbränslen. För det tredje har de en högre kostnadsbas än de flesta A-varumärken, med undantag för Jet-Conoco.
612. Därför kommer transaktionen att leda till uppkomsten av en oligopolistisk dominerande ställning för A-varumärkena, det vill säga Exxon, BP/Mobil, Aral, Shell och DEA.

LUXEMBURG

ALLMÄN ÖVERSIKT

Raffinering

613. Eftersom det inte finns några raffinaderier i Luxemburg, måste leveranserna av motorbränsle säkerställas genom import från grannländerna, främst från ARA-regionerna via sekundära transportmedel, i huvudsak järnväg, pråmar och långtradare. Närmare bestämt har en marknadsförare som strävar efter att importera till Luxemburg två alternativ: att ordna med kapacitet i en av de terminaler som ligger i Luxemburg och köpa pråmfraktspartier av bränsleleverantörer inom ARA-regionen, eller leverera pråmpartier till andra terminaler i grannländerna och transportera produkterna med tankbilar till Luxemburg.

Grossisthandel

614. Eftersom de flesta detaljister som är verksamma i Luxemburg är vertikalt integrerade oljebolag, är grossistverksamheten mycket begränsad. I fråga om logistik finns det ingen risk för avskärmning av marknaden på nivån för terminaler tillgängliga för lagring av motorbränsle. I Luxemburg finns det i praktiken fyra verksamma terminaler, av vilka en ligger strategiskt placerad vid flodhamnen i Merttert (ca 56 000 m³) och ägs av ett oberoende terminalbolag. Eftersom Luxemburg är så litet är många depåer som ligger i grannländerna konkurrenskraftiga alternativ och de används för närvarande av en del av de detaljister som är verksamma i Luxemburg.

Detaljhandel

615. Marknaden för detaljhandel med motorbränsle i Luxemburg har två särdrag. För det första stimuleras efterfrågan på motorbränsle av statens politik med låg bensinskatt, vilket innebär att priserna vid pumpen är lägre än i grannländerna. Volymförsäljningen är således mycket omfattande i förhållande till landets storlek. Dessutom går största delen av försäljningen till utländska kunder från grannländerna. För det andra sätter begränsar staten priserna vid pumpen för motorbränsle genom att sätta ett tak för dessa. Såsom framgår nedan har prisregleringen främjat en utveckling där detaljisternas priser vid pumpen har rättat sig efter det tak som staten fastställt.

SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE

Luxemburg som en separat geografisk marknad

616. Man kan visserligen hävda att Luxemburg inte kan utgöra en separat geografisk marknad på grund av det geografiska läget och landets ringa storlek, men de specifika marknadsvillkor som råder i det landet talar för en separat marknad. I detta avseende är det värt att notera att Luxemburg på grund av låga skatter har de överlägset lägsta priserna efter skatt (936 US-dollar per ton) inom EU. Skillnaderna i priserna på motorbränsle i Luxemburg jämfört med grannländerna varierar från cirka 15 % i förhållande till Tyskland och 40 % i förhållande till Frankrike (se tabell ovan).

Marknadsstruktur

617. På utbudssidan kännetecknas konkurrensläget av att flera vertikalt integrerade oljebolag är verksamma inom detaljhandeln. Fem aktörer har var och en mer än 10 % av marknaden, och två andra har en marknadsandel på mer än 5 %. Ingen av dem har några betydande fördelar när det gäller tillgången till leveranser eftersom Luxemburg saknar raffinaderier. På grund av landets ringa storlek och då vissa viktiga raffineringregioner (ARA) ligger relativt nära, kan detaljister upphandla motorbränsle och leverera dessa till sitt nätverk utan kännbara merkostnader jämfört med genomsnittet i Europa. Det finns inga stormarknader eller snabbköp i Luxemburg. Självständiga detaljister har en mycket marginell ställning.
618. Situationen före koncentrationen är följande. I tabellen nedan anges en uppskattning av marknadsandelarna (mätt i volym) för parterna och deras konkurrenter under de senaste fem, sex åren.

Luxemburg	1994	1995	1996	1997	1998	Juni 1999
Shell	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
Aral	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Exxon	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Q8	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Texaco	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Total	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*
BP/Mobil	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

619. Marknaden verkar vara måttligt koncentrerad. Shell är marknadsledare med [20–30]* %, följt av Aral med omkring [10–20]* %, och sedan Total som efter koncentrationen med Fina har ökat sin marknadsandel upp till cirka [10–20]* %. Exxon är en mellanstor aktör med en andel på [10–20]* %. BP har en liten marknadsandel på [0–10]* %. CR4 före koncentrationen är nästan 70 %.
620. Trenderna i fråga om marknadsandelar uppvisar en viss utveckling för de lägsta placeringarna, medan ställningen för de ledande aktörerna har hållit sig ganska stabil över tid. Närmare bestämt har Total under en femårsperiod fördubblat sin marknadsandel (om man bortser från koncentrationen med Fina), medan både BP:s och Texacos försäljning har minskat med omkring [...]*. Däremot är ställningen stabilare för de ledande marknadsaktörerna, det vill säga Shell, Aral Exxon och Q8. [...]*
621. Om man däremot anlägger ett kortare tidsperspektiv (tre eller fyra år) som referens, framhävs marknadsens statiska natur ytterligare. Med undantag för Total, som nyligen har gått samman med Fina, är variationerna i marknadsandelar helt försumbara.
622. Det är också skäl att mäta de olika aktörernas marknadsposition på grundval av antalet stationer.

Luxemburg	1994	1995	1996	1997	1998
Shell	55	59	58	52	

Aral	51	52	53	50	
Exxon	34	31	30	30	29
Q8	56	52	52	48	
Texaco	29	23	22	22	
Total	15	15	15	16	34
Fina	21	19	19	18	
BP/Mobil	1	3	2	3	
Branschen totalt	293	272	275	261	

623. Det framgår av siffrorna för 1997 att tre aktörer har nästan lika många stationer, nämligen Shell, Aral och Q8 som har 52, 50 respektive 48 stationer. Total/Fina och Exxon har 34 respektive 30 stationer. BP äger bara tre stationer. En granskning av utvecklingen över tid framhäver återigen stabiliteten. Av de ledande aktörerna är det Q8 som uppvisar den största förändringen, med en minskning på åtta stationer på fem år. Q8 följs av Exxon, som har minskat sitt totala antal stationer med fem under en femårsperiod.
624. Det är också slående att det totala antalet stationer är extremt stort i förhållande till landets storlek. Såsom anförs nedan verkar en sådan koncentration av stationer på ett så litet område tyda på att en ytterligare expansion i form av nya stationer ter sig osannolik.
625. På det hela taget verkar det på grundval av de synpunkter som anförs ovan som om marknaden för detaljhandel med motorbränsle i Luxemburg har varit synnerligen statistisk under de senaste åren med sju huvudaktörer (Shell, Aral, Exxon, Q8, Texaco, TotalFina och BP/Mobil), och inga dramatiska förändringar har noterats. Efterfrågan har hållit sig på en synnerligen jämn nivå i fem års tid. Konkurrenterna har mer eller mindre behållit sin ställning.

Konkurrensdynamik - kostnader och priser

Kostnader

626. En viktig faktor i lönsamheten för ett detaljhandelsnät är försäljningen. Ju större försäljningen är, desto lägre är stationernas genomsnittliga driftskostnader. För att marknadsaktörernas kostnader skall kunna jämföras, visar tabellen nedan den genomsnittliga försäljningen per station för de olika aktörerna under de fem senaste åren.

Genomsnittlig försäljning per station - i m ³	1994	1995	1996	1997	1998
Shell	4394	4318	4051	4849	
Aral	3915	4210	3741	4197	
Exxon	3470	4370	4732	5057	6795
Q8	1929	2174	2150	2542	

Texaco	4976	5695	4895	4988	
Total	2990	4486	5875	6609	
BP/Mobil	10272	30502	27741	14486	

627. Om man som referensår väljer 1997, för vilket fullständiga sifferuppgifter finns tillgängliga, bör det noteras att BP har den överlägset största försäljningen. Detta beror dock på att BP äger endast tre stora mycket stora bensinstationsanläggningar. Av de övriga detaljisterna har Total den största försäljningen med 6609m³ per station (denna försäljning gäller dock situationen före koncentrationen med Fina), följt av Exxon med 5057m³ (6795 m³ 1998), sedan Texaco och Shell som båda har en genomsnittlig försäljning på 4900 m³. Q8 har det lägsta genomsnittet med 2 542m³ per station.

628. Generellt kan dock sägas att det genomsnittliga försäljningen i branschen är mycket hög i Luxemburg jämfört med genomsnittet för andra länder.

Jämförelse av genomsnittlig försäljning	Österrike	Tyskland	Förenade kungariket	Nederländerna	Luxemburg
	1422	2932	2577	2502	4372

629. Inom branschen anser man att en genomsnittlig försäljning på mer än 3 000/3 500 m³ per station gör det möjligt för en detaljist att uppnå minsta effektiva drift för att täcka sina fasta kostnader. Vad detta beträffar framgår det av en intern studie som parterna genomfört att en vanlig bensinstation uppnår minsta effektiva drift exakt om den uppnår en försäljning på cirka [...] m³ och har en bruttomarginal på [...] cent per liter. På grundval av detta verkar det som om ingen av de ledande aktörerna har något betydande övertag över de andra i fråga om driftskostnader per station.

Priser

630. För att man skall kunna göra en fullvärdig bedömning av konkurrenssituationen på marknaden för detaljhandel med motorbränsle i Luxemburg är det skäl att jämföra hur priserna före skatt utvecklats i de länder som påverkas av transaktionen.

Produkt: Motorbensin i detaljhandeln - Pris vid pumpen

Region	Medelpris per ton (USD)					
	1996		1997		1998	
	Inkl. skatt	Exkl. skatt	Inkl. skatt	Exkl. skatt	Inkl. skatt	Exkl. skatt
Österrike	1,438	491	1,288	457	1,193	390
Belgien	1,500	398	1,389	370	1,312	313
Frankrike	1,524	285	1,384	278	1,391	266
Tyskland	1,400	354	1,222	334	1,174	279
Luxemburg	1,148	401	1,028	383	936	321

Nederländerna	1,579	428	1,447	406	1,405	347
Förenade kungariket	1,271	270	1,397	300	1,487	271

Produkt: Dieselolja i detaljhandeln - pris vid pumpen

Region	Medelpris per ton (USD)					
	1996		1997		1998	
	Inkl. skatt	Exkl. skatt	Inkl. skatt	Exkl. skatt	Inkl. skatt	Exkl. skatt
Österrike	1,014	407	900	369	820	314
Belgien	981	363	860	324	784	264
Frankrike	937	255	856	239	854	220
Tyskland	955	334	822	294	762	234
Luxemburg	832	333	739	305	659	247
Nederländerna	1,003	366	903	329	842	271
Förenade kungariket	1,044	249	1,194	266	1,278	228

631. Såsom framgår av tabellen ovan har priserna före skatt i Luxemburg gått ned under de tre senaste åren (från 401 US-dollar per ton 1996 till 321 US-dollar per ton 1998), men detta beror främst på att priset på råolja sjunkit. Allmänt sett ligger priserna före skatt på genomsnittet för EU.

632. Det är också skäl att jämföra bruttomarginalerna i de länder som påverkas av transaktionen. Exxons bruttomarginaler tas som ett närmevärde för de genomsnittliga bruttomarginalerna i branschen.

Bruttomarginaler – 1998 - USD per ton - motorbensin	Österrike	Tyskland	Förenade kungariket	Nederländerna	Frankrike	Luxemburg
						[...]*

633. Såsom framgår av denna tabell är bruttomarginalerna i Luxemburg mycket höga jämfört med de franska marginalerna, som enligt parterna utsätts för det starkaste konkurrenstrycket i Europa, även om de inte når upp till Nederländernas och Österrikes toppnivå. Procentuellt är marginalerna i Luxemburg omkring [...]* än marginalerna i Frankrike. Inga särskilda merkostnader som har ett samband med något visst särdrag på luxemburgskt område kan förklara dessa skillnader. Tabellen nedan visar en jämförelse av Exxons transport- och leveranskostnader samt Exxons ”övriga grossistkostnader” i de ovannämnda länderna.

1998 - USD per ton	Österrike	Tyskland	Förenade kungariket	Nederländerna	Frankrike	Luxemburg
Transport- och leveranskostnader						[...]*
Andra grossistkostnader						[...]*

634. Det framgår av tabellen ovan att transport- och leveranskostnader ligger långt över det europeiska genomsnittet. Å andra sidan är ”övriga grossistkostnader” betydligt högre i Luxemburg än i Frankrike. Dessa skillnader förklarar dock ännu inte hela skillnaden i fråga om bruttomarginaler mellan Luxemburg och Frankrike. Närmare bestämt är marginalerna i Luxemburg, även med avdrag för dessa extrakostnader, fortfarande cirka [...] * större än bruttomarginalerna i Frankrike. Eftersom bensinstationer i Luxemburg har en större genomsnittlig försäljning (och därmed troligen lägre genomsnittliga kostnader) än franska bensinstationer och med hänsyn till att motorbränslen är homogena produkter tyder så stora marginaler på att konkurrensen på marknaden är ytterst svag.

Den luxemburgska marknadens särdrag - prisreglering

635. Ett särdrag på marknaden i Luxemburg är att staten fastställer ett högsta pris för varje enskild bränslekvalitet. Närmare bestämt är det ekonomiministeriet som sköter ett system med högsta grossist- och detaljhandelspriser vid pumpen. I princip grundar sig maximipriset på fyra faktorer: **(i)** fraktmarknadsnoteringar; **(ii)** en bas(grossist)marginal för det levererande oljebolaget; **(iii)** en extraersättning för olika kostnader (järnvägstransporter, obligatoriska lagringskostnader och miljöinvesteringar); och **(iv)** återförsäljarens marginal.
636. De flesta prisändringar sker till följd av ändringar i fraktmarknadspriserna, och leder inte till någon ändring av de övriga prisbildande faktorerna vad marginalen beträffar. Ministeriet (och själva branschen) beräknar dagligen den officiella (brutto)marginalen, som grundar sig på faktiska rådande maximipriser. I dessa beräkningar ingår acciser och mervärdesskatt. Om fraktmarknadspriserna har stigit sedan de rådande maximipriserna fastställdes, sjunker de faktiska marginalerna för branschen under de fastställda basmarginalerna, medan motsatsen gäller om fraktmarknadspriserna har sjunkit, och de faktiska marginalerna är då högre än basmarginalnivåerna. Växelkursfluktuationer orsakar också ändringar i förhållandet mellan faktiska marginaler och basmarginaler, eftersom maximipriserna fastställs i lokal valuta. Det är dessa växlingar som utlöser ändringar av maximipriserna. Ministeriet utgår i sitt arbete från att ändringar av maximipriserna är motiverade om skillnaden mellan de högsta och de faktiska (beräknade) marginalerna för en viss produkt är större än 0,25 luxemburgska franc per liter tio dagar i rad eller större än 0,4 luxemburgska franc per liter mer än två dagar i rad. Ändringar av maximipriserna måste dock alltid godkännas av staten, vilket innebär att de inte omedelbart genomförs efter sådana perioder av prisavvikelse. Branschen - och ministeriet - kontrollerar om basmarginalerna över- eller underskrids (till följd av fraktmarknaden och växelkursfluktuationerna). Om de underskrids, kompenseras detta i regel med ett avsiktligt dröjsmål med sänkningen av maximipriserna när fraktmarknadspriserna sjunker, och om de överskrids utjämnas detta med hjälp av dröjsmål med att höja maximipriserna när fraktmarknadspriserna stiger.
637. Prisbildningsnyckeln kan ändras på branschens begäran för att täcka ökade kostnader. I det fallet måste den lokala organisationen för oljebranschen lämna in en ansökan beträffande en ökning av prismarginalerna. Prisändringar som föranleds av eller omfattar en ökning av marginalen är sällsynta jämfört med prisändringar som avspeglar ändringar på fraktmarknaden och växelkursfluktuationer. I detta avseende är det skäl att notera att under de tolv månaderna före juni 1999 genomfördes tolv

ändringar av maximipriserna för motorbensin och elva ändringar av maximipriser för dieselolja. De senaste ändringarna av marginalen ägde rum i augusti 1998.

638. Det är visserligen ett obestridligt faktum att statens ingripanden för att fastställa maximipriset är en snedvidande faktor som hindrar marknaden från att fungera friktionsfritt, men å andra sidan hindrar det inte detaljister från att konkurrera mot varandra genom att sätta sina priser under det tak som staten fastställt. I verkligheten tillämpar dock de flesta konkurrenter det högsta försäljningspris som staten fastställer, och bara i sällsynta fall beviljas mycket små rabatter.
639. I praktiken anpassar detaljisterna sina priser till det pris som fastställts av staten och avviker knappast från dessa. Det framgår av kommissionens undersökning att av samtliga bränsledetaljister är det bara ett fåtal som för närvarande säljer motorbränsle till nedsatt pris: de priser som handlare vid vissa vita stationer tar ut ligger för närvarande på mellan 0,1 och 0,4 franc per liter under maximipriserna, och vissa varumärkesstationer, det vill säga Total och **Exxon**, sätter för närvarande sina priser 0,1 franc per liter under maximipriserna.
640. Kort sagt verkar konkurrensen inte fungera klanderfritt för närvarande. I praktiken är konkurrensen mycket svag mellan de sju största motorbränsledetaljisterna, och de anpassar systematiskt sina egna priser vid pumpen till statens maximipriser.

Inträdeshinder - expansion - potentiell konkurrens

641. Förutom de allmänna inträdeshindren i denna sektor hindrar framför allt det faktum att marknaden är mättad vad antalet stationer beträffar nya aktörer från att komma in på marknaden för detaljhandel med motorbränsle i Luxemburg. Det minskar avsevärt möjligheten att grunda nya försäljningsställen.
642. Vad gäller möjligheten att aggressiva konkurrenter kommer in på marknaden i Luxemburg bör det noteras att det inte finns några försäljningsställen för motorbränsle i anslutning till stormarknader i Luxemburg. Ännu viktigare är det faktum att hindren för dem att eventuellt komma in på marknaden i framtiden verkar oöverstigliga. För det första har både centrala och lokala myndigheter i Luxemburg mycket stränga lagar och förordningar gällande tillstånd. För det andra är tillgången på affärsfastigheter begränsad på grund av landets ringa storlek. För det tredje är de affärsfastigheter som står till buds mycket dyra. För det fjärde är Luxemburg för litet för att upprätthålla någon betydande expansion för stormarknadernas del. Slutligen utgörs efterfrågan på motorbränsle i Luxemburg av genomresande utlänningar som lockas av låga priser. Det är klart att denna efterfrågan inte kan fångas upp av stormarknader som säljer motorbränsle.

SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN: TRANSAKTIONENS PÅVERKAN PÅ KONKURRENSEN

643. Effekterna av den aktuella transaktionen måste bedömas mot bakgrund av det som beskrivs ovan, med beaktande av de omständigheter som lyfts fram i avsnittet om de strukturella kännetecknande för marknaden för detaljhandel med motorbränsle i allmänhet.
644. I det rådande läget, och trots förekomsten av ett stort antal aktörer, är priskonkurrensen på marknaden för detaljhandel med motorbränsle i Luxemburg

mycket svag. På grund av att staten fastställt ett pristak anpassar de flesta motorbränsledetaljister sina priser vid pumpen till det taket och undviker att konkurrera med varandra. De marginaler som statens prisbildningsformel garanterar är generösa och gör det möjligt även för ineffektiva detaljister att hålla sig kvar på marknaden utan att lida av konkurrensen. I själva verket avviker mycket få aktörer på marknaden från statens pris, som fungerar som ett referenspris som en kartell har fastställt. Priserna vid pumpen varierar knappast på initiativ av någon enskild aktör, utan endast som en följd av de justeringar som staten fattar beslut om.

645. Även om det obestridda är så att statens fastställande av de högsta möjliga priserna vid pumpen är en reglering som snedvrider konkurrensdynamiken, är det ett faktum att konkurrensen kunde fungera alldeles väl under pristaket. I stället föredrar motorbränsledetaljister att undvika all priskonkurrens. Sammanfattningsvis verkar marknaden i dagsläget präglas av ett betydande konkurrensunderskott.
646. Ett direkt resultat av transaktionen är att den sammanslagna enheten gemensamt kommer att kontrollera en liten aktör (Exxon [10–20]* % och BP/Mobil [0–10]* %), men man bör dock beakta den koppling som finns mellan Mobil och Aral, som är den näst största konkurrenten i Luxemburg med [10–20]* % av marknaden.
647. Ur denna synvinkel sett kommer transaktionen att öka koncentrationsgraden på marknaden avsevärt, eftersom trion Exxon/Mobil, BP/Mobil och Aral kommer att ha cirka [30–40]* % av marknaden.
648. Ännu viktigare är att transaktionen kommer att ändra oligopolets struktur, eftersom den kommer att leda till uppkomsten av ett nytt block av aktörer med en betydande marknadsstyrka. Därefter kännetecknas marknaden av ett ledande block aktörer, nämligen Exxon-BP/Mobil-Aral, den näst största maktfaktorn Shell plus ett antal ”efterföljare”. I detta avseende kommer transaktionen att leda till att det befintliga oligopolet förtätas ytterligare, så att möjligheterna till konkurrens mellan de olika marknadsaktörerna blir ännu mindre. Efter koncentrationen kommer marknadsstrukturen att vara sådan att inga offensiva konkurrensåtgärder kommer att kunna genomföras utan att utlösa starka och omfattande motreaktioner. Om staten exempelvis höjde eller avskaffade det nuvarande pristaket, skulle transaktionen göra det ännu mer osannolikt att någon marknadsaktör skulle börja konkurrera mer offensivt, eftersom en sådan åtgärd med ännu större sannolikhet skulle orsaka kraftiga och omfattande motreaktioner. På samma sätt skulle alla potentiella nya aktörer möta en allt starkare och en allt större fientlighet från de nuvarande marknadsaktörernas sida.
649. Mot bakgrund av det som anförs ovan verkar det som om transaktionen skulle leda till att en kollektiv dominerande ställning uppkommer eller förstärks för Shell, Aral, Exxon, Q8, Texaco, TotalFina och BP/Mobil, vilket skulle få till följd att den effektiva konkurrensen skulle hämmas avsevärt på en betydande del av den gemensamma marknaden.

NEDERLÄNDERNA

ALLMÄN ÖVERSIKT

650. Nederländerna är det land inom EU som påverkas mest av transaktionen vad detaljhandeln med motorbränsle beträffar. Två kategorier av aktörer är verksamma på marknaden, de stora integrerade oljebolagen (Shell, Exxon, BP/Mobil, Texaco, TotalFina och Q8) och icke-integrerade, självständiga detaljister, som är verksamma under eller utanför ett varumärke. Detaljhandelsmarknaden präglas av en hög koncentrationsgrad, och de stora oljebolagen står för mer än [80–90]* % av handelsvolymen, medan de självständiga aktörerna delar på resten. Till skillnad från andra nationella marknader, särskilt Förenade kungariket och Frankrike, finns det för närvarande inga snabbköp som är verksamma inom detaljhandel med bränsle i Nederländerna. Grossistutbudet på bränsle har ordnats lokalt på det sättet att såväl integrerade som icke-integrerade detaljister köper in produkter till sina detaljförsäljningskedjor från ett av de fem lokala raffinaderierna (Shell, Exxon, Total, BP-Exxon och Q8). Antalet bensinstationer har minskat de senaste åren (3 980 stationer 1997, med en genomsnittlig försäljning på 2 502 m³, som är ett av de lägsta genomsnitten bland de relevanta marknader som undersökts). Priserna vid pumpen hör till marknadens högsta. Statens planerings- och tillståndspolitik är en av de striktaste på de relevanta marknader som undersökts, vilket gör att utsikterna för en utvidgning av detaljhandelsnätet ser dåliga ut. På grund av landets topografi (dvs. mjuk, absorberande jordmån) är miljölagstiftningen en av de mest krävande inom EU, vilket medför ökade driftskostnader.

Raffinering

651. De stora oljebolagen (Shell, Exxon, BP/Mobil, Texaco, TotalFina och Q8) är de viktigaste leverantörerna av motorbränslen. De driver de fem raffinaderierna i Nederländerna, såsom framgår av tabellen nedan. Det finns ett sjätte raffinaderi i Amsterdam som ägs av Smith & Hollander, men där tillverkas inte motorbränslen utan huvudsakligen asfaltprodukter.

Raffineringskapaciteten i Nederländerna (1997)

Raffinaderi	Ägare	Faktiskt ägande	Raffineringskapacitet tusen fat per kalenderdygn
Europoort-Pernis	NL Refining Co	Texaco (35%) BP/Mobil (65%)	399
Pernis	Shell	Shell (100%)	374
Rotterdam	Esso Nederland BV	Exxon (100%)	180
Rotterdam	Kuwait Petroleum	Q8 (100%)	76
Vlissingen	Total Raffinaderij	Total (55%) Dow (45%)	148

Roland Berger & Partners GmbH, 1997

Grossisthandel

652. Nederländerna är en nettoexportör av raffinerade oljeprodukter. Motorbränslen avsedda för leveranser till detaljförsäljningsnätet anskaffas lokalt hos ett av de

ovannämnda raffinaderierna. De stora oljebolagen är således de viktigaste grossistleverantörerna av bränslen. De säljer sina produkter antingen via sina egna marknadsföringsorganisationer eller via självständiga aktörer, som sedan säljer produkterna vidare till detaljhandelsmarknaden.

Detaljhandel

653. I detaljhandelsledet finns det två kategorier av aktörer, det vill säga alla de ovannämnda integrerade stora oljebolagen å ena sidan och ett antal icke-integrerade, självständiga detaljister å andra sidan. Såsom nämns i föregående punkt skaffar självständiga detaljister nästan allt sitt motorbränsle från ett eller flera av de ovannämnda raffinaderierna.
654. Stormarknaderna är inte aktiva på marknaden för detaljhandel med bränsle. Det beror främst på den stränga miljöpolitik staten tillämpar på bensinstationer och det faktum att snabbköpen i Nederländerna i regel inte har tillräckligt stora förgårdar för att rymma bensinstationer, på det sätt som stormarknader kan ha i Frankrike eller Förenade kungariket. Det rapporteras att stormarknader var verksamma inom detaljhandel med bränsle ännu för femton år sedan. De tyngdes emellertid av ökande miljökostnader och bestämde sig för att lämna marknaden (t.ex. Exxon köpte 15 stationer av snabbköpskedjan Miro och lade ner dem tre år senare). Enligt den nederländska tillståndspolitiken förlorar ägaren sin licens när stationen har stängts. Därför är det osannolikt att de som lämnat marknaden de senaste åren skall komma in på nytt under rådande statliga system för beviljande av licens.

SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE

Marknadsstruktur

655. Marknadens särdrag främjar en oligopolistisk struktur hos de integrerade stora aktörerna. Trots de asymmetriska marknadspositionerna återspeglar de stabila marknadsandelarna och de anmärkningsvärda drag de stora aktörerna har gemensamt (vertikal integration, liknande kostnadsstruktur för raffinering, grossisthandel och detaljhandel, liknande avkastning på investerat kapital) en marknad som fungerar på marginal- och prisnivåer som är oberoende av konkurrensdynamiken i ARA-området.
656. Shell är den ledande aktören och nationell ”toppspelare”. Det rapporteras att Shells dominerande ställning på den nederländska marknaden har historiska orsaker, som sammanhänger med att Shell tillsammans med Exxon upptäckte naturgasfältet i Groningen. De båda företagen uppmuntrades av staten att investera inkomsterna från de nya gasfyndigheterna i Nederländerna. Shell investerade inkomsterna i senare marknadsled genom att bygga raffineringskapacitet och ett omfattande distributionsnät⁶⁷. Shells marknadsandel på detaljhandelsmarknaden 1998 var [30-40]* %.
657. Den näst största aktören efter Shell är BP/Mobil, med en andel på [10-20]* % av detaljhandelsmarknaden. Därefter kommer Texaco, Exxon och TotalFina med marknadsandelar på omkring [10-20]* % och Q8 med en mindre verksamhet i detaljhandelsledet. Dessa företag svarar för omkring [80-90]* % av marknaden, och

67. [...]*

resten fördelar sig på ett antal självständiga detaljister och vita stationer, som har en grundläggande egenskap som skiljer dem från de stora aktörerna, nämligen att de saknar vertikal integration och därmed är beroende av leveranser från de stora aktörerna.

Marknadsandelar inom detaljhandeln 1998

Shell	BP/Mobil	Exxon	Texaco	TotalFina	Q 8	Självständiga
[30-40]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%

Uppgifter lämnade av parterna

658. Marknadsandelarnas stabilitet under de senaste åren speglar bristen på effektiv konkurrens och nya marknadsaktörer. På det hela taget noterades inga betydande ändringar av de olika konkurrenternas relativa konkurrenspositioner. Av tabellen nedan framgår marknadsandelarnas utveckling i detaljhandelsledet under de fem senaste åren.

Ändringar av marknadsandelarna i detaljhandeln

	1994	1995	1996	1997	1998
SHELL	[20-30%]*	[30-40%]*	[30-40%]*	[30-40%]*	[30-40%]*
MOBIL	[0-10%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	0.00%	0.00%
BP	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[10-20%]*	[10-20%]*
TEXACO	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*
ESSO	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*
TOTAL	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*
FINA	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*
Q8	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*
Självständiga	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*

Uppgifter lämnade av parterna

659. Ovanstående marknadspositioner avspeglas också av försäljningsställets spridning över nederländskt område. Detaljhandelsmarknaden domineras av de stora raffinaderierna, som har mer än 75% av de befintliga bensinstationerna. Antalet försäljningsställen har visserligen minskat de senaste åren till följd av miljöbetingade rationaliseringar och en restriktiv planläggningspolitik, men de stora aktörerna har kunnat vidareutveckla sitt nätverk till skada för självständiga detaljister.

Antalet bensinstationer i Nederländerna.

	Slutet av 1994	Slutet av 1995	Slutet av 1996	Slutet av 1997
Shell	770	770	750	745
Mobil	375	470	450	0

BP	300	300	300	750
Texaco	555	551	555	557
Esso	395	395	390	390
Total	185	180	190	185
FINA	170	170	172	185
Q8	200	200	190	190
Raffinaderier totalt	2950	3036	2997	3002
Avia (självständigt)	185	185	190	190
Övriga självständiga	1010	829	813	788
Bensinstationer totalt	4145	4050	4000	3980
Totalvolym (tusen kubikmeter)	8846	9097	9443	9957
Branschvolym i genomsnitt (kubikmeter)	2949	3237	3373	3078

Uppgifter lämnade av parterna

Konkurrensdynamik - kostnader och priser

Kostnader

660. Dessutom har de stora raffinaderierna inte bara de största volymerna i fråga om detaljhandel med bränsle, utan de bedriver också den kostnadseffektivaste verksamheten genom att de har de största volymerna per station. Av tabellen nedan framgår de stora aktörernas och de självständiga aktörernas genomsnittliga försäljning i Nederländerna.

Försäljning i genomsnitt (m ³)				
	1994	1995	1996	1997
SHELL	3395	3629	3884	4218
MOBIL	2256	2026	2233	
BP	2574	2519	2595	2426
TEXACO	1922	2024	2149	2311
ESSO	2424	2348	2463	2776
TOTAL	2262	2582	2546	2728
FINA	2261	2161	2286	2308
Q8	1636	1559	1641	1537
Självständiga	1221	1389	1401	1433
Branschgenomsnitt	2134	2246	2361	2502

661. År 1997 var de stora aktörernas genomsnittliga försäljning nästan dubbelt så stor som de självständiga aktörernas genomsnittliga försäljning. Koncentrationen kommer att leda till att denna skillnad ökar ytterligare. Denna skillnad i försäljning har två orsaker: de stationer som drivs under de stora aktörernas varumärken (och nästan alla stora motorvägsstationer) är större, och de flesta av deras stationer har ett

förstklassigt läge. Enligt en rapport som den nederländska regeringen låtit utarbeta har de stora oljebolagen tack vare sin finansiella bas kunnat bygga och driva större stationer med ett utmärkt läge. Dessutom har de med tiden kunnat upprätta ett omfattande nätverk av stationer med stor försäljning längs de nederländska motorvägarna. Fram till 1994 beviljades de stora oljebolagen koncessioner i enlighet med deras respektive marknadsandelar. Eftersom denna tillståndspolitik visade sig vara omotiverat restriktiv, övergavs den och ersattes med en politik där nya koncessioner beviljades den högstbjudande på obegränsad tid.

662. En större försäljning minskar detaljhandlaren kostnadsbas. I den meningen är det självklart att de stora aktörerna kan vänta sig större vinstmarginaler än självständiga detaljister. Även om deras absoluta bruttomarginaler kan vara lika stora, har de olika stora relativa kostnader, eftersom de stora aktörerna kan sprida dem över en bredare omsättningsbas. Denna situation främjar uppkomsten av stordriftsfördelar i driften av de stora aktörernas detaljhandelnätverk, eftersom deras vinstmarginaler ökar när omsättningen ökar. Den nederländska regeringens rapport och marknadsundersökningen visar att stordriftsfördelar kan vara en nödvändig förutsättning för att en aktör skall förbli lönsam på marknaden i det nuvarande konkurrensläget, där inga nya massiva koncessioner väntas bli beviljade. De självständiga aktörernas krympande nätverk kan i stor utsträckning förklaras med att stordriftsfördelar saknas i mindre nätverk och på mindre försäljningsställen.

Priser

663. Priserna i Nederländerna är höga jämfört med bränsleekonomin i ARA-området. Även om raffinaderipriserna följer Platt's nivåer, verkar grossist- och detaljhandels marginaler och priser vara oproportionerligt mycket högre. Det har lett till högre priser vid pumpen jämfört med angränsande marknader med samma anskaffningsbetingelser. Till exempel under de fem senaste åren har priserna vid pumpen varit upp till 40 % högre än i Frankrike, som parterna beskrivit som en av de mest konkurrensutsatta marknaderna i Europa. Följande tabell visar att grossistpriserna och priserna vid pumpen 1998 var högre i Nederländerna än på andra, angränsande marknader som följer Platt's ARA-noteringar.

	Nederländerna	Frankrike	Förenade kungariket	Tyskland
Priser vid pumpen	1	0,7	0,72	0,75
Grossistpriser	1	0,84	0,88	0,9

664. Denna skillnad kan inte skyllas på högre punktskatter och högre omsättningsskatt i Nederländerna (skatterna är i stort sett på samma nivå eller rentav något lägre i Nederländerna), utan främst på betydligt större bruttodistributionsmarginaler, som var mer än dubbelt så stora som marginalerna i Frankrike under samma period. Av tabellen nedan framgår variationerna i bruttomarginalen (skillnaden mellan grossistpriset exklusive skatt och detaljhandelspriset exklusive skatt) på fyra angränsande geografiska marknader där man följer Platt's ARA-noteringar.

Genomsnittlig bruttomarginal

	Nederländerna	Frankrike	Förenade kungariket	Tyskland
Diesellojja	[...]*			
Motorbensin				
Motorbränslen				

Extrapolerat från parternas uppgifter i bilaga 7.7

665. Dessa betydande skillnader kan inte heller förklaras med högre kostnader. Distributionskostnadernas viktigaste komponenter är terminal- och transportkostnader. I Nederländerna finns det många och väl placerade leverantörer; de fem lokala raffinaderierna tillgodoser praktiskt taget hela detaljhandelsmarknadens leveransbehov. Transportavstånden är korta, vilket gör att direktdistributionen från leverantören till försäljningsställena tar bara några timmar. Detta minskar avsevärt lagringskostnader och andra logistikkostnader, medan transportkostnaderna är lika stora som på övriga jämförbara marknader (pråm: 1 % av grossistpriset på motorbensin; järnväg 2 %, rörledning 1 % och tankbil 3 %).
666. I sitt svar på meddelandet om invändningar hävdar parterna att de större distributionsmarginalerna i Nederländerna i stor utsträckning kan förklaras med höga marginaler för detaljhandeln, som tillfaller dem som driver bensinstationerna snarare än de oljebolag som levererar produkterna. Dessutom åsamkas bränsledetaljister i Nederländerna extrakostnader på grund av stamkundssystem och stränga miljöregler.
667. Det är visserligen ett obestridligt faktum att handlarnas marginaler i Nederländerna hör till de högsta i Europa, men såsom konstaterades ovan, också priserna och marginalerna i grossisthandeln är oförklarligt höga i Nederländerna, särskilt med tanke på regionens strukturella särdrag. Tabellen nedan visar en jämförelse mellan Exxons bruttomarginaler, minus återförsäljarnas marginaler, i Nederländerna och Frankrike.

Grossistmarginaler 1998	Nederländerna	Frankrike
Motorbensin - bruttodistributionsmarginaler	[...]*	
Återförsäljarnas marginaler		
Resterande del		
Diesellojja - bruttodistributionsmarginaler		
Återförsäljarnas marginaler		
Resterande del		

668. Det verkar som om grossistmarginalerna i Nederländerna fortsatt är omkring [...] * större än i Frankrike. Dessa skillnader kan knappast förklaras med de övriga merkostnader som parterna hänvisat till (stamkundsarrangemang och miljöregler), vilka faktiskt till största delen skall betalas av den handlare som äger stationen.
669. På det hela taget är den högre prisbilden i Nederländerna ett tecken på svag konkurrens. Det kan verka som om kärnan i den nederländska detaljhandelsmarknaden inte har något samband med pristrenderna på de angränsande marknaderna. Priserna är strukturellt högre överallt i Nederländerna utom i vissa

gränsområden som konkurrerar direkt med en angränsande marknad. Detta är fallet i gränsområdet mellan Nederländerna och Tyskland, där lägre tyska priser har påverkat de nederländska stationernas prissättning. Det är synnerligen typiskt att den nederländska regeringen beslutade att införa ett kompensationsystem till stöd för självständiga detaljhandlare för att hindra marginalerna från att krympa i detta område.

Inträdeshinder - expansion - potentiell konkurrens

Inträdeshinder

670. De största hindren för att komma in eller expandera på den nederländska detaljhandelsmarknaden är förknippade med det stränga miljöpolitiken och statens restriktiva koncessionspolitik som en följd av detta. En del av minskningen av antalet bensinstationer berodde enligt den nederländska regeringens rapport på att staten gav incitament att stänga sådana bensinstationer som inte följde den krävande miljölagstiftningen (förebyggande av markförorening). Verksamhetslicenser beviljas av kommunala och regionala myndigheter. I allmänhet ställer sådana myndigheter inte tomter till förfogande för nya bensinstationer eftersom de anser att marknaden redan är mättad. Om de beviljar nya tomter ställer de höga krav på säkerhet och miljöskydd. I sådana fall verkar de mer benägna att ge tillstånd till de stora oljebolagen än till självständiga aktörer eller vita stationer. Det rapporteras att en självständig sökande kan tvingas vänta upp till fyra år på en ny licens till skillnad från stora oljebolag, som kan få en licens mycket snabbare, särskilt om infrastrukturarbeten på bensinstationsområdet ingår i paketerbjudandet. Dessutom beviljas nya licenser, eller licenser som ersätter gamla licenser, den högstbjudande och därför har de stora oljebolagen ofta de bästa möjligheterna att utvidga sitt nätverk.

Potentiell konkurrens

671. De självständiga detaljhandlarnas konkurrenspotential är påtagligt begränsad. För närvarande verkar marknaden fungera med en prisjämvikt som överstiger en konkurrenskraftig nivå, vilket gynnar både integrerade och icke-integrerade detaljister. Stora oljebolag är verksamma på båda nivåerna i leveranskedjan, det vill säga både som grossistleverantörer av bränsle och som detaljhandlare. Självständiga aktörer är bara verksamma som detaljister och täcker nästan hela sitt bränslebehov med leveranser från de lokala stora aktörerna, i de flesta fall med exklusiva leveransavtal som skall förnyas årligen. De integrerade stora oljebolagens inkomster kan uppstå på flera olika nivåer i leveranskedjan, medan detaljisternas inkomster bara kan uppstå på detaljhandelsnivå; bruttomarginalerna för grossisthandel tillfaller de stora oljebolagen i motsats till detaljhandelsmarginalerna, som tillfaller både de stora aktörerna och de självständiga aktörerna.
672. Det är klart att de integrerade stora oljebolagen har en mycket fördelaktigare ekonomisk situation än de självständiga aktörerna. De har en högre grad av flexibilitet i händelse av priskonkurrens. Det rapporteras att de stora oljebolagen kan erbjuda sitt nätverk förlustkompensation i händelse av ett lokalt priskrig. Deras tillgång till finansiering och det faktum att de själva äger leveranskällorna har gjort det möjligt för de stora oljebolagen, särskilt Shell, att profilera sig som prisledare. Marknadsundersökningen har visat att när detaljhandelspriserna ökar, följer de

självständiga detaljhandlarna efter genom att höja sina priser, eftersom de anser att det är mer lockande att öka sin vinstmarginal än att sälja större volymer till ett lägre pris. Eftersom de flesta försäljningsställen redan tangerar den övre gränsen för sin försäljningskapacitet skulle en ökning av försäljningen kräva en utvidgning av tankningsställena eller detaljförsäljningsnätet. Detta försvåras av i) de stora merkostnader en utvidgning av tankningsställena medför och ii) det faktum att möjligheterna att utvidga detaljförsäljningsnätet är begränsade av de orsaker som nämns i punkterna 670-671.

673. Sannolikheten för att självständiga aktörer startar ett priskrig är påtagligt begränsad av flera orsaker. De självständiga aktörerna skulle kanske kunna öka sin försäljningsvolym, men det kan dock bara göras upp till ett visst tak. Om de beslutar sig för att inleda ett priskrig kan de äventyra sina framtida leveransavtal med de stora oljebolagen. Ett priskrig från deras sida skulle kunna ha begränsad varaktighet, eftersom de stora oljebolagen kan sänka sina priser i motsvarande mån utan att det påverkar deras finansiella situation. På längre sikt måste självständiga aktörer förlita sig på andra leveranskällor, till exempel fraktmarknaden. Undersökningen har emellertid visat att självständiga detaljhandlare i regel är ovilliga att göra detta. Fraktmarknadspriserna är faktiskt inte nödvändigtvis konkurrenskraftigare än priserna vid lokala raffinaderier. Detta gäller i ännu högre grad eftersom de inköpta volymerna måste vara betydande för att anskaffningar skall kunna göras till ett lägre pris på fraktmarknaden. I Nederländerna har självständiga detaljhandlare i regel en mindre försäljning än i grannländerna, där större självständiga aktörer och stora snabbköp gör anskaffningar på fraktmarknaden (t.ex. i Frankrike och Tyskland). De flesta självständiga aktörer behöver bara 4 000 liter per station och vecka, medan fraktmarknadspriserna blir attraktiva först när inköpen överstiger 10 000 liter. Detta skulle kunna tvinga självständiga aktörer att förena sina krafter för att kunna göra gemensamma anskaffningar, och dessutom skulle hanterings- och lagringskostnader eliminera alla eventuella prisfördelar. Dessutom har självständiga detaljhandlare uppgett att produkternas kvalitet inte kan garanteras när inköpen görs på fraktmarknaden. I allmänhet väljer de att köpa produkter av de lokala raffinaderierna för att garantera produktkvaliteten och få andra fördelar av att vara lojala kunder till dessa raffinaderier. Självständiga detaljhandlare förblir således prisföljare så länge som deras detaljförsäljningsmarginaler inte minskar. Om marginalerna minskar kan de överväga att lämna marknaden, vanligen genom att sälja sina försäljningsställen till någon av de stora aktörerna.
674. De dåliga utsikterna för potentiell konkurrens från de självständiga aktörerna illustreras på ett talande sätt av följande fallstudie, som citeras ur den nederländska regeringens rapport. De lokala myndigheterna i staden Almere övertalade en vit station att gå in på den lokala marknaden (genom att underlätta förfarandet för beviljande av koncession) för att bryta det lokala oligopolet bestående av befintliga bensinstationer. I utbyte mot koncessionen åtog sin den vita stationen att erbjuda ett detaljförsäljningspris som låg 4 % under de närmaste konkurrenternas pris.
675. Den vita stationen installerades i närheten av tre befintliga bensinstationer. Längre bort, men fortfarande inom Almeres gränser, var ytterligare sex bensinstationer verksamma. Alla befintliga bensinstationer var verksamma under de stora bolagens varumärken.

676. Under det första året uppnådde den vita stationen en rimlig omsättning, och det gjorde också de tre bensinstationer som hade följt den nya aktören och sänkt sina priser. Försäljningsvolymen i Almere hade inte ökat under den perioden och därför gick marknadsandelar förlorade för de sex bensinstationer som inte hade följt prissänkningarna. Efter ett år erbjöd alla nio bensinstationer samma pris som den vita stationen.
677. Efter det första året ökade den vita stationen konkurrenstrycket och sänkte sina priser med 7 %, 9 % och vid en viss tidpunkt till och med 12 %. Efter varje prissänkning följde konkurrenterna snabbt efter. Också när den vita stationen höjde sina priser följde de övriga bensinstationerna efter och höjde sina priser. Den vita stationen förvandlades med andra ord från nykomling till prisledare.
678. Eftersom alla bensinstationer i detta fall erbjöd samma pris kunde den vita stationen öka sin omsättning endast med hjälp av den goodwill den hade uppnått på den lokala marknaden i egenskap av prissänkare. Trots att den vita stationen uppskattades för sin roll som förkämpe för lägre priser bleknade goodwill-effekten efter en tid. När den vita stationen sänkte sitt pris med 12 % nådde den knappt upp till lönsamhetsgränsen. De stora oljebolagens bensinstationer kunde däremot snabbt följa prisledaren, eftersom oljebolagen kompenserade deras minskade distributionsmarginal. Därmed konkurrerade den vita stationen inte med de lokala bensinstationerna utan med oljebolagen. I det skedet hade bränslepriset i Almere återgått till den nivå som rådde när den vita stationen etablerades. Vid samma tidpunkt beslutade sig den vita stationen för att sälja affärsverksamheten till det högstbjudande oljebolaget.
679. Mot bakgrund av det som anförts ovan kan man dra slutsatsen att den potentiella konkurrensen från de självständiga detaljhandlarna inte kan utöva något betydande tryck på de stora oljebolagen.

SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN - TRANSAKTIONENS INVERKAN PÅ KONKURRENSEN

680. Effekterna av transaktionen måste bedömas mot ovan beskrivna bakgrund, med hänsyn till de omständigheter som påpekades i avsnittet om de strukturella kännetecknen för marknaden för detaljhandel med motorbränsle i allmänhet.
681. Följden av transaktionen blir att marknads oligopolistiska struktur förstärks ytterligare, med tre konkurrenter som tillsammans behärskar över hälften av marknaden samt två jämbördiga medelstora aktörer, Texaco och TotalFina. Resten av marknaden förblir splittrad och uppdelad mellan små marginella självständiga detaljistföretag.
682. Den anmälda transaktionen kommer således att leda till en ytterligare koncentration bland de stora oljebolagen. Den rådande oligopolistiska miljön kommer att skärpas ytterligare, och då blir det lättare för aktörerna att genomföra och kontrollera en ömsesidig växelverkan. I en situation efter koncentrationen kommer den nederländska detaljförsäljningsmarknadens dåliga lönsamhet att bli ännu sämre. De självständiga detaljhandlarna har inget incitament att konkurrera med priser, eftersom de tvärtom kan dra nytta av stora aktörers prishöjningar i detaljhandelsledet. På det hela taget försämras läget för slutkonsumenterna under sådana omständigheter. Man kan dra slutsatsen att koncentrationen kommer att leda till att en kollektivt

dominerande ställning uppkommer på detaljhandelsmarknaden för de stora oljebolagen (dvs. Shell, BP/Mobil, Exxon, Texaco och TotalFina).

FÖRENADE KUNGARIKET

ALLMÄN ÖVERSIKT

Raffinering

683. Förenade kungariket är nettoexportör av raffinerade oljeprodukter. Traditionellt anskaffas mer än 85 % av oljeprodukterna direkt hos raffinaderier i inlandet. Importen (vanligen med fartyg från kontinentala Europa eller Skandinavien) riktar sig vanligen till självständiga återförsäljare, men den kan också bestå av raffinaderiernas koncerninterna handel.
684. Det finns för närvarande tio stora bränsleraffinaderier i Förenade kungariket. De flesta av dem ligger i den södra delen av Storbritannien och är anslutna till de huvudledningar som täcker största delen av England och Wales. Ofta har de också fartygsförbindelse. Det bör dock noteras att Skottland har ett enda raffinaderi, (BP/Mobils anläggning i Grangemouth), som betjänar de flesta lokala distributionsterminaler.
685. De största raffinaderierna i Förenade kungariket är BP/Mobil, Exxon och Shell, som äger cirka 57 % av totalkapaciteten. De flesta andra raffinaderier (t.ex. Elf, Total/Fina, Texaco och Conoco) är också vertikalt integrerade oljebolag med verksamhet i detaljhandelsledet i Förenade kungariket och som de flesta individuellt har en andel på mer än 10 % av den totala inhemska raffineringsskapaciteten.

Grossisthandel

686. Importerade eller inom landet raffinerade motorbränslen säljs sedan antingen på fraktmarknaden och exporteras, eller transporteras till detaljhandlare, slutanvändare eller återförsäljare. I vissa fall hämtas bensin och dieselolja direkt från raffinaderiporten eller importlagren och distribueras på landsväg. I de flesta fall transporteras motorbränslen till distributionsterminaler, som finns överallt i Förenade kungariket och dit produkter levereras via ledningsnätet i inlandet, sjövägen eller (mer sällan) på järnväg. Därefter hämtas motorbränslena av tankbilar och distribueras till närliggande kunder.
687. I England och Wales transporteras största delen av motorbränslena via en av de sex rörledningar som förbinder raffinaderierna med distributionsterminalerna. I Skottland finns det inget sådant nät och de flesta produkterna skeppas från BP/Mobils raffinaderi i Grangemouth.
688. Det verkar för närvarande råda konkurrens på grossistmarknaden i Förenade kungariket. Ett tecken på detta är för det första att inget företag i dagsläget verkar ha mer än 20 % av grossistförsäljningen av motorbränslen till tredje part. Det bekräftas också av att de flesta företag som besvarade kommissionens förfrågan påpekade att grossistpriserna på motorbränslen i regel avspeglar det internationella Platt's-indexet och kostnaderna för transport från raffinaderiet eller importterminalen i fråga, och att de inte hade några svårigheter att göra anskaffningar.

689. Den brittiska konkurrensmyndigheten, Office of Fair Trading (OFT), kom fram till samma slutsats i sin rapport om konkurrensen inom den brittiska oljesektorn⁶⁸. Den konstaterade till och med att mellanstora aktörers grossistförsäljning har varit förlustbringande under nästan alla de fem senaste åren på grund av dessa konkurrensförhållanden.
690. En av de viktigaste faktorerna i en sådan konkurrens verkar vara den kroniska överkapaciteten i brittiska raffinaderier, eftersom raffinaderiernas totalproduktion av oljeprodukter är nästan 20 % större än den inhemska efterfrågan, som verkar ha jämnats ut sedan 1990. Överkapaciteten väntas visserligen minska något efter nedläggningen av Shells anläggning Shellhaven (det minsta raffinaderiet i Förenade kungariket), men kommer fortfarande att utgöra omkring 15 % av den totala efterfrågan.
691. En annan förklaring är att ett betydande antal självständiga företag äger och/eller driver distributionsterminaler, genom vilka de kan importera produkter från fraktmarknaden och leverera produkter till detaljister som inte bedriver raffinering verksamhet (t.ex. stormarknader) eller till varumärkeslösa detaljister. Deras verksamhet garanterar att stora slutanvändarkonsumenterna och detaljister som inte bedriver raffinering verksamhet lätt kan göra anskaffningar till ett konkurrenskraftigt pris.

SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE

Marknadsstruktur

692. Typiskt för marknaden i Förenade kungariket är det stora antalet konkurrenter: förutom de tre största raffineringföretagen (Exxon, BP/Mobil och Shell), som fortfarande har mer än 50 % av marknaden tillsammans, är också flera andra oljebolag (Total/Fina, Elf, Texaco och Conoco) verksamma på marknaden, plus stormarknader och självständiga detaljhandlare.
693. Marknadsandelarnas utveckling (mätt i volym) mellan 1994 och 1998 kan sammanfattas på följande sätt:

Företag	Exxon	BP/Mobil	Shell	Total/Fina	Texaco	Conoco/Je t	Stormark nader
Marknadsandelar (1994)	[10-20%]**	[10-20%]*	[10-20%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[10-20%]*
Marknadsandelar (1998)	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[20-30%]*

694. Detaljhandelsledet kan i stora drag delas in i fyra huvudnivåer: i) de stora (Exxon, BP/Mobil och Shell), ii) de mellanstora (Total/Fina, Texaco, Conoco/Jet och Elf), iii) stormarknaderna (Tesco, Sainsbury's, Safeway och Asda) och iv) de självständiga återförsäljarna.

68. Competition in the supply of petrol in the UK - rapport från Office of Fair Trading: maj 1998.

695. Exxon, BP/Mobil och Shell (de stora aktörerna) är de största detaljhandlarna i Förenade kungariket med individuella (ökande) marknadsandelar på mer än [10–20]* % mätt i volym. De har en omfattande geografisk täckning, vilket framgår av deras stora antal bensinstationer (över 1 800 var).
696. De har relativt låga kostnader på grund av i) låga leveranskostnader (tack vare direkta leveranser från egna raffinaderier eller produktutbyte med andra raffinaderier), ii) hög genomsnittlig försäljning per station (ca [...] m³ eller mer) och iii) stationsbutiker som ger extra inkomster och vinster.
697. Deras marknadsandelar (mätt i volym) har ökat något sedan 1994, och uppgår för närvarande till totalt [50–60]* %.
698. Total/Fina, Texaco, Conoco/Jet och Elf är också vertikalt integrerade oljebolag med raffinaderier i Förenade kungariket. De hör inte till samma kategori som de superstora aktörerna, eftersom de har betydligt mindre marknadsandelar och en mindre omfattande verksamhet (varje bolag utom Texaco har mindre än 1 000 stationer).
699. Även om de också gör anskaffningar direkt från egna raffinaderier eller byter produkter med andra raffinaderier, verkar de ha högre leveranskostnader än de superstora bolagen, eftersom deras grossistförsäljning varit förlustbringande under nästan alla de fem senaste åren. Slutligen har de flesta av dessa bolag mindre försäljning (ca 2 000 m³ eller mindre) än de superstora bolagen och därmed skulle deras detaljhandelskostnader vara större.
700. Till skillnad från de superstora bolagens marknadsandelar verkar deras sammanlagda marknadsandelar ha minskat med mer än 23 % sedan 1994 och uppgår för närvarande till sammanlagt cirka 20 %.
701. Stormarknaderna (Tesco, Sainsbury's, Safeway och Asda) säljer motorbränslen från de tankningsställen som finns i anslutning till deras parkeringsanläggningar. Stormarknaderna finns oftast i städer eller tätbefolkade områden och har därför en begränsad geografisk täckning, vilket bekräftas ytterligare av att alla stormarknadskedjor driver relativt få tankningsställen (färre än 200 stationer).
702. Stormarknaderna får största delen av sina leveranser från raffinaderier (och en del av dem främst från BP/Mobil). De anskaffar dock i regel stora mängder motorbränslen och gör därför också anskaffningar hos tradinghandlare och importörer, som tillgodoser upp till cirka 35–40 % av deras leveransbehov.
703. Stormarknadernas tankningsställen har i regel en mycket större försäljning (vanligen 10 000 m³) än bensinstationer som ägs av andra detaljhandlare. Detta gav dem betydande kostnadsfördelar jämfört med övriga detaljhandlare innan de superstora bolagen minskade antalet tankningsställen de drev för att uppnå en större försäljning.
704. Stormarknaderna har vunnit betydande marknadsandelar under de tio senaste åren. De uppgår för närvarande till totalt [20–30]* %, och Tesco har blivit den fjärde största bränsledetaljisten i Förenade kungariket. Enligt OFT⁶⁹ förstärktes denna

69. Se fotnot 68.

dramatiska ökning först och främst av deras ihållande och betydande prispörel (mellan 2,5 och 4 pence per liter) jämfört med konkurrenterna. Ökningen har också underblåsts av den kraftiga ökningen (över 10 % per år mellan 1994 och 1997) av antalet nya tankningsställen. Såsom förklaras närmare nedan finns det emellertid tecken på att stormarknadernas marknadsandelar troligen inte kommer att öka i någon betydande grad under de närmaste åren på grund av kapacitetsbegränsningar, hinder för expansion och ökande kostnader.

705. Självständiga tankningsställen är i regel "traditionella" stationer som etablerades för länge sedan. Vanligen säljer de inte bara bensin, utan också andra produkter (eldningsolja, livsmedel osv.).
706. Även om självständiga detaljhandlare har lätt att hitta leveranskällor är de inte vertikalt integrerade och har därför högre leveranskostnader. Resultaten av kommissionens undersökning visar att deras detaljförsäljningskostnader är större än för andra detaljhandlare, främst på grund av att de har en liten försäljning (vanligen 500 m³). Några sådana stationer finns på landsbygden, där de kan ta ut högre (upp till 3–4 pence per liter) priser i utbyte mot extra service och bekvämlighet. Många av dessa stationer inhyser också lanthandlar, postkontor osv.
707. Deras sammanlagda marknadsandel är nu under 6 % och fortsätter att minska.

Konkurrensdynamik - kostnader och priser

Tidigare utveckling

708. Det finns tecken på att konkurrensen var påtagligt svag inom detaljhandeln med motorbränslen före 1995: [...]*
709. I slutet av 1994 eller början av 1995, insåg de stora aktörerna uppenbarligen att stormarknadernas tillväxt allvarligt hotade deras affärsverksamhet och eventuellt kunde leda till samma marknadsstruktur som i Frankrike, där stormarknaderna har omkring 50% av marknadsandelarna och där priserna före skatt är låga. En del av dem, särskilt Exxon, bestämde sig för att försöka öka kostnaderna för stormarknaderna och sänka sina egna kostnader genom att dra bort volymer från stormarknaderna tillbaka till de stora aktörerna. Särskilt Exxon kastade sig in i ett intensivt priskrig med de stora aktörerna (Pricewatch-kampanjen) och vidtog drastiska åtgärder för att minska kostnaderna.
710. Det fick priserna att sjunka avsevärt ner till sådana nivåer att samtliga detaljhandlare noterade förluster under det första halvåret 1996. Därefter gjordes försök att höja priserna, men de gav resultat bara om de stöddes av Exxon. Priserna verkar ha stigit sedan dess och till och med överstigit de prisnivåer som stormarknaderna traditionellt har iakttagit när samma fraktmarknadspriser varit rådande.
711. Dessutom försökte de stora aktörerna [...] under samma period minska sitt kostnadsgap i förhållande till stormarknaderna. [...]*
712. Fram till 1995 verkade marknaden inte helt konkurrensduglig. Ett tecken på detta är att detaljförsäljningspriserna på bensin före skatt i början av 1994 var 20 % högre än i Frankrike, innan de sjönk med mer än 30 % inom två år. [...]*

713. I det läget togs stormarknaderna uppenbarligen inte på fullt allvar, och såsom OFT konstaterar: ”fram till 1995 kunde stormarknaderna i stort sett ohotade tillämpa priser som var betydligt lägre än på marknaden i övrigt”. (...) Oljebolagens försök att svara på hotet från stormarknaderna genom att ställa (prisstödsarrangemang) till förfogande för de värst drabbade stationerna var osystematiska och genomfördes i regel lokalt och utan större publicitet”.
714. [...]*
715. I slutet av 1994 nådde stormarknadernas andel av volymen upp till cirka 17 %. Såsom OFT konstaterar ”fick den fortlöpande förlusten av volym till det snabbt växande stormarknadsnätet de stora oljebolagen att vidta hårdare motåtgärder än man dittills sett”.
716. [...]*. I det läget befarade Exxon att ”Esso Retails marknadsposition och lönsamhet skulle försämrats avsevärt under de följande fem, tio åren”.
717. Det ledde till kraftfulla motåtgärder, där två olika typer av vapen användes. Det första vapnet var en hård priskonkurrens, som väntades dra volymer tillbaka till Exxon och bort från stormarknaderna och därmed något minska gapet mellan Exxons kostnader och stormarknadernas kostnader. Syftet var också att hindra stormarknaderna från ytterligare marknadsinträde och expansion. Det andra vapnet var ett drastiskt program för att minska kostnaderna.

Pricewatch-kampanjen

718. Den första detaljhandlaren som vidtog åtgärder var BP, som i slutet av 1994 tillkännagav att man skulle införa nationella prissättning som motdrag mot stormarknaderna. Snart skulle BP följas av Exxon, som hösten 1995 testade sin ”Pricewatch”-kampanj i Skottland och Nordöstra England och lanserade den i hela landet i januari 1996. Shell uppgav också att man skulle anpassa sig till Exxons erbjudande inom alla Pricewatch-områden.
719. Pricewatchkampanjen handlade om att följa stormarknadernas prisnivåer och om att informera om kampanjen för att dra volymer tillbaka till Exxons stationer från stormarknadernas tankningsställen. De andra stora aktörerna iakttog samma tillvägagångssätt, om än i mindre utsträckning.
720. Under första halvåret 1996 verkar effekterna av denna priskonkurrens ha haft en förödande inverkan på detaljhandlarnas marginaler. [...]*. Bruttomarginalerna minskade följaktligen och blev till och med 50 % lägre än i Frankrike. På sådana nivåer nådde uppenbarligen ingen motorbränsledetaljist upp till lönsamhetsgränsen.

”Återställande av priser”

721. Dessa förluster verkar ha fått antingen stormarknaderna, BP eller Shell att bli ledare för prishöjningarna. De flesta av dessa första försök misslyckades, [...]*. Prishöjningarna fortsatte 1997, då detaljhandelspriserna nådde upp till nivåer som stormarknadernas prissättning hade följt tidigare på grundval av samma fraktmarknadspriser.

722. Till skillnad från situationen före Pricewatch fortsatte dock denna utveckling under 1998, när stormarknaderna uppenbarligen accepterade att detaljhandelspriserna borde överskrida de prisnivåer som varit rådande före Pricewatch.

Åtgärder för att minska kostnaderna

723. Åren 1994–1995 var kostnadsskillnaden mellan stormarknaderna och de stora aktörerna uppenbarligen cirka 0,02–0,03 pund sterling per liter till stormarknadernas fördel. I det läget skulle en eventuell priskonkurrens från de stora aktörernas sida troligen ha misslyckats utan ett program för att minska kostnaderna.
724. Typiskt för perioden 1995–1998 var således förutom priskonkurrensen mellan de stora aktörerna (särskilt Exxon) och stormarknaderna också de omfattande åtgärderna för att minska kostnaderna.
725. Åtgärderna hade många syften, men det synligaste (om inte det viktigaste) var att minska skillnaden mellan stormarknadernas och de stora aktörernas genomsnittliga försäljning per tankningsställe. Detta verkar ha uppnåtts först och främst genom två olika åtgärder:
- Priskonkurrens med stormarknaderna: syftet var att dra volymer tillbaka till de stora aktörerna (och därmed öka deras totalvolym) och bort från stormarknaderna (och därmed minska deras totalvolym). Tack vare Pricewatch verkar Exxons volymer ha ökat med omkring [...] % under det första halvåret.
 - Stängning av mindre lönsamma tankningsställen: mellan 1994 och 1997 förlorade Exxon 11 % av sina märkesstationer, BP och Mobil förlorade 10 % av sina gemensamma stationer och Shell förlorade 30 % av sina bensinstationer. Det bör också noteras att eftersom de flesta förlorade stationer ägdes av återförsäljare, ledde kampanjen också till att de stora aktörerna fick en större kontroll över sitt detaljhandelsnät.
726. Detta och andra åtgärder för att minska kostnaderna ledde till att [...] *.
727. Alla andra konkurrenter verkar faktiskt ha förlorat terräng till de stora aktörerna och stormarknaderna under den perioden: de kunde uppenbarligen inte följa stormarknadernas och de stora oljebolagens takt, eftersom marknadsandelarna för alla dessa konkurrentgrupper minskade med mer än 23 % mellan 1994 och 1998.

Mellanstora aktörer och självständiga återförsäljare utövar inte längre något konkurrenstryck

728. Utvecklingen på detaljhandelsmarknaden för motorbränsle i Förenade kungariket har medfört en ny marknadsstruktur, där de medelstora aktörerna och de självständiga detaljhandlarna inte längre kan utöva något verkligt konkurrenstryck.
729. Ett tydligt tecken på detta är att de medelstora aktörerna och de självständiga detaljhandlarna inte kunde följa stormarknadernas och de stora oljebolagens takt. Mot denna riktning pekar också att de nu har en mycket mindre genomsnittlig försäljning (under 2 300) än de stora oljebolagen (mer än [...] *) eller stormarknaderna. Detta bekräftas slutligen av att ingen av dessa enskilda konkurrenter för närvarande har en marknadsandel på mer än 6 %, och att [...] *.

730. Detta stöds också av OFT:s rapport, där det konstateras att ”självständiga detaljhandlares vinstmarginaler (...) i de flesta fall sannolikt är lägre än marginalerna för stationer inom liknande områden och kan vara outhärdligt låga för många sådana detaljhandlare”.

Stormarknaderna blir prisföljare

731. Det finns tecken som tyder på att stormarknaderna inte längre strävar efter eller kan leda priskonkurrensåtgärder, utan att de i stället börjar följa de stora aktörerna. Stormarknaderna uppger särskilt att även om de kommer att fortsätta att fastställa sina priser enligt det lägsta pris som skyltas på någon av de viktigaste konkurrenternas stationer, kommer de nu att sträva efter att frångå en policy där man aktivt syftar till att skylta med lägre priser vid pumpen än de viktigaste konkurrerande oljebolagens försäljningsställen.
732. [...]*. Detta bekräftas också av att även om bruttomarginalerna närmade sig historiska nivåer 1997 väntas de öka under de närmaste åren.
733. En första förklaring till denna utveckling är att stormarknaderna kommer att ha mycket begränsade möjligheter till aggressiva åtgärder, eftersom de inte längre har några verkliga kostnadsfördelar jämfört med de stora aktörerna. [...]*. Dessutom tyder resultaten av kommissionens undersökning på att stormarknadernas kostnader troligen kommer att öka i framtiden, eftersom nya stationer kommer att ha en mindre försäljning och därmed större kostnader än befintliga stationer.
734. Kommissionens undersökning visar att en annan förklaring är att stormarknaderna efter Pricewatch har lärt sig att aggressiv prissättning får de stora aktörerna att följa efter, även om det leder till allvarliga förluster inom detaljhandelssektorn. I det fallet skulle det inte finnas något incitament till prissänkningar, eftersom de inte skulle leda till ökade marknadsandelar utan till lägre vinster.
735. Att stormarknader troligen inte har någonting att vinna på en aggressiv prissättning bekräftas ytterligare av att de inte kan öka sin försäljningsvolym i någon betydande utsträckning. Resultaten av kommissionens undersökning tyder på att det vore mycket svårt för dem att öka sin försäljningsvolym genom sina befintliga försäljningsställen eller att få planeringstillstånd för nya stationer, och att fastän stormarknaderna planerar att öppna ytterligare tankningsställen, skulle dessa stationer ha en mindre försäljning (och därmed sämre lönsamhet). Stormarknaderna har också uppgett att de inte väntade sig någon betydande ökning av sina marknadsandelar.
736. Dessa slutsatser stöds av OFT:s rapport, där det konstateras att ”snabbköpens bensinstationer verkar ligga nära den övre gränsen för sin tillväxt. (...) Volymen kan öka bara genom en större marknadsandel, och där finns det också kapacitetsbegränsningar. När gränsen för bensinförsäljningen nås, minskar incitamentet att sälja med små marginaler (...)”.
737. Slutligen har vissa stormarknader nyligen tillsammans med de stora aktörerna bildat gemensamma företag, som dels skall etablera butiker som drivs under stormarknadernas varumärken i anslutning till tankningsställen som drivs under de stora aktörernas varumärken, dels skall driva dessa butiker. Exempel på sådana gemensamma företag är BP/Safeway och Exxon/Tesco. Ett sådant samarbete är för närvarande begränsat till de stationer som drivs under de stora aktörernas varumärken

och inverkar varken på driften av eller anskaffningarna till stormarknadernas egna tankningsställen. Det är dock uppenbart att samarbetet skapar långvariga relationer mellan stormarknaderna och de stora aktörerna som med tiden kan utsträckas till stormarknadernas detaljhandel med bränsle och skulle i alla händelser troligen minska incitamentet för stormarknaderna att konkurrera med de stora aktörerna.

738. Fastän stormarknaderna traditionellt har varit prisledare inom sektorn för detaljhandel med motorbränsle, håller deras marknadsandelar och kapacitet således på att plana ut och de verkar bli prislejare i förhållande till de stora aktörerna. Detta bekräftas ytterligare av resultaten av kommissionens undersökning, där stormarknaderna har påpekat att de vid en ändring av grossistpriserna skulle titta på de stora aktörernas reaktion innan de fattar beslut om sina egna åtgärder.

De stora aktörerna blir tydliga marknadsledare

739. De stora aktörerna verkar för sin del ha stärkts snarare än försvagats av den våldsamma priskonkurrensen åren 1995 och 1996. Ett tydligt tecken på detta är för det första att deras sammanlagda marknadsandelar ökade med cirka [...] % åren 1995–1998.
740. Dessutom verkar en del av de stora aktörernas nuvarande vinster vara ännu större än i början av 1995, fastän de nuvarande bruttomarginalerna är mycket lägre än i början av 1995 (innan den aggressiva konkurrensen med stormarknaderna började).
741. Förutom de ökade vinsterna har de stora aktörerna också fått ett bättre grepp om marknaden, eftersom största delen av de skador som priskriget orsakade drabbade de medelstora aktörerna och de självständiga detaljhandlarna. Stormarknaderna verkar inte längre kunna hota Exxon, BP/Mobil och Shell i någon betydande utsträckning, och många tankningsställen som drivs av återförsäljare (där priserna är svårare att kontrollera) har satts ur spel.
742. Mot bakgrund av det som anförs ovan verkar det som om de stora aktörerna håller på att bli klara marknadsledare på marknaden för detaljhandel med motorbränsle i Förenade kungariket och att en betydande konkurrens bara kan uppstå genom inbördes rivalitet mellan medlemmar av denna grupp, eftersom övriga konkurrenter har förlorat all betydande kapacitet och alla betydande incitament att kämpa mot Exxon, BP/Mobil och Shell.
743. Parterna svarar att priserna vid pumpen exklusive skatt och bruttodistributionsmarginalerna i Förenade kungariket är bland de lägsta i Europa, att detta är ett tecken på intensiv konkurrens och att den övergripande långsiktiga trenden med krympande marginaler orsakade av intensiv konkurrens sannolikt kommer att fortsätta. Men även om priserna vid pumpen exklusive skatt och bruttodistributionsmarginalerna i Förenade kungariket kanske är relativt låga, verkar kostnaderna också vara det. Till exempel Exxons kostnader verkar ha minskat med [...] % mellan 1994 och 1997. Däremot, och i strid med parternas invändningar, [...] *. Dessa siffror verkar inte stödja något av parternas påståenden.
744. Parterna uppger också att de handlingar som lämnats in till kommissionen visar att stormarknaderna inte skulle följa de stora aktörernas eventuella prishöjningar och att stormarknadernas policy att vara oslagbara när det gäller priser sannolikt inte kommer att ändras efter den anmälda transaktionen. Detta skulle betyda att de stora

aktörerna inte kan utöva någon marknadsstyrka. Såsom förklaras ovan kan stormarknaderna dock fortsätta att erbjuda de lägsta priserna inom sitt influensområde, men också följa prishöjningar. [...]*. Detta bekräftas av att stormarknaderna har uppgett att de håller på att frångå policyn att aktivt sträva efter att erbjuda lägre priser vid pumpen än de viktigaste konkurrerande oljebolagens försäljningsställen och att de vid en prishöjning i allmänhet skulle invänta de stora aktörernas reaktioner innan de bestämmer sig för egna åtgärder. Dessutom är detta förenligt med det faktum att stormarknaderna finner det svårt att både öka försäljningen vid befintliga försäljningsställen och öppna konkurrenskraftiga bensinstationer. I det läget beror det faktum att vissa stormarknader har påpekat att de inte helt skulle följa en prishöjning på 5% troligen (vilket deras svar antyder) på att en prishöjning på 5% är mycket ovanlig på marknaden för detaljhandel med bränsle.

745. Dessutom verkar den nya marknadsstrukturen ge starka incitament till ett oligopolistiskt uppträdande som verkar vara ännu verkningfullare än de var tidigare före stormarknadernas uppgång.
746. Ett tydligt tecken på att marknadsstrukturen är ägnad att främja ett oligopolistiskt beteende är motorbränslesektorns allmänna kännetecken i Europa (dvs. produkthomogenitet, öppenhet, bristen på teknisk utveckling, efterfrågestelhet, bristen på motverkande inflytande från köparnas sida, höga inträdeshinder osv.) och de allmänna kännetecknen för relationerna mellan Exxon, BP/Mobil och Shell (vertikal integration, kontakter till flera marknader och så vidare).
747. Utöver dessa allmänna drag har den senaste utvecklingen på den brittiska marknaden lett till en marknadsstruktur som till och med ökar dessa incitament, i en omfattning som troligen är större än på många år (eller kanske någonsin).
748. För det första verkar marknaden för detaljhandel med motorbränslen i Förenade kungariket ha varit stagnerat särskilt de senaste åren, eftersom de sålda volymerna i Förenade kungariket verkar ha ökat mindre än 2 % åren 1994–1998.
749. För det andra finns det en tydlig symmetri mellan Exxons, BP/Mobils och Shells marknadsandelar, som 1998 varierade mellan [10-20]* % (för Shell) och [10-20]* % (för Exxon). Även om man kan hävda att dessa marknadsandelar inte har varit stabila under de fyra senaste åren, är det viktigare att i) alla dessa marknadsandelar har ökat (vilket återspeglar de stora aktörernas ökade inflytande inom motorbränslesektorn) och att ii) symmetrin i de stora aktörernas marknadsandelar har ökat de senaste åren, eftersom skillnaden mellan den största och den minsta av dessa marknadsandelar minskat med 37 % sedan 1994.
750. För det tredje verkar det också finnas en stark korrelation mellan kostnadsstrukturerna för dessa företag, [...]*. Parterna är av en annan åsikt på denna punkt och påstår att skillnaderna i driftskostnader mellan de olika marknadsaktörerna är mycket större än så. [...]*. Parterna uppger vidare att till och med inom Exxon förekommer det kostnadsskillnader beroende på stationernas format och utbud. Det är dock skäl att notera att för det första utarbetas marknadsaktörernas (och åtminstone Exxons) nationella strategier på grundval av de genomsnittliga lönsamhetskraven, och därför är det marknadsaktörernas genomsnittliga kostnadsstruktur som skall beaktas när man diskuterar symmetrin i deras kostnadsstruktur. För det andra bekräftar det faktum att kostnaderna kan variera i stor omfattning till och med inom

en viss konkurrent ytterligare att en skillnad på cirka 0,01 pund sterling per liter mellan de genomsnittliga kostnaderna för flera konkurrenter tyder på att det finns en kostnadssymmetri mellan dessa konkurrenter.

751. För det fjärde verkar Exxon, BP/Mobil och Shell ha symmetriska incitament, eftersom alla tre stora aktörer täcker hela den brittiska marknaden och har samma grad av vertikal integration. De äger också tillsammans vissa lageranläggningar och rörledningar.
752. Sist och kanske viktigast har de stora aktörerna nu en betydande marknadsstyrka på marknaden för detaljhandel med motorbränslen i Förenade kungariket. Detta ökar avsevärt de stora aktörernas fördelar av ett eventuellt samordnat beteende och också därför också deras incitament för ett sådant beteende.
753. Även om det såsom parterna uppger och OFT rapporterade 1998 kan anses att det råder konkurrens inom detaljhandeln med motorbränslen i Förenade kungariket, verkar det därför som om de stora aktörerna återigen har tagit kontrollen över denna marknad, att bara en tävlan mellan medlemmarna i denna grupp kan ge upphov till en betydande konkurrens och att en sådan tävlan har blivit mindre sannolik på grund av de utvecklingstrender som beskrivs ovan.
754. Parterna svarar att konkurrensen är hård inom detaljhandeln med motorbränslen i Förenade kungariket och grundar sig på att man i de brittiska konkurrensmyndigheternas översikter över den marknaden konstaterade att den var mycket konkurrensutsatt. Såsom förklaras ovan verkar marknaden dock ha förändrats betydligt under de senaste åren, och den häftiga priskonkurrensen i mitten av 1990-talet har förbytts i de stora aktörernas kontroll över marknaden. Och även om det i OFT:s senaste rapport uppges att det råder konkurrens på marknaden konstateras det också att ”marknaden måste övervakas för att garantera att konkurrensen mellan de stora aktörerna inte dämpas om marknaden blir mer koncentrerad”.

Inträdeshinder - expansion - potentiell konkurrens

755. Exxon, BP/Mobil och Shell verkar inte hotas av en eventuell marknadstillväxt eller eventuella nya aktörer på marknaden, eftersom försäljningsvolymen i Förenade kungariket verkar ha varit relativt oförändrad sedan 1994 (en ökning med mindre än 2 % på tre år) och eftersom det verkar mycket osannolikt att nya aktörer kommer in på marknaden.
756. I OFT:s rapport konstateras särskilt att ”inträde på detaljhandelsmarknaden för närvarande är föga lockande på grund av de små marginalerna vid bränsleförsäljning och kostnaderna för att följa miljölagstiftning. För att uppnå en tillräcklig avkastning måste marknadsinträdet vara ganska omfattande, och det kan vara svårt att få planeringstillstånd för nya bensinstationer. Det kan hävdas att nya aktörer kan komma in på marknaden i framtiden genom att på nytt öppna de många stationer som varit stängda de senaste åren. Dessa är dock i regel små stationer och på grund av miljöbestämmelser måste stationernas stängas fullständigt och tankarna fyllas med betong. Sådana stationer får ofta en alternativ användning. Därför är det nästan lika svårt att öppna en gammal station på nytt som att bygga en ny”.
757. Och, även om parterna uppger att det är vanligt med nya aktörer på marknaden för detaljhandel med bränslen, kan de som exempel nämna endast stormarknaderna (som

egentligen inte är nya aktörer) och Save-nätverket (som har en mycket liten marknadsandel och förlorade 15 % av sina tankningsställen 1997).

SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN: TRANSAKTIONENS PÅVERKAN PÅ KONKURRENSEN

758. Effekterna av den aktuella transaktionen måste bedömas mot ovan beskrivna bakgrund, och dessutom måste man beakta de omständigheter som lyfts fram i avsnittet om allmänna strukturella kännetecken för detaljhandeln med motorbränslen.
759. Såsom förklaras ovan leds den brittiska marknaden för detaljhandel med motorbränsle klart av de stora aktörerna, och de övriga konkurrenterna har förlorat alla möjligheter och incitament att konkurrera med Exxon, BP/Mobil och Shell i någon betydande utsträckning. Marknadens struktur är i betydande grad ägnad att främja ett oligopolistiskt beteende mellan de tre stora aktörerna, som har liknande egenskaper och jämförbara marknadsandelar.
760. Tredje parter har uppgett att konkurrerande prissättning har förekommit mellan Exxon och BP och att det är denna dynamik som kan antas påverka prissättningen på marknaden i Förenade kungariket i framtiden. [...]*. Med tanke på de stora aktörernas nya och starka incitament att tillämpa ett oligopolistiskt beteende är det osannolikt att denna rivalitet skulle kunna fortsätta i samma omfattning i framtiden.
761. Såsom ovan förklarats kommer den anmälda koncentrationen att ge upphov till en strukturell koppling mellan Exxon och BP/Mobil, som kommer att leda till att Exxon kan utöva ett betydande inflytande över det gemensamma företaget BP/Mobil och som mer generellt kommer att skapa nya incitament till ett samarbete mellan dessa båda företag. Med beaktande av att det dessutom finns starka marknadsrelaterade incitament till ett sådant samarbete, är det mycket sannolikt att all verklig konkurrens mellan Exxon och BP/Mobil kommer att försvinna efter koncentrationen.
762. Det finns starka bevis för att Shell inte skulle sträva efter att utmana Exxons och BP/Mobils konkurrensposition. Det är mycket sannolikt att Shell i stället går samman med Exxon och BP/Mobil och bildar ett oligopol.
763. Det verkar som om Shell inte ens före koncentrationen traditionellt har varit någon särdeles aggressiv priskonkurrent. [...]*. Dessutom verkar Shell ha varit en av de viktigaste deltagarna i åtgärderna för att återställa priserna, [...]*.
764. Däremot har tredje parter påpekat att Shells policy verkar vara att sträva efter en position som ett förstklassigt varumärke som inte bara gäller bränslen. Detta verkar ha föranlett Shell att prissätta sina produkter högre än marknadspriset.
765. Det finns heller inga tecken på att Shell skulle sträva efter eller kunna ändra denna strategi efter koncentrationen. [...]*. För det andra har Shell till skillnad från Exxon och BP/Mobil inga gemensamma företag med stormarknader och kan därför inte lägga fram ett likadant utbud. Dessutom verkar Shells nuvarande strategi relativt framgångsrik, eftersom dess marknadsandel av detaljhandelsvolymen med motorbränslen ökade med 13% mellan 1994 och 1998 (även om ökningen torde bli begränsad i framtiden, såsom konstaterades ovan).

766. Dessutom är Shell redan engagerat i flera partnerskap med BP/Mobil och Exxon: Shell äger flera distributionsterminaler i Förenade kungariket tillsammans med antingen BP/Mobil eller Exxon, och Shell och BP/Mobil är delägare i två av de största ledningsnäten som täcker England och Wales. Kopplingarna mellan Shell och BP väntas öka efter nedläggningen av Shells raffinaderi Shellhaven, då Shell troligen kommer att anskaffa en betydande del av sina raffinerade bränslen från BP/Mobil's raffinaderi i Coryton.
767. Slutligen är det ännu mindre sannolikt att Shell skulle inta en mer konkurrerande hållning på grund av att de ovan beskrivna incitamenten för oligopolistiskt beteende nu är starkare än de troligen har varit på många år.
768. Mot bakgrund av det som anförs ovan kan man dra slutsatsen att de stora aktörerna efter koncentrationen kommer att utgöra ett oligopol på marknaden för motorbränslen i Förenade kungariket.

En unik konkurrensposition inom grossistsektorn

769. Exxon, BP/Mobil och Shell är verksamma inom grossistförsäljning av motorbensin och dieselolja till tredje part. Enligt de sifferuppgifter kommissionen har tillgång till skulle deras nuvarande sammanlagda andelar av den marknaden uppgå till omkring [30–40]* %.
770. Dessutom är dessa uppgifter om marknadsandelar en underskattning av de stora aktörernas verkliga marknadsstyrka. I det avseendet bör det noteras att de stora aktörerna också efter nedläggningen av raffinaderiet Shellhaven tillsammans kommer att ha cirka [50–60]* % av den totala raffineringsskapaciteten i Förenade kungariket. Dessutom kommer de tillsammans att äga omkring [40–50]* % av distributionsterminalerna i Förenade kungariket, och de kommer (tillsammans med andra aktörer än de stora) att gemensamt äga ytterligare [0–10]* % av distributionsterminalerna. Slutligen kommer Exxons raffinaderi i Fawley och BP/Mobils raffinaderi i Coryton att vara de enda två raffinaderierna i södra och sydöstra England.
771. Exxon, BP/Mobil och Shell kommer därför att ha en unik konkurrensposition. För det första kommer dessa företag i egenskap av raffinaderier att kunna ingå swapavtal med andra raffinaderier och därmed på nationell nivå göra produktanskaffningar på bättre villkor än företag som inte bedriver raffineringssverksamhet. Och för det andra kommer de att ha betydande konkurrensfördelar jämfört med andra raffinaderier, eftersom de kommer att uppnå en oöverträffad försäljningsvolym och en oöverträffad geografisk täckning av Förenade kungarikets territorium. Till exempel de stora aktörerna kommer att ha en mer än fem gånger större raffineringsskapacitet än de närmaste konkurrenterna (Texaco och Conoco), och antalet distributionsterminaler de äger eller delar kommer att vara betydligt större än hos den närmaste konkurrenten.
772. De stora aktörerna kommer att vara mycket mindre beroende av utbyten med andra raffinaderier än andra raffinaderier kommer att vara beroende av utbyten med de stora aktörerna. Därför kan deras samarbete eventuellt leda till att de skulle ha ett incitament och en möjlighet att ställa strängare villkor för sina swapavtal med andra raffinaderier.

773. En annan eventuell konsekvens av situationen efter koncentrationen är att de stora aktörerna kommer att ha bättre möjligheter att avvärja andra raffinaderiers eller grossisters lokala konkurrensåtgärder (t.ex. marknadsinträde), eftersom de tack vare sin mer omfattande geografiska täckning skulle kunna kompensera de kostnader som lokala konkurrensåtgärder orsakar med större volymer och områden.
774. En tredje tänkbar följdverkning av situationen efter koncentrationen är att Exxon kommer att förmå BP/Mobil (eller t.o.m. Shell), som för närvarande är en stor leverantör till stormarknaderna, att erbjuda dessa kunder högre priser eller begränsade kvantiteter. Vissa stormarknader har uttryckt oro över att ett sådant uppträdande skulle kunna öka deras kostnader och därmed undergräva deras konkurrenskraft i det senare marknadsledet för detaljhandel med motorbränslen.
775. Med beaktande av överkapaciteten inom raffineringsbranschen och det stora antalet grossister i Förenade kungariket är det inte sannolikt att transaktionen kommer att ge upphov till en dominerande ställning inom grossisthandeln i det landet. De stora aktörerna får dock en unik konkurrensposition inom den sektorn, vilket kommer att öka leveranskostnaderna för deras konkurrenter.
776. Parterna hävdar att eftersom andra företag än de stora aktörerna kontrollerar cirka 46% av raffineringskapaciteten och 58% av distributionsterminalerna i Förenade kungariket, kan man ifrågasätta alla slutsatser om att de stora aktörerna kommer att kunna utöva marknadsstyrka eller höja leveranskostnaderna för andra konkurrenter efter transaktionen. Såsom förklaras ovan är det mot bakgrund av dessa siffror och kommissionens undersökning det kan fastställas att grossistsektorn kommer att förbli konkurrenskraftig. I parternas argument tas det dock uppenbarligen ingen hänsyn till att övriga konkurrenter inom grossistsektorn är mycket mindre än någon av de stora aktörerna, att de i regel har en begränsad geografisk omfattning, att de antingen saknar möjlighet att utbyta produkter eller är mycket mer beroende av produktutbyte med parterna än de stora aktörerna är beroende av produktutbyte med dem. Följaktligen ifrågasätter de inte att de stora aktörerna kommer att kunna öka konkurrenternas leveranskostnader eller med framgång vidta lokala konkurrensåtgärder.
777. Enligt parterna finns det också bevis för att de integrerade företagen behandlar raffinering och marknadsföring som separata affärsverksamheter. Parterna anser därför att vertikal integration inte ger de stora aktörerna någon fördel i förhållande till icke-integrerade aktörer, och att ett tecken på detta är att icke-integrerade företag, särskilt stormarknader eller kedjor såsom British Fuels, hela tiden utökar sin verksamhet. Att raffinering och marknadsföring behandlas som separata affärsverksamheter utesluter dock inte att vertikal integration kan ge och redan ger integrerade företag konkurrensfördelar, eftersom raffinaderierna har tillgång till säkra leveranser och produktutbyte och, vad de stora aktörerna beträffar, också drar nytta av en omfattande geografisk täckning och distributionsinfrastruktur (t.ex. rörledningar och distributionsterminaler). Dessutom bör det noteras att icke-integrerade företag, bortsett från stormarknader (som beträffande storlek, närvaro och varumärkesigenkänning gör dem till något exceptionella konkurrenter), bara ha en mycket liten (mindre än 6 %) och krympande andel av detaljförsäljningen.

Ohotade marknadsledare inom detaljhandelssektorn

778. De stora aktörerna är de tre största detaljhandlarna i Förenade kungariket, och ännu mer anmärkningsvärt är att två av dem är landets största företag överhuvudtaget. Deras sammanlagda marknadsandelar är ungefär [50–60]* % - cirka [...] * gånger större än den närmaste konkurrentens (Tesco, som ingått ett gemensamt företag med Exxon).
779. Såsom förklarades i punkterna 728–738 ovan har den senaste utvecklingen inom detaljhandeln med motorbränsle präglats av en nedgång för de stora aktörernas traditionella konkurrenter, dvs. de medelstora aktörerna och de självständiga återförsäljarna. Det har också föranlett stormarknaderna att avstå från prisledarskap och aggressiv konkurrens och i stället inta rollen som prisföljare med begränsade förväntningar på ökade marknadsandelar.
780. Närmare bestämt visar den rådande marknadsdynamiken att de stora aktörerna håller på att vinna marknadsandelar på de medelstora aktörernas och de självständiga detaljhandlarnas bekostnad. Det kan därför förväntas att denna utveckling och stormarknadernas kapacitetsbegränsningar kommer att leda till att de stora marknadsaktörernas gemensamma marknadsandelar når ännu högre nivåer de närmaste åren och att dessa företag slutgiltigt befäster sin kontroll över detaljhandelsmarknaden.
781. Dessa slutsatser kommer till och med att förstärkas efter transaktionen, eftersom de stora aktörerna såsom det förklarades i punkterna 769–777 ovan nu kommer att ha en chans att öka de övriga detaljhandlarnas leveranskostnader och därmed försvaga dessa konkurrenters positioner inom detaljhandelssektorn.
782. Om man dessutom beaktar stormarknadernas och de självständiga detaljhandlarnas begränsade geografiska täckning och de stora aktörernas omfattande närvaro i hela landet som kontrast, skulle Exxon, BP/Mobil och Shell tillsammans kunna vidta selektiva konkurrensåtgärder i vissa områden och avsevärt skada sina konkurrenter och samtidigt kompensera kostnaderna för dessa åtgärder genom begränsade prishöjningar i hela landet. Parterna håller inte med om att stormarknaderna har en begränsad geografisk täckning, med motiveringen att [...] * % av Exxons bensinstationer och [...] * % av BP/Mobils bensinstationer ligger inom en fem kilometers radie från en stormarknad. Det bör dock noteras att bara en mycket liten del av stormarknaderna har en bensinstation: enligt vissa stormarknader har endast 35–50 % av deras försäljningsställen en bensinstation på sitt område. Det innebär att även om någon av parterna eventuellt har en bensinstation som ligger nära en stormarknad, behöver denna bensinstation inte nödvändigtvis konkurrera med den stormarknaden. De sifferuppgifter som parterna lagt fram avser stormarknaderna som helhet. Deras siffror kan därför vara missvisande, eftersom de enskilda stormarknadskedjorna kan ha en mycket mer begränsad täckning trots att stormarknaderna som helhet täcker hela landet.
783. Följaktligen skulle andra än stora konkurrenter inte med framgång kunna hota de stora marknadspositioner efter transaktionen.
784. Mot bakgrund av det som anförs ovan kommer den anmälda koncentrationen att leda till att Exxon, BP/Mobil och Shell får en oligopolistisk dominerande ställning på

marknaden för detaljhandel med motorbränslen i Förenade kungariket, vilket hindrar en effektiv konkurrens i den medlemsstaten, som är en betydande del av EES.

F. FLYGSMÖRJMEDEL

785. Flygsmörjmedel (även kallade esterbaserade turbinmörjmedel eller syntetiska flygturbinoljor) används antingen för smörjning av turbofläktmotorer (trafik- och militärflyg) eller i tillämpningar som utvecklats på grundval av flygplansmotorer (t.ex. vissa marina turbinmotorer och vissa strömgeneratorer med turbosmörjning och andra industritillbehör). Såsom framgår av punkterna om en definition av produktmarknaden utgör smörjmedel för trafikflygplan, smörjmedel för militärflygplan och smörjmedel för flygmotorbaserade tillämpningar tre separata produktmarknader.
786. Deras produktionsprocesser följer mer eller mindre de typiska skedena för tillverkning av vanliga smörjmedel, det vill säga blandning av syntetiska basråvaror och tillsatser, även om ingredienserna är annorlunda än de som används vid tillverkning av vanliga smörjmedel.
787. På samma sätt som i fråga om bilsörjmedel måste tillverkningsprocessen och det färdiga smörjmedlet godkännas av berörda organisationer, i detta fall berörda militära myndigheter och OEM-kunder, innan det saluförs och används i luftfartyg. På grund av de strängare säkerhetsnormer som flygsmörjmedel måste uppfylla är godkännandeprocessen för flygsmörjmedel strängare och långvarigare än för bilsörjmedel.
788. Det finns tre huvudkategorier av köpare av flygsmörjmedel, nämligen kommersiella flygbolag, försvarskunder och olika industrikunder.

MARKNADSDEFINITION

Relevant produktmarknad

Flygsmörjmedel och vanliga smörjmedel tillhör inte samma marknad

789. Parterna framför argumentet att flygsmörjmedel hör till samma marknad som vanliga (bil- och industri-)smörjmedel, som undersökts ovan. Även om de båda kategorierna av smörjmedel inte är utbytbara från efterfrågesidans synpunkt sett, hävdar parterna att de är utbytbara på utbudssidan och att tillverkare av vanliga smörjmedel som inte tillverkar flygsmörjmedel därför enkelt och snabbt kan lägga om sin tillverkningsprocess och börja tillverka flygsmörjmedel. Det finns tre skäl för deras ståndpunkt: för det första är tillgången god på de råvaror som krävs för blandning av flygsmörjmedel (dvs. polyolestrar och tillsatser), för det andra är blandningsutrustningen densamma för båda kategorierna av smörjmedel, för det tredje råder det ett allmänt överutbud på blandningskapacitet, vilket gör det ekonomiskt möjligt att använda blandningsanläggningar för andra ändamål. Därför vore substitution med bilsörjmedel möjlig på utbudssidan genom att rengöra den blandningsutrustning som tidigare användes för bilsörjmedel och på en relativt kort tid omvandla den utrustningen för tillverkning av flygsmörjmedel.
790. I marknadsundersökningen konstaterades det att vanliga (bil- eller industri-) smörjmedel och flygsmörjmedel utgör två separata produktmarknader. På efterfrågesidan finns det helt klart ingen substitution mellan de båda kategorierna. De strängare säkerhetskraven för flygsmörjmedel samt bil- och flygmotorers olika

driftsmiljöer utesluter all eventuell substitution med vanliga bilmörjmedel på efterfrågesidan. Parterna förnekar inte detta konstaterande. Parternas argument om en enda marknad på utbudssidan övertygar inte, eftersom de enbart förlitar sig på rent logistiska aspekter på substitution på utbudssidan. Även om man antar att substitutionen av blandningsutrustning skulle kunna vara tekniskt möjlig (även om andra tillfrågade tillverkare har uttryckt förbehåll för en sådan möjlighet) och att en blandare av vanliga smörjmedel skulle kunna börja blanda flygsmörjmedel går det varken lätt eller snabbt att genomföra ett fullständigt marknadsinträde, eftersom marknaden i fråga kännetecknas av betydande inträdeshinder, som behandlas i följande punkter. Förutom att vanliga smörjmedel inte är substituerbara med flygsmörjmedel finns det ännu smalare produktmarknader för flygsmörjmedel som används i motorer för trafikflygplan, i motorer för militärflygplan och i flygmotorbaserade tillämpningar.

Kommersiella, militära och flygmotorbaserade tillämpningar

791. Att det finns tre smalare marknader för flygsmörjmedel bevisas av bristen på substitution på efterfråge- och utbudssidan inom de tre ovannämnda kategorierna. Bristen på substitution på utbudssidan mellan de olika kategorierna av flygsmörjmedel är resultatet av ett kontinuum av kvalitetsegenskaper som begränsar de tre respektive produkternas tilltänkta användningsändamål. Flygsmörjmedel som används i motorer för trafikflygplan måste uppfylla strängare kvalitets- och säkerhetskrav än flygsmörjmedel som används i motorer för militärflygplan (militärflygmotorer underhålls mycket ofta och underhållsintervallet är 200–1 000 timmar jämfört med 20 000 timmar för motorer i trafikflygplan). Bristen på substitution på utbudssidan är resultatet av olika specifikationskrav och den tid som krävs för att komma in på de olika smalare marknaderna flygsmörjmedel. För att kunna komma in fullständigt på marknaden för smörjmedel för trafikflygplan måste en potentiell leverantör vanligen gå genom vissa stadier innan saluföringen av produkten kan börja. Det typiska förfarandet, som beskrivs nedan, kan ta upp till sex år för smörjmedel som används i militärmotorer och upp till tolv år för smörjmedel som används i motorer för trafikflygplan.
792. En leverantör måste bedriva omfattande forskning kring produktens konstruktion för att kunna åstadkomma en marknadsduglig produkt som tillgodoser behoven för de flesta flygbolag som använder olika typer av flygmateriel. Den tid det tar att slutföra denna första fas kan variera från tre månader för etablerade tillverkare upp till fyra år för nya aktörer. På detta stadium kan en leverantör välja att inte ge sig in i en process för att få godkännande för militära eller kommersiella ändamål, utan väljer i stället att tillverka och saluföra produkter som är avsedda för industriella tillämpningar (t.ex. turbinmotorer som används för oljeborring, gaspumpning, elproduktion eller marina turbinmotorer). Därefter behöver en leverantör som vill börja sälja produkter avsedda för militär- och trafikflygplan respektive godkännanden från militära myndigheter och OEM-kunder. Först måste en leverantör få godkännande från statliga militära organ (amerikanska flottan, brittiska försvarsministeriet, franska Délégation Générale des Armements osv.). Denna process omfattar laboratorietester (med glasvaror och testanordning) och motorsimuleringstest. Det kan ta upp till två år och är vanligen en första förutsättning för en ansökan om OEM-testning, eller i övrigt ett förhandsvillkor för fullt godkännande från OEM-kunder. Också i detta fall kan en leverantör välja att inte ge sig in en process för att ansöka om OEM-godkännande, eftersom ett sådant krävs bara för produkter som är avsedda att användas i trafikflygplan. I ett sådant fall

kan en leverantör inrikta sig på smörjmedel avsedda för militära kunder. Enligt parterna är den militära marknaden anbudsdriven, varumärkestrohet förekommer inte och den är mer selektiv än vanligt.

793. Följande steg på vägen mot fullständigt marknadsinträde på marknaden för smörjmedel till trafikflygplan är att få ett OEM-godkännande. Det innebär ett fullständigt godkännande för de flesta flygmotorer och tillbehör som används av kommersiella flygbolag. Detta omfattar vanligen sju stora motortillverkare (t.ex. General Electric, Rolls Royce, Pratt & Whitney, Allied Signal, Snecma, International Aero Engines och CFM International), tjugo viktiga motormodeller, fyra stora tillverkare av tillbehör och fyra viktiga tillbehör (APU, CSD, IDG and ATS)⁷⁰. Denna process omfattar laborietester (med glasvaror och testanordning), motorsimuleringstest för varje modell och en långvarig utvärdering under flygning för varje modell. Enligt parternas uppskattningar kan det sammanlagt ta upp till tolv år från det att smörjmedel för trafikflygplan börjar utvecklas till dess att ett fullständigt godkännande beviljas och saluföringen kan börja. Parterna hävdar emellertid att den tid som behövs för att få kommersiella OEM-godkännanden håller på att minska. Enligt parterna finns det vissa motortillverkare som inte kräver att deras motorer skall testas under flygning. Till exempel Pratt & Whitney har reviderat sitt program och kräver utprovning av bara en motor, vilket förkortar tiden från militära myndigheters godkännande till kommersiellt godkännande till [...] år och minskar de motsvarande kostnaderna till [...] US-dollar. Parterna förklarar att det numera tar mellan [...] och [...] år att beviljas kommersiellt OEM-godkännande och kostar mellan [...] och [...] US-dollar. I alla händelser utgör detta fortfarande ett betydande hinder för att komma in på marknaden.
794. Ur teknisk synvinkel skulle smörjmedel avsedda för trafikflygplan kunna användas i militära tillämpningar, men tvärtom går inte. Orsaken är att ett godkännande för civilflygstillämpningar kräver fler tester. Dessutom måste smörjmedel som används i flygmotorbaserade tillämpningar klara mycket snäva godkännandeprocesser. Från teknisk synpunkt skulle såväl smörjmedel för trafikflygplan som smörjmedel för militärflygplan kunna användas i tillämpningarna i fråga, men motsatsen är tekniskt svår att genomföra. Den ovan beskrivna ensidiga substitutionen illustreras av att de flesta flygbolag använder samma produkt för alla sina flygtillämpningar (både flyg- och markmateriel), och därför köper de bara OEM-godkända smörjmedel av högre kvalitet avsedda för trafikflygplansmotorer⁷¹. Därför kan substituerbarheten både på utbuds- och efterfrågesidan sägas fungera bara i en riktning. Detta belyses ytterligare av det begränsade antalet leverantörer som anlitas av kommersiella flygbolag (Exxon, Mobil och i mindre utsträckning Shell och Castrol) och det större antalet leverantörer till militära beställare (de ovan nämnda stora aktörerna plus några mindre specialiserade tillverkare, t.ex. NYCO, Henkel, Hatco).
795. På grundval av de bevis som anförts ovan kan man rimligen dra slutsatsen att sektorn för flygsmörjmedel består av tre separata produktmarknader, uppdelade enligt avsett

70. Hjälpkraftaggregat (Auxiliary Power Units), reglersystem för konstant färdhållning (Constant Speed Drivers), integrerade driftsgeneratorer (Integrated Drive Generators) och startmotorer till vindturbiner (Air Turbine Starters).

71. Det berättas att flygbolagen för att minska eventuella säkerhetsrisker använder ett och samma OEM-godkända smörjmedel för både mark- och flygtillämpningar för att garantera att ett icke godkänt flygmotorbaserat smörjmedel inte av misstag används i en flygplansmotor.

användningsändamål. Transaktionen kommer märkbart att påverka marknaden för smörjmedel avsedda för trafikflygplan.

Relevant geografisk marknad

796. Parterna gör gällande att den geografiska marknaden är global, och konstaterar att de flesta tillverkare levererar produkter till sitt världsomspännande nätverk från en eller ett fåtal anläggningar, att flygsmörjmedel är lätta att transportera och transportkostnaderna låga, att priserna är desamma i olika delar av världen och att det inte finns några handelshinder. Marknadsundersökningen har bekräftat definitionen ovan för alla typer av flygsmörjmedel. Därför anses den geografiska marknaden vara global.

BEDÖMNING AV KONKURRENSLÄGET

797. Exxon och Mobil har [60–70]* % av den globala produktionen och försäljningen av esterbaserade turbinsmörjmedel (Exxon: [30–40]* %. Mobil: [20–30]* %). De övriga stora leverantörerna är Shell ([0–10]* %), Castrol ([0–10]* %), NYCO ([0–10]* %) och övriga ([20–30]* %).
798. På marknaden för smörjmedel avsedda för motorer till trafikflygplan har de samgående parterna tillsammans en betydligt större marknadsandel. Parterna uppskattar att de hade en sammanlagd marknadsandel på [80–90]* % i slutet av 1997 (Exxon: [40–50]* %, Mobil: [40–50]* %, Shell: [0–10]* %, övriga: [0–10]* %). Flygbolag och konkurrenter som tillfrågades i samband med marknadsundersökningen påpekade att den sammanslagna enheten skulle få mer än [0–90]* % av marknaden och att Shell och Castrol för närvarande vore de enda alternativa leverantörerna med [0–10]* % respektive [0–10]* % (det är skäl att notera att Shell inte har ett enda amerikanskt flygbolag som kund och har en marginell försäljning till kommersiella EU-flygbolag).
799. Exxon och Mobil verkar vara nästan oövervinneliga marknadsledare, vilket enligt vissa konkurrenter har sin grund i historiska marknadsvillkor. Flygsmörjmedelsindustrin har lidit av dålig lönsamhet och en hög kostnadsbas, vilket beror på det kontinuerliga behovet av forskning och utveckling till följd av den tekniska utvecklingen inom flygplanstillverkningen. Därför har många leverantörer lämnat marknaden. Samtliga tillfrågade parter har påpekat att marknaden för trafikflygplansmotorer kräver ett stort engagemang. De samgående företagen har engagerat sig i denna marknad ända sedan utvecklingen av jetturbintekniken började och de har utvecklats till "hovleverantörer" för alla stora flygbolag. Enligt parterna beror deras större andel av den marknaden på att de engagerat sig i den i årtionden, medan de andra leverantörerna av flygsmörjmedel har inriktat sig på de båda övriga marknaderna (Castrol på industrin och det militära området, Shell på det militära området och övriga flygprodukter, Hatco på försäljning av esterbaserade basblandningar, försäljning av andra tillverkares produkter under eget varumärke samt försäljning för militära ändamål). Parterna gör gällande att de inte har någon oövervinnelig teknisk ledarställning eftersom de teknik som behövs för att konkurrera är mogen. Det stämmer troligen, men ändrar inte det faktum att inträdeshindren på marknaden är höga på grund av godkännandeförfaranden, som gör det osannolikt att nya aktörer kommer in på marknaden även om priserna höjs.

800. De övriga tillverkarna av flygsmörjmedel är i själva verket i regel specialiserade tillverkare av smörjmedel och kemikalier, som i huvudsak är inriktade på flygmotorbaserade tillämpningar och en del av dem på militära tillämpningar. Hatco (USA) är en stor leverantör av esterbaserade basblandningar och levererar sina produkter främst till militära och flygmotorbaserade tillämpningar, och har fått en del kommersiella godkännanden tillsammans med Shell. NYCO (Frankrike) är en självständig leverantör med ett utbud som består främst av militärflygprodukter och som beviljats godkännanden av vissa motortillverkare. Anderol (USA) levererar främst produkter för flygmotorbaserade tillämpningar och i mindre utsträckning för tillämpningar avsedda för militärflygplan. Henkel (USA) levererar estrar och har en specialiserad verksamhet inriktad på flygmotorbaserade och militära tillämpningar, men saknar godkännanden på området för smörjmedel avsedda för trafikflygplan. Andra tillverkare av esterbaserade turbinsmörjmedel och de produktmarknader de levererar till är bland annat följande: Arpol Petroleum (USA - säljer andras produkter under eget varumärke - militära området), BP Marine Ltd (Förenade kungariket - säljer andra produkter under eget varumärke - industri), Caltex (USA - säljer andras produkter under eget varumärke - industri), Delta Petroleum (USA - säljer andras produkter under eget varumärke - militära området, industrin), Hexagon (USA - säljer andras produkter under eget varumärke - militära området, industrin), Petron International (USA - säljer andra produkter under eget varumärke - militära området), Total (Frankrike - säljer andras produkter under eget varumärke - militära området), Velsicol (USA - säljer andras produkter under eget varumärke - militära området, industrin).
801. Det framgår tydligt att Exxon och Mobil är de ledande leverantörerna av egna smörjmedelsprodukter avsedda för motorer till trafikflygplan, och de har den största tillverkningskapaciteten för flygsmörjmedel. Den faktiska konkurrensen på marknaden för smörjmedel till trafikflygplan begränsas till de båda samgående parterna (deras prishöjningar under de fem senaste åren uppgår till [...] % respektive [...] %). Alla eventuella återstående förhandlingsfördelar för kunderna kommer därför att försvinna när konkurrensen mellan Exxon och Mobil sätts ur spel.
802. Parterna hävdar att om den sammanslagna enheten höjde sina priser över en konkurrenskraftig nivå, skulle etablerade leverantörer öka sin försäljning och potentiella konkurrenter komma in på marknaden. Undersökningen har visat att efterfrågan på smörjmedel för motorer till trafikflygplan är oelastisk på grund av de låga kostnaderna för flygsmörjmedel jämfört med flygbolagens totala kostnader för flygprodukter och på grund av att dessa kunder prioriterar säkerställandet av högsta möjliga flygsäkerhetsnivå, vilket ökar kostnaderna för att byta ut produkter och hindrar dem från att pröva sig fram med olika tillverkares produkter. Parterna har exempelvis förklarat att kunderna har ett incitament att fortsätta köpa av sin nuvarande leverantör, eftersom de skulle åsamkas kostnader av att byta jetmotoroljemärke, som bland annat omfattar anmälan och att skicka formulär till de lokala luftfartsmyndigheterna (även Federal Aviation Authority om de flyger i USA), av att byta alla exemplar av bruks- och underhållsmanualer samt underrätta alla flygplatser de trafikerar. Dessutom påstår parterna att flygbolagen fattar beslut om sina inköp av smörjmedel på grundval av en bedömning av tekniska prestanda och tidigare resultat och därför är besluten inte så starkt prisbundna.
803. Med en sammanlagd marknadsandel på [0–90]* % skulle den sammanslagna enheten faktiskt kunna agera oberoende av sina kunder och konkurrenter. Parterna hävdar att

trots den låga priselasticiteten i efterfrågan är det mer sannolikt att det är de befintliga konkurrenterna (t.ex. Castrol, Hatco och Shell) som skulle komma in som nya aktörer på marknaden, och de skulle kunna utöka sin produktion från smörjmedel för flygmotorbaserade tillämpningar och militärflygplansmotorer till smörjmedel för trafikflygplansmotorer. Dessutom påstår de att flygbolagen skulle stödja dessa nya aktörer genom att betala högre priser. Det framgår av marknadsundersökningen att den prognosticerade efterfrågeökningen (1–2 % under de fem följande åren) inte nödvändigtvis uppmuntrar till marknadsinträde, och att detta kan hämmas avsevärt av de höga merkostnader som hänför sig till godkännandekrav och behovet av att garantera lönsamheten genom att öka försäljningsvolymerna. Utöver detta har parterna påpekat att om en leverantör av smörjmedel för motorer till trafikflygplan skall kunna konkurrera på marknaden på ett lönsamt och optimalt sätt kan det krävas en marknadsandel på minst 20 %. De befintliga leverantörerna har faktiskt blivit mindre och delar en mindre kundbas, medan inga nya aktörer har kommit in på marknaden för smörjmedel för motorer till trafikflygplan under de senaste tjugo åren.

804. Parterna gör gällande att deras kundbas bestående av flygbolag har ett betydande inflytande i egenskap av köpare, och de påpekar att koncentrationstrenden inom flygbranschen ökar flygbolagens uppvägende marknadsstyrka. Flygsmörjmedel är dock ingen stor utgiftspost för flygbolagen, och dessutom har undersökningen visat att koncentrationstrenden kommer att föranleda strategiska flygbolagsallianser att fokusera på kostnader och platsförsäljning och att deras marknadsstyrka kanske aldrig får någon relevans för smörjmedelsleverantörerna, om de inte slår samman sina tekniska avdelningar. Dessutom låter parterna förstå att en prishöjning som överstiger den konkurrenskraftiga nivån skulle ha en skadlig inverkan på andra flygprodukter som samma flygbolagskunder kanske köper av samma leverantör. De tillfrågade flygbolagen betraktar emellertid flygsmörjmedel som en självständig produkt och de anser att om inga smörjmedelssubstitut står till buds, kan andra flygprodukter inte påverka pågående affärsrelationer på området för smörjmedel för motorer till trafikflygplan.
805. Transaktionen förenar de största leverantörerna som för närvarande konkurrerar med varandra och sätter konkurrensen ur spel mellan dem samt leder till att den sammanslagna enheten får en dominerande ställning på marknaden för flygsmörjmedel som används i motorer till trafikflygplan.

G. FLYGBRÄNSLEN

PRODUKTMARKNAD

806. Flygbränsle (eller jetbränsle) är ett bränsle av fotogentyp som används i jetmotorer. Även om liknande fotogen används för uppvärmningsändamål särskilt i Förenade kungariket, uppfyller flygbränslet stränga prestandaspecifikationer. Enligt tidigare beslut (BP/Mobil, Shell/Gulf Oil) utgör flygbränslen en separat produktmarknad i förhållande till andra fordonsbränslen (t.ex. motorbensin, dieselolja och marina bränslen). De anmälade parterna stödjer detta synsätt.

GEOGRAFISK MARKNAD

807. Parterna uppger att marknaden för flygbränslen är global, eller åtminstone större än EES. Till stöd för detta hänvisar de till att flygbränslen säljs på anbudsbasis genom globala leveransavtal till olika flygbolag, som kräver att leverantörerna skall leverera produkten till flygplatser på olika håll i världen. Dessutom är prissättningen relaterad till Platt's-noteringarna, vilket får priserna på flygbränsle på fraktmarknaderna på olika håll i världen att hålla sig mycket nära varandra.
808. Kommissionen anser inte att dessa fakta berättigar slutsatsen att det finns en enda global marknad. En distinktion måste göras mellan tillverkning av flygbränslen, som kan ha global betydelse, och den faktiska leveransen av flygbränslen till vissa platser, då infrastrukturlogistiken kan begränsa konkurrensens geografiska räckvidd.
809. Priserna fritt fabrik och fraktmarknadspriserna kan visserligen följa varandra, men det beror på att produkten har karaktären av handelsvara och återspeglar en allmän likriktning av priserna på raffinerade oljeprodukter. Eftersom råvarorna (råoljan) har prissatts på samma sätt och kostnadsstrukturen för raffineringprocesser och transporter är mer eller mindre densamma i hela världen, kan man vänta sig att flygbränslen har ett enhetlig globalt pris såsom fallet är för andra raffinerade oljeprodukter. Om man däremot granskar leveranserna av flygbränslen till vissa flygplatser försvagas dock marknadens globala karaktär. Även om flygbolagen ordnar världsomspännande anbudsinfordringar väljer de inte nödvändigtvis en och samma leverantör för alla sina globala behov. De väljer tvärtom det mest lockande anbudet för varje flygplats beroende på leverantörernas relativa starka och svaga sidor på en viss plats. Dessutom kan de priser som tas ut för att lasta produkten i ett flygplan variera från ett avtal till ett annat. Konkurrensbetingelserna kan variera från en flygplats eller en ort till en annan. Det beror främst på distributionsinfrastrukturen för leveranser av flygbränslen till de olika flygplatserna, som alla i regel har sin egen speciella infrastruktur. Därför måste leverantörerna inte endast tillverka flygbränslen för att få ingå avtal med flygbolagen, utan de måste också ha tillgång till varje enskild distributions- och lastningsinfrastruktur för att effektivt kunna marknadsföra sin produkt i slutet av leveranskedjan, det vill säga in i flygplanet.
810. Konkurrenter som tillfrågades i samband med marknadsundersökningen bestred också marknadens globala räckvidd. De uppgav att det kan finnas flygplatsspecifika marknader, även i de fall där flera flygplatser ligger inom samma område (t.ex. Londonflygplatserna Heathrow, Gatwick och London City). Ur efterfrågesidans synpunkt sett gäller att om priset på jetbränsle stiger på en flygplats kan ett flygbolag

inte byta till en annan flygplats för att dra nytta av billigare flygbränsle, vilket främst beror på bristen på start- och landningstider. Ur utbudssidans synvinkel sett gäller att möjligheterna för ett oljebolag att börja leverera till ett flygbolag i stället för ett annat beror på tillgången till infrastrukturlogistik. Substituerbarheten på utbudssidan är därför också begränsad.

811. Parterna medger att tillgången till leveransinfrastruktur på flygplatserna är viktig. Det uppger dock att konkurrensen är hård mellan många leverantörer, och att många av de samma leverantörerna är verksamma på olika flygplatser, medan andra har bildat gemensamma företag på områdena för lagring på flygplatser och lastning in i flygplan.
812. Detta konstaterande är visserligen inte inkorrekt, men undersökningen har dock visat att åtminstone på en europeisk flygplats - Londonflygplatsen Gatwick - kan den befintliga distributionsinfrastrukturen allvarligt begränsa nya leverantörers tillträde till den flygplatsen och avsevärt påverka tillträdesvillkoren för befintliga leverantörer efter koncentrationen. Gatwick får sina leveranser via ett eget nätverk av rörledningar, där det ena rörsystemet tillhör Exxon och det andra ett konsortium mellan Shell, Mobil, BP och Texaco. I det avseendet kan utbudet och efterfrågan på flygbränsle i Gatwick inte grupperas tillsammans med utbudet och efterfrågan på en annan flygplats, inte ens om den ligger i närheten såsom Heathrow eller London City. Flygbolag som anlitar Gatwick skulle därför inte kunna dra nytta av en prisvariation på en annan flygplats för att föra över sin efterfrågan till den flygplatsen. Levererande företag skulle inte kunna flytta sina leveranser från Gatwick till en annan flygplats, eftersom leveranserna är beroende av tillgången till logistikinfrastruktur. I det avseendet verkar efterfråge- och utbudsvillkoren på Gatwick utgöra ett slutet system, som försvårar substitution mellan flygplatser, eftersom utbud och efterfrågan bara kan mötas lokalt. Under dessa omständigheter kan man dra slutsatsen att leveranserna av flygbränsle till Gatwicks flygplats utgör en separat geografisk marknad.
813. Gatwicks flygplats utgör en betydande del av den gemensamma marknaden. Mätt i lufttrafikvolym är Gatwick den femte största flygplatsen inom EES. Dessutom utgör Gatwicks konsumtion av flygbränsle 25 % av den totala konsumtionen av flygbränslen i Förenade kungariket (Heathrows andel är 55 % medan de övriga flygplatserna i Förenade kungariket har en andel på 20 % tillsammans) och 6 % av den totala försäljningen av flygbränsle inom EES⁷².

Leveransprocess och infrastruktur

814. Enligt parterna är flygbolagen de primära konsumenterna av flygbränslen. De köper bränslet tankat i flygplanet, vilket innebär att leverantörerna måste ha tillgång till logistikinfrastruktur för att kunna transportera produkten från sitt raffinaderi eller sin importterminal till flygplatsen och in i flygplanet. Infrastrukturen i fråga kan ägas av de stora oljebolagen eller av tredje part, till exempel staten. De flesta flygplatser får sitt flygbränsle via rörledningar, vanligen direkt från flera raffinaderier. Järnväg och pråmar kan också användas för transporten från raffinaderierna till flygplatsen, även om sådana alternativ kan vara dyrare. På flygplatsen måste flygbränslet lagras och få

72. I sitt beslut av den 6 juli 1994 (ärende IV/M.460 - Holdereim/Cedest), EGT C 21, 2.8.1994, konstaterade kommissionen att marknader som svarar för "mindre än en procent av konsumtionen av produkten i fråga inom gemenskapen" utgör en försumbar del av den gemensamma marknaden.

sätta sig under minst två dagar. Från flygplatslagret transporteras flygbränslet till flygplanens väntrutor antingen via ett rörledningssystem för påfyllnad eller med specialtankbilar. På engelska kallas detta sista steg ”into-plane operation”. På områden för flygplatslagring och flygplanstankning har leverantörerna bildat gemensamma företag för att minska kostnaderna eller uppnå effektivitetsvinster. Detta gäller dock inte nödvändigtvis för transport av bränslen från raffinaderiet eller från importterminalen till flygplatsen, där bolagens egna eller fullt utnyttjade ledningsnät allvarligt kan begränsa tillträdet och därmed möjligheterna att med framgång komma in på marknaden eller utvidga verksamheten. Detta gäller särskilt flygplatsen i Gatwick.

Leveranser av flygbränsle till Gatwicks flygplats

815. Den sammanslagna enhet som koncentrationen ger upphov till kommer att ha en andel på [40–50]* % av det flygbränsle som levereras till Gatwick. Denna marknadsandel kommer att kombineras med en stor ägarandel i de konkurrensmässigt fördelaktigaste leveranssätten (rörledningar som ägs av företag i branschen, t.ex. West London Pipeline, Walton Gatwick Pipeline och det befintliga Exxon-systemet, som förenar raffinaderiet i Fawley direkt med Gatwick). Konkurrenter har uppgett att alla andra leveranssätt antingen har begränsad kapacitet eller är mycket ofördelaktiga ur konkurrenssynpunkt. Dessutom kommer Exxon att kontrollera en betydande del av kapaciteten för raffinering av flygbränsle i sydöstra England, eftersom det äger raffinaderiet i Fawley och kommer att förvärva gemensam kontroll över raffinaderiet i Coryton, som för närvarande hör till BP/Mobil. Det bör noteras att det enda övriga till buds stående raffinaderiet i detta område, Shell Haven, skall läggas ned i slutet av året, vilket betyder att den sammanslagna enheten kommer att behärska all raffineringkapacitet i sydöstra England (Mobil har rätt till [...]* % av det flygbränsle från Coryton som går till distribution i inlandet – observera att varken flygbränslen eller marina bränslen ingår i det befintliga gemensamma företaget BP/Mobil). Parternas sammanlagda andel av leveranserna av flygbränsle till Heathrow och London City Airport är [30–40]* % respektive [40–50]* %. Dessutom skulle parterna inte äga någon stor andel av den relevanta infrastruktur som används för leveranser till dessa flygplatser.
816. Efter koncentrationen kommer den sammanslagna enheten att kontrollera en betydande del av hela den rörledningslogistik som betjänar Gatwick och en ännu större andel av de rörledningar som ägs av företag i branschen (se de bifogade leveransscheman som parterna och deras konkurrenter har lämnat). Exxon äger en rörledning som förenar raffinaderiet i Fawley med Gatwick. Ingen tredje part får använda denna rörledning (utom British Airways som har getts begränsad rätt att använda den för egna leveranser). Den enda alternativa direkta rutten till Gatwick är UKOP-rörledningen, som går via Walton- och West London-rörledningarna. Denna rutt rapporteras ha otillräcklig kapacitet för närvarande. Ägarandelarna i dessa rörledningar framgår av följande tabell:

Rörledningar ägda av företag i branschen som går till flygplatsen i Gatwick

%	Shell	Mobil	TotalFina	Texaco	BP	Chevron
UKOP	[...]*					
West London						
Walton						

817. Andra alternativa transportsätt är inte konkurrenskraftiga. Järnvägstransporter skulle kosta fem pund sterling mer per ton. GPSS (en statsägd rörledning som får användas fritt) har inget direkt tillträde till Gatwick, utan den måste gå via Walton-rörledningen ([...]* % Mobil). Detta är inget användbart alternativ, för det första därför att det skulle kosta fem pund sterling mer per ton och för det andra därför att GPSS-Walton-rörledningen är fullt utnyttjad. Ett alternativt tillträde via GPSS-rutten från Thamesflodens norra mynning via Aldermaston är i praktiken uteslutet, eftersom strömmen på vissa viktiga ställen går i fel riktning med tanke på leveranser till Gatwick. Även om man antar att tillträde beviljas till Walton-rörledningen, som har direkt tillträde till Gatwick, måste man gå via West London-rörledningen ([...]* % Mobil), som uppges ha begränsad kapacitet.
818. Med beaktande av att det kostar cirka [...]* pund sterling per ton att nå flygplatserna via rörledningar som ägs av företag i branschen, verkar konkurrensnackdelarna vara betydande för de leverantörer som måste förlita sig på dessa alternativa rutter. Det innebär att den sammanslagna enheten i praktiken har en logistisk fördel i förhållande till alla andra konkurrenter med avseende på all extra leveranskapacitet. Denna konkurrensnackdel är ännu allvarligare för de aktörer som inte delar befintliga rörledningar. Det kan vara ett allvarligt hinder för att komma in på marknaden, eftersom det är logistikkostnaderna som avgör marginalerna och därmed det pris som kan tas ut av ett flygbolag (kostnaderna för produkten baserar sig i stor utsträckning på Platt's noteringar och de övriga viktiga kostnaderna är kostnader för användning av infrastruktur och kostnader för flygplanstankning; de sistnämnda kostnaderna är desamma för samtliga aktörer som har lyckats få tillträde till flygplatsen).
819. I sitt svar på meddelandet om invändningar gör parterna gällande att det utöver de två stora rörledningsrutterna för leverans av flygbränsle till flygplatsen i Gatwick finns minst tre alternativa rutter, nämligen olika delar av de statsägda GPSS-rörledningarna. Det bör dock noteras att alla dessa alternativa rutter har indirekt förbindelse med Gatwick via Walton-rörledningen. Eftersom de inte garanterar direkt tillträde till Gatwick-flygplatsen, kan de inte betraktas som ett alternativ till de två viktigaste rörledningsrutterna.
820. Parterna konstaterar också att medan de viktigaste rörledningsrutterna till Gatwick antingen är fulla eller nästan hela kapaciteten utnyttjas, är det relativt lätt att utvidga rörledningar särskilt avsedda för flygbränsle om ägarna bestämmer sig för detta. Det är dock ett faktum Exxon/Mobil efter koncentrationen kommer att ha ensam kontroll över en rörledningsrutt och samtidigt ha en betydande andel i den enda alternativa rutten till Gatwick. Den sammanslagna enheten kan därför begränsa tillträdet till och en utvidgning av denna infrastruktur. På det hela taget kan det faktum att den sammanslagna enheten kontrollerar nästan hela den viktiga infrastrukturen, som är nödvändig för leverans av flygbränsle till Gatwick, leda till att andra leverantörer av flygbränsle utestängs från marknaden för leverans av flygbränsle till flygplatsen i Gatwick.
821. Vad leveranskällorna beträffar är det skäl att notera att Exxons raffinaderi i Fawley och Mobils raffinaderi i Coryton kommer att bli de överlägset konkurrenskraftigaste källorna för leveranser av flygbränsle till Gatwick efter nedläggningen av Shell Haven. [...]*. Andra brittiska raffinaderier med inlandsförbindelser för distribution till

sydöstra England har ingen överkapacitet för flygbränsle (Förenade kungariket importerade netto 1,6 miljoner ton flygbränsle 1998). Dessutom är fraktmarknaden den viktigaste leveranskällan utöver Fawley och Coryton. Fraktmarknaden kan orsaka en betydande prisnackdel, eftersom skillnaden mellan CIF-kostnaderna och kostnaderna fritt FOB är cirka [...] * pund sterling per ton. Dessutom finns det för närvarande inget konkurrenskraftigt tillträde till Gatwick från de viktigaste importterminalerna, eftersom tillträdet blir beroende av rörledningar som ägs av företag i branschen och/eller GPSS-rörledningar eller järnvägar, och de två sistnämnda alternativen är inte konkurrenskraftiga eller praktiska, såsom konstaterats ovan.

822. Parterna bestrider att de skulle kontrollera de konkurrenskraftigaste leveranskällorna på marknaden i fråga. I det sammanhanget hänvisar de till förekomsten av flera konkurrenter som levererar till Gatwicks flygplats från raffinaderier som ligger utanför sydöstra England. Även om det i detta avseende är ett obestridligt faktum att andra aktörer levererar flygbränsle till Gatwick från produktionsanläggningar som inte ligger i närheten av flygplatsen, kvarstår fortfarande det faktum att den sammanslagna enheten till följd av koncentrationen kommer att kunna leverera flygbränsle till marknaden från de bäst placerade raffinaderierna. Att Exxons och Mobils raffinaderier ligger nära Gatwick är med andra ord en betydande konkurrensfördel.

Uppkomsten av en dominerande ställning på marknaden för leverans av flygbränsle till flygplatsen Gatwick

823. Exxon har för närvarande en betydande del av leveranserna av flygbränsle till Gatwick. Denna position kommer att stärkas ytterligare som en följd av koncentrationen. Den sammanslagna enheten kommer att leverera [40–50] * % av flygbränslet till Gatwick. Parterna håller med om denna uppskattning. Utöver sin egen rörledning kommer Exxon att förvärva Mobils kapacitetsandel i tre rörledningar som ägs av företag i branschen ([...] * % av UKOP-ledningen, [...] * % av West London-ledningen och [...] * % av Walton-Gatwick-rörledningen). Dessutom kommer den sammanslagna enheten att äga all konkurrenskraftig raffineringsskapacitet i regionen.
824. Enligt konkurrenterna har Exxon dessutom ledig kapacitet på omkring 1,1 miljoner ton i sina egna rörledningar. Exxon skulle kunna använda denna extra kapacitet för att utnyttja en eventuell ökning av efterfrågan på flygplatsen i Gatwick, eftersom efterfrågan väntas öka med det dubbla under de kommande tio åren. Andra leverantörer har ingen ledig raffineringss- eller rörledningskapacitet för att kunna dra nytta av en marknadstillväxt.
825. En konkurrent och en stor flygbolagskund som är verksam på brittiska flygplatser, bland annat Gatwick, har klagat på den överlägsna konkurrensställning den sammanslagna enheten skulle få när det gäller leverans av flygbränslen till Gatwick. På grundval av de omständigheter som förklaras i punkterna ovan anser kommissionen att transaktionen kommer att leda till att en dominerande ställning uppkommer på marknaden för leverans av flygbränslen till flygplatsen i Gatwick i Förenade kungariket.

IV. ÅTAGANDEN OCH BEDÖMNING

826. Den 3 september 1999 erbjöd parterna vissa åtaganden för att avhjälpa de konkurrensproblem kommissionen hade identifierat i sitt meddelande om invändningar av den 26 juli 1999. Den 20 september 1999 lämnade parterna in ändrade åtaganden där man beaktat vissa justeringar som kommissionen hade krävt, särskilt med hänsyn till resultaten av marknadstestet. Åtagandena kommer att sammanfattas och bedömas i följande punkter i samma ordning som i bedömningsdelen av detta beslut för de relevanta marknader beträffande vilka kommissionen har gjort invändningar.
827. Den fullständiga texten till åtagandena är bifogad detta beslut och utgör en integrerad del av detta.

A. NATURGAS

GROSSIST- OCH DISTRIBUTIONSMARKNADEN I NEDERLÄNDERNA

828. Inom [...] från den dag då kommissionens beslut om att godkänna koncentrationen utfärdades (dagen för ikraftträdandet) skall parterna nå ett bindande avtal om försäljningen av Mobil Europe Gas Inc. (MEGAS) till en köpare som skall godkännas av kommissionen. MEGAS skall säljas som ett fungerande, lönsamt företag, inklusive dess portfölj av leverans- och försäljningsavtal, och alla därmed förknippade transport- och andra serviceavtal. Parterna skall utse en oberoende och erfaren förvaltare som skall övervaka den dagliga förvaltningen av MEGAS till dess att försäljningen genomförts.
829. MEGAS är det Mobil-företag som säljer naturgas på den nederländska marknaden i konkurrens med Gasunie. Detta företag skall säljas med sin portfölj av leveransavtal. Det kan noteras att Mobils koncernbolag med produktionsverksamhet i ett tidigare marknadsled i Nederländerna har ingått leveransavtal som gäller hela produktionen vid gasfälten i fråga för alla sina koncessioner med Gasunie, MEGAS eller Mobils tyska koncernbolag. MEGAS rättigheter och skyldigheter enligt dessa avtal kommer att övergå till köparen, så att denne kommer att ha tillgång till nederländsk gas i samma proportion som MEGAS skulle ha haft om det hade stannat kvar inom Mobil-koncernen. Därför kommer köparen att ha samma unika position avseende avtalen med Gasunie om tillträde för tredje part som Mobil hade tidigare (se punkt 218). Eftersom köparen måste vara en lönsam befintlig eller potentiell konkurrent som kan upprätthålla och utveckla MEGAS som en aktiv konkurrent, kommer kommissionen att ta hänsyn till köparens möjlighet att få naturgas från andra källor än Nederländerna och att föra denna gas till den nederländska marknaden. Om dessa villkor (som skall kontrolleras av kommissionen), uppfylls, kommer den situation som rådde före transaktionen att återställas så att transaktionen, förutsatt att åtagandet fullgörs, inte kommer att leda till att Gasunies dominerande ställning förstärks på den nederländska grossistmarknaden för överföring av gas.

GROSSISTMARKNADEN/MARKNADERNA FÖR LÅNGDISTANSÖVERFÖRING I TYSKLAND

Avyttring av Exxons andel på 25 % i Thyssengas

830. Inom [...] från dagen för ikraftträdandet skall parterna nå ett bindande avtal om försäljningen av Exxons ägarandel på 25 % i Thyssengas GmbH till en tredje part som kommissionen har godkänt. Inom tio dagar från dagen för ikraftträdande kommer parterna att utse en oberoende och erfaren förvaltare som skall företräda Exxons intressen och utöva Exxons tjugofemprocentiga rösträtt i Thyssengas.
831. Kommissionen anser att avyttringen av Exxons andel i Thyssengas på det hela taget kompenserar den förstärkning av en dominerande ställning som annars hade inträffat som en följd av koncentrationen. Denna förstärkning har ett samband med Mobils verksamhet på marknaden för långdistansöverföring, där Mobil för närvarande har en marknadsandel på cirka 1,5 % utöver en ägarandel på 7,4 % i Ruhrgas. Det kan noteras i detta avseende att Thyssengas har en marknadsandel på omkring 7,3 % på långdistansmarknaden och är medlem i det ovan definierade tyska oligopolet.

832. När parterna inte längre har några ägarandelar i Thyssengas anser kommissionen att företaget i fråga har större incitament att utmana de övriga oligopolmedlemmarna och på det sättet ”ersätter” Mobils potential. Detta bestreds av en tredje part, som hävdade att Exxons avstående från sin ägarandel i Thyssengas inte kommer att förflytta Thyssengas ut ur oligopolgruppen och omvandla det till en konkurrent som skulle kompensera för att Mobil lämnar marknaden. Den tredje parten förklarade att detta berodde på de återstående ägarrelationerna mellan Thyssengas och de övriga oligopolmedlemmarna via RWE-DEA (ägarandel på 50 % i Thyssengas) och Shell (ägarandel på 25 % i Thyssengas).
833. Kommissionen anser att det föreslagna avståendet från ägarandelen i Thyssengas kommer att återställa konkurrensen upp till samma nivå som rådde före koncentrationen, och orsakerna till detta är följande. För det första hade Mobil kopplingar också till Ruhrgas och bedrev sin verksamhet i nära samarbete med BEB för sin tyska produktion. För det andra är RWE-DEA:s aktieäggande och inflytande i Thyssengas klart större än företags ägarandel på 3,5 % i Ruhrgas (där företaget ingår i Bergemann-poolen) och dess skyldighet att leverera 60 % av sin tyska gasproduktion till Ruhrgas (denna leveransvolym utgör mindre än 1 % av konsumtionen av naturgas i Tyskland). RWE-DEA har därför alla incitament att utveckla och stärka Thyssengas. Vad gäller Shell är det skäl att notera att en följd av att Exxon går samman med Mobil och att Exxon avyttrar sin andel i Thyssengas är att Exxons och Shells intressen för första gången på över 30 år inte längre kommer att löpa parallellt på den tyska naturgasmarknaden. Det är svårt att bedöma effekterna av detta på de olika företagens konkurrensbeteende (det inbördes konkurrensförhållandet mellan BEB-Thyssengas, BEB-Ruhrgas, Thyssengas-Ruhrgas m. fl.), men man dra slutsatsen att oligopolets verksamhet återfår ett inslag av instabilitet till följd av detta.
834. När kommissionen bedömer lämpligheten hos köparen av Exxons andel i Thyssengas kommer den att ta vederbörlig hänsyn till de incitament för Thyssengas konkurrensbeteende som kan tillskrivas köparens identitet.

Rösträtt i Erdgas Münster

835. Parterna kommer att göra alla rimliga ansträngningar för att få de övriga EGM-aktieägarnas samtycke till att flytta över en viss procentandel av Mobils nuvarande rösträtt till sådana aktieägare (i proportion till deras nuvarande rösträtt) så att BEB och Mobil (eller Exxon Mobil) tillsammans har mindre än 50 % av rösträtten i EGM. Åtagandet omfattar en omfördelning av ägarandelen för båda de juridiska personerna inom EGM.
836. I samband med marknadstestet av de föreslagna åtagandena har de övriga EGM-aktieägarna påpekat för kommissionen att de inte motsätter sig en omfördelning enligt detaljerna i åtagandet. På grundval av detta och mot bakgrund av det faktum att avtalet med aktieägarna skall godkännas av kommissionen, förlitar sig kommissionen på att parterna inte kommer att få kontroll över EGM via dess ägarstruktur.
837. Därför kommer EGM:s incitament att konkurrera att återgå till den nivå som rådde före koncentrationen. Kommissionen anser att EGM behåller sin möjlighet att utvecklas till en potentiell konkurrent på grossistmarknaden för långdistansöverföring i en framtida avreglerad situation.

UNDERJORDISKA LAGRINGSANLÄGGNINGAR I SÖDRA TYSKLAND

838. För en period på tio år efter dagen för ikraftträdandet [...] kommer parterna att åta sig att ingå ett bindande avtal med tredje parter om försäljning av alla de rättigheter Mobil har till ett eller flera av de uttömda gasfält som lämpar sig för omläggning till lager som betjänar södra Tyskland till dess att det har sålt rättigheter som motsvarar en driftsvolym på cirka 600 miljoner kubikmeter efter omläggningen.
839. Om parterna och en eventuell köpare inte når överenskommelse om ett skäligt marknadspris inom sex månader efter det att köparen anmält sitt intresse för ett visst gasfält, kommer parterna på den potentiella köparens begäran att begära en bedömning av ett skäligt marknadspris av tre oberoende experter som kommissionen har godkänt. Parterna är överens om att de kommer att vara bundna av experternas bedömning.
840. Åtagandet att sälja ett eller flera uttömda gasfält med en sammanlagd beräknad driftsvolym på 600 miljoner kubikmeter skulle innebära en möjlighet att öka den nuvarande relevanta lagringsvolymen med cirka [...]%. På grundval av marknadsundersökningen är det också klart att en sådan volym skulle vara tillräcklig för att konkurrera med Ruhrgas på den relevanta marknaden. Ingen som besvarade kommissionens marknadstest har invänt mot de föreslagna åtagandena som ett sätt att avhjälpa konkurrensproblemen. Kommissionen anser därför att åtagandet garanterar att det inte kommer att bli svårare för potentiella konkurrenter att komma in på marknaden efter koncentrationen. Man kan därför dra slutsatsen att Ruhrgas dominerande ställning på marknaden inte kommer att stärkas under dessa omständigheter.

B. BASOLJOR

841. Parterna har åtagit sig att inom [...] från dagen för ikraftträdandet föra över kontrollen (i den mening som avses i koncentrationsförordningen) över en eller flera basoljeverksamheter som tillsammans täcker en tillverkningskapacitet om cirka [...] fat basolja per dag till BP Amoco och/eller en eller flera tredje parter som skall godkännas av kommissionen, på något av följande sätt eller genom en kombination av dessa:
- (a) överföring (eller återbördande) av ägande [...] eller motsvarande kapacitet, eller
 - b) ett långfristigt leasingavtal eller ett liknande arrangemang på [...], som kan förlängas om leasingtagaren så önskar, enligt vilket den driftsmässiga och strategiska förvaltningen av basoljekapaciteten i fråga överförs, så att det företag som tar emot överföringen ensidigt och utan att underrätta parterna kan avgöra alla frågor som gäller drift och strategi. Ett sådant arrangemang skall kräva kommissionens godkännande, och leasingavtalet skall föreskriva att leasinggivaren inte skall ha tillgång till konkurrensmässigt känslig information som leasingtagaren har tillgång till. Om sådan information är nödvändig för att leasinggivaren skall kunna utöva sina normala rättigheter, kommer informationen att överlämnas till en oberoende företrädare som är skyldig att hemlighålla informationen. Ett undantag utgörs av ett begränsat antal ämnen (t.ex. utsläpp som kräver att leasinggivaren vidtar åtgärder), som skall anges i leasingavtalet.
842. Utöver anläggningarna för tillverkning av basoljor kommer basoljeverksamheten eller -verksamheterna att omfatta all nödvändig personal, leveransavtal, kundlistor och avtal som enbart gäller de avyttrade anläggningarna, tillgång till teknik och tillhandahållandet av tekniskt stöd för att driva en basoljeverksamhet.
843. Under övergångsperioden kommer smörjoljedelen (omfattar basoljeverksamheterna) av den verksamhet som det gemensamma företaget BP/Mobil bedriver att förvaltas helt separat från resten av Exxon-Mobil-koncernen, och ingen information och ingen rapportering går till personer utanför det gemensamma företaget. Vissa övergångsåtgärder avseende det gemensamma företaget BP/Mobil som kommer att förklaras i avsnitt C nedan är också relevanta för den korrigerande åtgärden för basoljeverksamheten. För den eventualiteten att basoljeverksamheten inte köps av BP Amoco har parterna åtagit sig att hålla den separerad från sina egna verksamheter genom att utse en tillfällig förvaltare.
844. I åtaganden föreskrivs också att parterna bör hjälpa köparen så att denne kan skaffa de nödvändiga kvalitetsgodkännandena. Dessutom har parterna åtagit sig att till köparen överföra de leveransavtal som enbart gäller de avyttrade affärsverksamheterna. Dessa avtal täcker över [...] % av försäljningen. Slutligen kommer Mobil (enligt köparens eget val) att fortsätta anskaffa den mängd det använder för närvarande från de avyttrade raffinaderierna för en period av [...]. Det utgör cirka [...] % av produktionen vid dessa raffinaderier.
845. Hur mycket överlappningen begränsas till följd av koncentrationen kommer att bero på resultatet av de pågående förhandlingarna mellan BP Amoco och Mobil om en

upplösning av smörjmedelsverksamheten vid deras gemensamma företag. Åtagandena garanterar dock att Exxon Mobils andel av försäljningsmarknaden skulle komma att uppgå till högst cirka [under 40]* %, oavsett resultatet av förhandlingarna om en upplösning av det gemensamma företaget BP/Mobils smörjmedelsverksamhet. På grundval av detta skulle den ändrade transaktionen inte leda till uppkomsten av en dominerande ställning för Exxon Mobil på basoljemarknaden.

846. Om kontrollen skall ändras genom ett långfristigt leasingavtal i stället för genom en försäljning av produktionsanläggningarna, måste också ett sådant avtal godkännas av kommissionen. Vad detta beträffar anser kommissionen att avtalet såsom det sammanfattas i åtagandena är en tillräcklig utgångspunkt för att kommissionen skall kunna bedöma om avtalet skulle leda till en överföring av kontrollen och gör det möjligt för leasingtagaren att driva affärsverksamheten som en aktiv konkurrent.
847. Tredje parter förklarade att ett leasingavtal i princip skulle fungera, om leasingperioden vore tillräckligt lång. De förklarade också att köparen av de avyttrade affärsverksamheterna bör ha en viss verksamhet på området för blandning av smörjmedel för att vara en livskraftig konkurrent. Kommissionen tror att en period på 15 år, som kan förlängas om köparen så önskar, bör vara tillräckligt lång för att köparen skall kunna driva affärsverksamheten som ett långsiktigt projekt. Vad gäller vikten av att köparen har en egen smörjmedelsverksamhet, kommer kommissionen att granska en köpares eller en leasingtagares lämplighet när parterna lämnar ett förslag till kommissionen, och integreringen av basoljeverksamheten i dess övriga verksamhet skall beaktas.

C. DETALJHANDEL MED MOTORBRÄNSLE

848. Som svar på kommissionens slutsats att koncentrationen kommer att ge upphov till eller förstärka en oligopolistisk dominans i Österrike, Tyskland, Luxemburg, Nederländerna, Förenade kungariket samt vid tullbelagda motorvägar i Frankrike har parterna åtagit sig att avstå från Mobils andel i Aral och att avsluta Mobils deltagande i det gemensamma företaget BP/Mobils bränsleverksamhet.

ARAL

849. Mobils rättigheter i Aral innehas av Mobil Marketing und Raffinerie GmbH (MMRG), som är ett helägt dotterbolag till Mobil. [...]*
850. Parterna åtar sig att dra sig ur Aral helt och hållet inom [...]* från dagen för ikraftträdandet. [...]*
851. [...]*
852. Detta åtagande avlägsnar fullständigt incitamenten för Exxon eller BP/Mobil och Aral att samordna sitt konkurrensbeteende och undanröjer orsaken till kommissionens invändningar.

DET GEMENSAMMA FÖRETAGET BP/MOBIL

853. Parterna åtar sig att inom [...]* från dagen för ikraftträdandet helt och hållet dra sig ur det gemensamma företags bränsleverksamhet. Detta skall uppnås genom någondera av de två följande alternativa korrigerande åtgärderna: (i) försäljning av Mobils andel i det gemensamma företaget till BP Amoco (eller till en lämplig tredje part om BP Amoco inte vill köpa denna andel och godkänner en tredje part), eller (ii) upplösning av det gemensamma företaget BP/Mobil, som väsentligen innebär att BP Amoco eller en lämplig tredje part förvärvar alla tillgångar på området för bränsleverksamhet.
854. Under övergångsperioden har parterna åtagit sig att (i) utse oberoende företrädare i det gemensamma företags förvaltningsråd, som skall rösta i enlighet med det gemensamma företags intressen och inte utbyta någon information om bränslen basoljor eller smörjmedel med Mobil eller Exxon Mobil, och ii) hindra att personalen vid det gemensamma företags smörjmedelsverksamhet (sköts av Mobil) får tillgång till information som gäller bränsleverksamheten.
855. Kommissionen anser att detta erbjuder det bästa tänkbara skyddet under övergångsperioden. Kommissionen medger att genomförandet av dessa övergångsåtgärder i viss utsträckning beror på den andra partnern i det gemensamma företaget, BP Amoco. Som utövare av bränsleverksamhet kommer BP Amoco dock att ha ett incitament att försäkra sig om att ingen information kan förmedlas till Exxon Mobil. BP Amoco har dock motsatt sig att oberoende företrädare utses till det gemensamma företags förvaltningsråd med motiveringen att det innebär en överföring av Mobils rättigheter som är förbjuden enligt avtalet. Det verkar dock som om det faktum att parterna gentemot kommissionen åtar sig att utse vissa oberoende företrädare, som skall godkännas av kommissionen, inte utesluter att parterna utser dessa företrädare till företrädare för Mobil enligt avtalet om det gemensamma företaget. Det är inte heller säkert att BP Amoco och Mobil når enighet om hur

informationssystemen gällande bränsleverksamheterna skall kunna isoleras från smörjmedelsverksamheterna. Parterna har dock åtagit sig att ensidigt bryta sådana kopplingar om de inte på kort tid når en överenskommelse med BP Amoco. Parterna har också åtagit sig att utse en oberoende observatör, som skall övervaka om de uppfyller de föreslagna korrigerande åtgärderna.

856. BP Amoco har hävdad att tidsgränsen för Mobil att dra sig ur det gemensamma företaget BP/Mobil inte får överskrida [...]*. Det finns två orsaker till detta. För det första skulle Mobil inte behöva leta efter en köpare, eftersom bara BP Amoco skulle kunna köpa dess andel i det gemensamma företaget BP/Mobil. För det andra skulle övergångsperioden vara till skada för konkurrensen på grund av möjligheten att Exxon Mobil drar nytta av information som gäller BP/Mobils verksamhet på området för detaljhandel med bränsle.
857. Kommissionen anser dock att övergångsperiodens längd är rimlig. När kommissionen fastställde den rätta tidsfristen måste den å ena sidan beakta behovet av en snabb lösning på konkurrensproblemen och den eventuella nackdelen för någon av Exxons huvudkonkurrenter av att Mobil fortlöpande var närvarande i det gemensamma företaget, och å andra sidan parternas behov av att få en skälig ersättning av en monopsonistisk köpare. BP Amoco skulle faktiskt kunna vara benäget att diktera villkoren för försäljningen om övergångsperioden är för kort. Parterna borde inte få utnyttja övergångsperioden till att i onödan förlänga Mobils deltagande i det gemensamma företaget. Därför omfattar åtagandena också att i) en skyldighet för Mobil att godta en expertlösning på alla de frågor som har ett samband med bedömningen av Mobils andel, om BP Amoco så önskar, och ii) en skyldighet för parterna att förhandla i god tro med BP Amoco. Den oberoende observatörens rapporter ger kommissionen information om alla dessa frågor, vilket ger kommissionen möjlighet att under vissa omständigheter föreskriva en kortare tidsfrist för avyttring av Mobils andel eller för upplösning av det gemensamma företaget.

SLUTSATS

858. De åtaganden som gäller bränsle skulle avlägsna all överlappning mellan Exxons och Mobils bränsleverksamhet på alla de marknader där kommissionen ansåg att en oligopolistisk dominerande ställning kan uppkomma eller förstärkas, och eventuellt på hela bränslemarknaden i Europa. Följaktligen kommer en sådan dominerande ställning inte att uppkomma eller förstärkas.

D. FLYGSMÖRJMEDEL

859. Inom [...] från dagen för ikraftträdandet kommer parterna att själva avyttra Exxons världsomspännande verksamhet på området för flygsmörjmedel som levereras till kommersiella flygbolag till en köpare som kommissionen har godkänt. Affärsverksamheten omfattar produktforskning och produktutveckling, marknadsföring och försäljning, blandnings- och förpackningsanläggningar, produktkvalitetskontroll och tekniskt stöd samt marknadsföring och försäljning, produktkvalitetskontroll och teknisk stödpersonal som har ett samband med detta. En förvaltare kommer att se till att Exxons och Mobils affärsverksamheter hålls isär under övergångsperioden.
860. Kommissionens marknadstest bekräftade att avyttringen av Exxons verksamhet på området för flygsmörjmedel är att föredra framför en avyttring av Mobils verksamhet på samma område (såsom parterna föreslog ursprungligen). Mobils verksamheter är faktiskt integrerade i Mobil-koncernen. Mobil producerar sin egen esterbaserade basblandning och också fem egna tillsatser. Det verkade inte möjligt att erbjuda Mobils blandningsanläggning till försäljning, eftersom den ingick i ett större anläggningskomplex. De som besvarade kommissionens marknadstest betvivlade därför att en köpare av Mobils verksamhet på området för flygsmörjmedel skulle kunna vara en aktiv konkurrent som skulle kunna begränsa Exxon Mobils åtgärder. När parterna underrättades om kommissionens tvivel beträffande det lämpliga i att avyttra Mobils verksamhet på området för flygsmörjmedel, erbjöd de sig att avstå från Exxons motsvarande verksamhet. Till skillnad från Mobils verksamhet på området för flygsmörjmedel, är Exxons motsvarande verksamhet inte tätt sammanflätad med andra Exxon-verksamheter (råvaruleveranserna kommer i stor utsträckning från tredje parter, blandningsanläggningen är separat).
861. På grundval av detta anser kommissionen att ingen dominerande ställning kommer att uppkomma på denna marknad och att de konkurrensproblem den påpekade i sitt meddelande om invändningar har avhjälpats.

E. FLYGBRÄNSLEN

862. Parterna har åtagit sig att inom [...] från dagen för ikraftträdandet sälja kapacitet i flygbränsleledningen från raffinaderiet i Coryton till Gatwicks flygplats till en volym som motsvarar Mobils försäljningsvolym på Gatwick 1998. Detta åtagande bör avlägsna den kontroll parterna genom koncentrationen skulle ha fått över flaskhalsen inom sektorn för leverans av flygbränslen till Gatwicks flygplats. Därför kommer ingen dominerande ställning att uppstå på marknaden för leverans av flygbränslen till Gatwicks flygplats.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

På villkor att de åtaganden som sammanfattas i punkterna 826–862 och som beskrivs i detalj i bilagan uppfylls helt och hållet, förklaras den koncentration som anmäldes den 3 maj 1999 bestående av ett samgående mellan Exxon Corporation och Mobil Corporation förenlig med den gemensamma marknaden och EES-avtalets funktion.

Artikel 2

Detta beslut riktar sig till:

1. Exxon Corporation
5959 Las Calinas Boulevard
Irving
USA – Texas
2. Mobil Corporation
3225 Gallows Road
Fairfax
USA - Virginia

Utfärdat i Bryssel den

På kommissionens vägnar,

I. PARTERNA OCH TRANSAKTIONEN	2
II. GEMENSKAPSDIMENSION.....	3
III. BEDÖMNING AV KONKURRENSLÄGET	3
A. PROSPEKTERING, UTBYGGNAD OCH PRODUKTION.....	5
RELEVANTA PRODUKTMARKNADER	5
RELEVANTA GEOGRAFISKA MARKNADER	6
MARKNADSAKTÖRER	6
PARTERNAS STÄLLNING PÅ MARKNADEN	7
<i>Prospektering</i>	7
<i>Produktion och försäljning</i>	7
TRANSAKTIONENS PÅVERKAN PÅ KONKURRENSEN	8
B. GASKONDENSERING.....	11
C. NATURGAS.....	12
INLEDNING	12
<i>Beskrivning av distributionskedjan för gas</i>	12
<i>Avtalsförhållanden</i>	14
<i>Kortfattad översikt över gaskolumnen i Nederländerna och Tyskland</i>	14
ÖVERFÖRINGSMARKNADERNA	15
<i>Relevant produktmarknad</i>	15
a) Överföringsföretagen och den lokala distributionsmarknaden.....	16
b) Långdistans- och kortdistansöverföringsmarknaden: Långdistansöverföring är en separat produktmarknad där inträde är beroende av de befintliga företagens goda vilja eller investeringar med mycket höga icke återvinningsbara kostnader.....	16
Slutsats	22
<i>Gas med lågt respektive högt värmevärde</i>	23
Substituerbarhet på efterfrågesidan: Byte av distributionskedjorna så att de lämpar sig för gas med lågt värmevärde i stället för gas med högt värmevärde	23
Slutsats om substituerbarhet på efterfrågesidan	26
<i>Relevant geografisk marknad</i>	27
a) Nederländerna:	27
b) Långdistansöverföringsmarknader i Tyskland.....	27
<i>Marknadsaktörernas ställning</i>	29
a) Den nederländska överföringsmarknaden.....	29
(b) De tyska långdistansöverföringsmarknaderna	32
<i>Bedömning av konkurrensläget</i>	35
a) Den nederländska överföringsmarknaden.....	35
b) <i>Långdistansöverföringsmarknader i Tyskland</i>	38
En tysk gasmarknad utan konkurrens.....	38
Enskild dominerande ställning i en gammal avgränsningsregion.....	41
Oligopolistisk dominans.....	41
Följderna av koncentrationen	42
UNDERJORDISKA LAGRINGSANLÄGGNINGAR.....	44
<i>Relevant produktmarknad</i>	44
<i>Relevant geografisk marknad</i>	44
<i>Underjordiska lagringsanläggningar i södra Tyskland</i>	44
D. BASOLJOR, TILLSATSER OCH SMÖRJMEDEL.....	47
INLEDNING.....	47
BESKRIVNING AV MARKNADEN OCH MARKNADENS FUNKTION.....	47
<i>Basoljor är slutprodukter från raffinering av råolja</i>	47
<i>Egenskaper</i>	47
<i>Klassificering</i>	48
<i>Råoljekvaliteter</i>	48
<i>Tillsatser</i>	49

<i>Smörjmedel</i>	49
Bil- och industrismörjmedel	50
Utveckling av smörjmedel	50
Kvalitetskrav för industri- och marinsmörjmedel	51
System för att fastställa standarder för och godkänna bils smörjmedel	51
DEFINITION AV MARKNADEN	53
<i>Produktmarknader</i>	53
Basoljor	53
Tillsatser	55
Smörjmedel	56
<i>Relevanta geografiska marknader</i>	56
Basoljor	56
Tillsatser	57
Smörjmedel	58
BEDÖMNING AV KONKURRENSLÄGET	58
<i>Basoljor</i>	58
Rådande marknadsstruktur	58
Hinder för marknadsinträde och marknadsutträde	62
Exxon, BP/Mobil och Shell har en privilegierad ställning: konkurrenstrycket från mindre basoljeproducenter är litet	62
Transaktionens påverkan på konkurrensen på basoljemarknaden	76
Slutsats	80
<i>Tillsatser</i>	80
<i>Smörjmedel</i>	81
E. RAFFINERING OCH MARKNADSFÖRING AV BRÄNSLE (OLJA I SENARE MARKNADSLED)	82
ALLMÄNT	82
<i>Leveranskedjan</i>	82
Raffinering	82
Försäljning och marknadsföring av raffinerade produkter	82
Transport av raffinerade produkter	83
Logistik	83
Konkurrensläget	83
<i>Produktmarknad</i>	84
Detaljhandel med motorbränslen	84
Detaljhandel med motorbränsle vid tullbelagda motorvägar	85
Grossistförsäljning	85
<i>Geografisk marknad</i>	85
Detaljhandel med motorbränsle	85
Detaljhandel med motorbränsle vid tullbelagda motorvägar	86
Detaljförsäljning av raffinerade produkter (bränslen)	86
<i>Konkurrensbedömning</i>	86
Bedömning av det gemensamma företaget BP/Mobil	86
Mobils andel i Aral	90
Detaljhandel med motorbränsle	91
ÖSTERRIKE	99
ALLMÄN ÖVERSIKT	99
<i>Raffinering</i>	99
<i>Infrastruktur</i>	99
<i>Grossisthandel</i>	100
<i>Detaljhandel</i>	100
SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE	101
<i>Marknadsstruktur</i>	101
<i>Konkurrensdynamik - kostnader och priser</i>	102
Kostnader	102
Priser	102
<i>Inträdeshinder - Utvidgning - Potentiell konkurrens</i>	103
SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN - TRANSAKTIONENS INVERKAN PÅ KONKURRENSEN	103
FRANKRIKE - MOTORVÄGAR	105
ALLMÄN ÖVERSIKT	105
<i>Bensinstationer vid tullbelagda motorvägar som en separat produktmarknad</i>	105

SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE	108
<i>Marknadsstruktur</i>	108
<i>Konkurrensdynamik - kostnader och priser</i>	109
Kostnader	109
Priser	111
Pristrender	113
<i>Inträdeshinder - utvidgning - potentiell konkurrens</i>	114
Inträdeshinder	114
Potentiell konkurrens	115
SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN: TRANSAKTIONENS PÅVERKAN PÅ KONKURRENSEN.....	115
TYSKLAND.....	118
ALLMÄN ÖVERSIKT	118
<i>Raffinering</i>	118
<i>Infrastruktur</i>	118
<i>Grossisthandel</i>	119
<i>Detaljhandel</i>	120
<i>Västra Tyskland och östra Tyskland</i>	121
SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE	122
<i>Marknadsstruktur</i>	122
<i>Konkurrensdynamik - kostnader och priser</i>	123
<i>Inträdeshinder - expansion - potentiell konkurrens</i>	125
SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN - TRANSAKTIONENS INVERKAN PÅ KONKURRENSEN	126
LUXEMBURG.....	127
ALLMÄN ÖVERSIKT	127
<i>Raffinering</i>	127
<i>Grossisthandel</i>	127
<i>Detaljhandel</i>	127
SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE	127
<i>Luxemburg som en separat geografisk marknad</i>	127
<i>Marknadsstruktur</i>	128
<i>Konkurrensdynamik - kostnader och priser</i>	129
Kostnader	129
Priser	130
Den luxemburgska marknadens särdrag - prisreglering	132
<i>Inträdeshinder - expansion - potentiell konkurrens</i>	133
SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN: TRANSAKTIONENS PÅVERKAN PÅ KONKURRENSEN.....	133
NEDERLÄNDERNA	135
ALLMÄN ÖVERSIKT	135
<i>Raffinering</i>	135
<i>Grossisthandel</i>	135
<i>Detaljhandel</i>	136
SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE	136
<i>Marknadsstruktur</i>	136
<i>Konkurrensdynamik - kostnader och priser</i>	138
Kostnader	138
Priser	139
<i>Inträdeshinder - expansion - potentiell konkurrens</i>	141
Inträdeshinder	141
Potentiell konkurrens	141
SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN - TRANSAKTIONENS INVERKAN PÅ KONKURRENSEN	143
FÖRENADE KUNGARIKET	145
ALLMÄN ÖVERSIKT	145
<i>Raffinering</i>	145
<i>Grossisthandel</i>	145
SITUATIONEN FÖRE KONCENTRATIONEN - RÅDANDE KONKURRENSLÄGE	146
<i>Marknadsstruktur</i>	146
<i>Konkurrensdynamik - kostnader och priser</i>	148
Tidigare utveckling	148

<i>Inträdeshinder - expansion - potentiell konkurrens</i>	154
SITUATIONEN EFTER KONCENTRATIONEN: TRANSAKTIONENS PÅVERKAN PÅ KONKURRENSEN	155
<i>En unik konkurrensposition inom grossistsektorn</i>	156
<i>Ohotade marknadsledare inom detaljhandelssektorn</i>	158
F. FLYGSMÖRJMEDEL	160
MARKNADSDEFINITION	160
<i>Relevant produktmarknad</i>	160
Flygsmörjmedel och vanliga smörjmedel tillhör inte samma marknad	160
Kommersiella, militära och flygmotorbaserade tillämpningar	161
<i>Relevant geografisk marknad</i>	163
BEDÖMNING AV KONKURRENSLÄGET	163
G. FLYGBRÄNSLEN	166
PRODUKTMARKNAD	166
GEOGRAFISK MARKNAD	166
<i>Leveransprocess och infrastruktur</i>	167
<i>Leveranser av flygbränsle till Gatwicks flygplats</i>	168
<i>Uppkomsten av en dominerande ställning på marknaden för leverans av flygbränsle till flygplatsen Gatwick</i>	170
IV. ÅTAGANDEN OCH BEDÖMNING	171
A. NATURGAS	172
GROSSIST- OCH DISTRIBUTIONSMARKNADEN I NEDERLÄNDERNA	172
GROSSISTMARKNADEN/MARKNADERNA FÖR LÅNGDISTANSÖVERFÖRING I TYSKLAND	172
<i>Avyttring av Exxons andel på 25 % i Thyssengas</i>	172
<i>Rösträtt i Erdgas Münster</i>	173
UNDERJORDISKA LAGRINGSANLÄGGNINGAR I SÖDRA TYSKLAND	174
B. BASOLJOR	175
C. DETALJHANDEL MED MOTORBRÄNSLE	177
ARAL	177
DET GEMENSAMMA FÖRETAGET BP/MOBIL	177
SLUTSATS	178
D. FLYGSMÖRJMEDEL	179
E. FLYGBRÄNSLEN	180

BILAGA I

Den fullständiga originaltexten av de villkor och förpliktelser som hänvisas till i artiklarna 1 finns tillgängliga på kommissionens webbplats:

http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html