

**Kommissionens beslut**  
**av den 29 september 2000**

**om att en företagskoncentration är förenlig med den gemensamma marknaden**  
**och med EES-avtalets funktion**

(Ärende COMP/M.1879 – BOEING/HUGHES)

(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 57.2 a i detta,

med beaktande av rådets förordning (EEG) nr 4064/89 av den 21 december 1989 om kontroll av företagskoncentrationer<sup>1</sup>, senast ändrad genom förordning (EG) nr 1310/97<sup>2</sup>, särskilt artikel 8.2 i denna,

med beaktande av kommissionens beslut av den 26 maj 2000 om att inleda ett förfarande i detta ärende,

med beaktande av yttrandet från Rådgivande kommittén för företagskoncentrationer<sup>3</sup>, och

av följande skäl:

- 1) Den 18 april 2000 mottog kommissionen en anmälan i enlighet med artikel 4 i förordning (EEG) nr 4064/89 (nedan kallad koncentrationsförordningen) om att The Boeing Company (Boeing eller den anmälade parten) i den mening som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen förvärvar kontrollen över Hughes Electronics Corporations (Hughes) verksamhet som huvudleverantör av satelliter och utrustning.
- 2) I sitt beslut av den 26 maj 2000 fann kommissionen att det förelåg allvarliga risker för att den anmälda transaktionen skulle vara oförenlig med den gemensamma marknaden och inledde därför ett förfarande i enlighet med artikel 6.1 c i koncentrationsförordningen och artikel 57.2 a i EES-avtalet.

---

<sup>1</sup> EGT L 395, 30.12.1989, s. 1. Korrigerad version: EGT L 257, 21.9.1990, s. 13.

<sup>2</sup> EGT L 180, 9.7.1997, s. 1.

<sup>3</sup> EGT ...

## I. PARTERNA

- 3) Boeing är ett företag i Delaware som är verksamt inom områdena flygplans-, rymd- och försvarsindustri, däribland med tillverkning och uppskjutning av satelliter. Boeings satellitverksamhet omfattar i första hand tillverkning av navigationssatelliter för globala positioneringssystem (GPS) åt USA:s försvarsdepartement. Genom sin helägda raketserie Delta tillhandahåller Boeing tjänster för satellituppskjutning till kommersiella kunder i hela världen och till Förenta staternas regering. Boeing är också minoritetsdelägare i Sea Launch, ett annat företag som tillhandahåller uppskjutningstjänster, där Boeing äger 40 procent. Samriskföretaget Sea Launch inledde sin verksamhet 1999.
- 4) Hughes är ett USA-baserat dotterbolag till General Motors och dess verksamhet omfattar satellitbaserade tjänster (däribland kommunikationstjänster och betal-TV), och satellittillverkning. Hughes verksamhet som huvudleverantör av satelliter och utrustning omfattar Hughes Space and Communications Company (HSC), Spectrolab Inc. (Spectrolab) och Hughes Electron Dynamics (HED): HSC utformar och tillverkar kommunikationssatelliter för kommersiella kunder världen över samt för USA:s försvarsdepartement och NASA, medan Spectrolab och HED tillverkar komponenter som främst används i satelliter (t.ex. solceller, solpaneler, vandringsvåggrör och batterier).

## II. TRANSAKTIONEN

- 5) Den 13 januari 2000 ingick Boeing, Hughes och HSC ett avtal om aktiehandel, enligt vilket Boeing skall förvärva: a) alla utestående aktier i HSC, b) alla utestående aktier i Spectrolab, c) alla tillgångar i HED, d) 2,69 procent av emitterade och utestående stamaktier i ICO Global Communications (Holdings) Ltd, vilka för närvarande ägs av Hughes, samt e) 2 procent av emitterade och utestående stamaktier i Thuraya Satellite Telecommunications Private Joint Stock Co, vilka för närvarande ägs av Hughes.
- 6) Dessutom skall Hughesgruppens aktier i ett samriskföretag för forskning, som de äger tillsammans med Raytheon (HRL), överföras till Boeing, om Raytheon samtycker till detta. I annat fall avser Hughes och Boeing att bilda ett samriskföretag så att Boeing kan dra nytta av HRL:s forsknings- och utvecklingsverksamhet.
- 7) Hughes-gruppen skall behålla sitt ägarskap i alla sina övriga företag, i synnerhet Hughes Network Systems, PanAmSat och DirecTV.
- 8) Mot bakgrund av det ovanstående utgör den föreslagna transaktionen en företagskoncentration i den mening som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen.

## III. GEMENSKAPSDIMENSION

- 9) Den anmälande parten hävdar att den ifrågavarande transaktionen inte har någon gemenskapsdimension och därför faller utanför kommissionens jurisdiktion, eftersom HSC inte når upp till den tröskel för omsättning inom EES som fastställs i

koncentrationsförordningen. Enligt den anmälade parten uppgick HSC:s omsättning i gemenskapen till [...] miljoner euro under 1999 och till [...] miljoner euro under 1998.

- 10) HSC hade dock en betydande omsättning (uppskattningsvis [...] miljoner euro under 1999) i sina affärer med ICO Global Communications (Holdings) Ltd. (ICO). ICO etablerades för att tillhandahålla världsomfattande personliga mobila kommunikations-tjänster via satellit. ICO ansökte om "Chapter 11 protection" (Förenata staternas förfarande för företag i konkurs) i augusti 1999 och har nyligen omorganiserats. Boeing har uppgett att det enda sätt på vilket HSC:s omsättning kan anses ha överstigit tröskelvärdet för omsättning inom EES vore om dess försäljning till ICO skulle räknas till omsättningen inom EES.
- 11) Eftersom ICO är registrerat på Caymanöarna men i realiteten drivs från London, är frågan huruvida ICO skall betraktas som ett gemenskapsföretag avgörande för om den föreslagna transaktionen skall anses ha en gemenskapsdimension. Om HSC:s omsättning med ICO skall räknas till EES, faller transaktionen under koncentrationsförordningen. Den anmälade parten vidhåller dock att HSC:s omsättning med ICO skall räknas till Caymanöarna.
- 12) Mot bakgrund av detta begärde kommissionen ytterligare upplysningar av ICO, som svarade den 29 februari 2000. Av upplysningarna framgår att ICO bildades till följd av ett projekt som inleddes av Inmarsat (en internationell organisation med säte i London, som nu blivit ett företag registrerat i Förenade kungariket), som syftade till att erbjuda världsomfattande tjänster för datakommunikation och telefoni över ett satellitbaserat telekommunikationsnät. ICO bildades 1994 i England och Wales. Därefter har företaget likviderats och tillgångarna överförts till ett företag på Caymanöarna, och detta företag har i sin tur registrerats i Bermuda. Dessa ändringar, som främst verkar ha genomförts av skatteskal, har dock inte påverkat företagets förvaltningsstruktur. ICO har officiellt förklarat att dess huvudsakliga verksamhetsort är London, där den dagliga förvaltningen av företaget sköts och där 73 procent av ICO:s personal är verksam, medan den övriga personalen finns på flera olika platser runt om i världen. Mot bakgrund av det ovanstående framgår det att parterna formellt sett har rätt i sitt påstående att ICO är ett företag registrerat på Caymanöarna (eller rättare sagt i Bermuda), men ekonomiskt sett är det helt klart att ICO fortfarande har sin bas i Förenade kungariket.
- 13) Vid beräkningen av omsättningen för tillämpning av koncentrationsförordningen är det situationens ekonomiska realitet som skall beaktas. I punkt 7 i kommissionens tillkännagivande om beräkning av omsättning<sup>4</sup> fastställs också att reglerna om beräkning av omsättningen "skall säkerställa att beräknade omsättningssiffror korrekt återger den ekonomiska verkligheten". I detta fall skall därför HSC:s omsättning med ICO räknas till Förenade kungariket.
- 14) Det framgår också att även om avtalet om satelliter mellan HSC och ICO formellt ingicks med företaget på Caymanöarna, var det ICO:s personal i London som slutförde förhandlingarna, och alla väsentliga ändringar i detta avtal skall förhandlas i London. Om

---

\* Delar av denna text har redigerats för att säkerställa att konfidentiell information inte avslöjas. Dessa delar ersätts med hakparentes och markeras med en asterisk.

<sup>4</sup> EGT C 66, 2.3.1998, s. 25.

man också tar hänsyn till var transaktionen i realiteten ägde rum, och därmed var konkurrensen mellan HSC och andra satellitleverantörer fanns, pekar alltsammans tydligt mot Förenade kungariket.

- 15) I enlighet med riktlinjerna i punkt 7 i tillkännagivandet om beräkning av omsättning skall därför HSC:s omsättning med ICO räknas till Förenade kungariket och därför ingå i omsättningen inom EES.
- 16) Boeing och HSC har en sammanlagd omsättning i hela världen som överstiger 5 miljarder euro<sup>5</sup> (Boeing 53 403 miljoner euro 1999 och Hughes 2 136 miljoner euro 1999). Vart och ett av företagen har en sammanlagd omsättning inom gemenskapen som överstiger 250 miljoner euro (Boeing [...] miljoner euro 1999 och Hughes [...] miljoner euro 1999) och inget av de berörda företagen når upp till mer än två tredjedelar av sin sammanlagda omsättning inom gemenskapen inom en och samma medlemsstat. Den anmälda transaktionen har därför en gemenskapsdimension enligt vad som avses i artikel 1.2 i koncentrationsförordningen.

#### **IV. FÖRENLIGHET MED DEN GEMENSAMMA MARKNADEN**

- 17) Den sammanslagna enhetens verksamhet kommer att omfatta tillverkning av satelliter och utrustning samt tillhandahållande av satellituppskjutningstjänster. I sitt beslut av den 26 maj 2000 fann kommissionen att det förelåg en allvarlig risk för att affären kunde skapa eller förstärka en dominerande ställning för HSC på marknaden för kommersiella GEO-satelliter för kommunikation, och för att det kunde skapas en dominerande ställning på marknaden för kommersiella satellituppskjutningar.
- 18) Emellertid visar resultatet av den fördjupande granskning som kommissionen genomfört att det av de skäl som anges under A och B nedan inte föreligger några konkurrensproblem på de ifrågakvarande marknaderna.

#### **A. SATELLITER**

##### **RELEVANTA PRODUKTMARKNADER**

- 19) Med satelliter avses här komplexa rymdfarkoster som kretsar runt en himlakropp. Satelliter kan användas till olika ändamål (kommunikation, navigation, observation, vetenskapliga ändamål) av såväl civila som militära kunder.
- 20) De anmälade parterna framhåller att produktmarknaden för satelliter kan delas in på grundval av två kriterier: i) typen av kund, och ii) satellitbana.

---

<sup>5</sup> Omsättningen beräknad enligt artikel 5.1 i koncentrationsförordningen och kommissionens tillkännagivande om beräkning av omsättning (EGT C 66, 2.3.1998, s. 25). När siffrorna innefattar omsättningen för perioden före den 1 januari 1999 har de beräknats utifrån genomsnittliga växelkurser för ecu och räknats om enligt principen 1 ecu = 1 euro.

- 21) Boeing anser att civila satelliter som säljs till kommersiella kunder, civila satelliter som säljs till stater och militära satelliter var och en utgör en enskild produktmarknad. För det första hör statliga satelliter till en annan produktmarknad än kommersiella satelliter, eftersom de förra vanligen är specialiserade produkter, medan de senare ofta är olika versioner av tidigare satelliter. Denna skillnad skapar olika konkurrensvillkor för kommersiella och statliga satelliter: konkurrensen på den kommersiella arenan inriktas på tekniker för "massproduktion", medan konkurrensen på marknaden för statliga satelliter grundas på större specialisering och kunddeltagande. För det andra hör satelliter för militära ändamål till en egen produktmarknad, eftersom det här ställs enastående strikta krav på utrustningen, vilket innebär mer detaljerade produktspecifikationer, mer omfattande testprogram och specialutrustning som inte används i andra satelliter.
- 22) Boeing framhåller också att geostationära satelliter (GEO-satelliter) och icke geostationära satelliter (NGSO), dvs. låghöjdsatelliter (LEO-satelliter) och mellanhöjdsatelliter (MEO-satelliter), hör till olika produktmarknader, eftersom varje typ av satellitbana från kundens sida sett har olika fördelar och nackdelar som medför att de olika satellittyperna lämpar sig för olika ändamål (exempelvis är LEO-satelliter tack vare den lägre omloppshöjden bättre lämpade för högupplösningsöverföring). När det gäller leveranstider är det också skillnad; det kan skilja mellan tre och fem år på den tid det tar att skaffa den tekniska kapaciteten för att bygga en satellit, beroende på vilken omloppshöjd den skall ha. Framför allt är GEO-satelliter mycket dyrare (100 miljoner USD för GEO-satelliter jämfört med 10 USD för LEO-satelliter), mer komplexa, tyngre och har längre livslängd än NGSO-satelliter.
- 23) I tidigare beslut<sup>6</sup> har kommissionen i första hand delat in satellitsektorn efter användningsområde, och gjort åtskillnad mellan å ena sidan satelliter för kommunikation (och möjligen navigation) och å andra sidan observationssatelliter och vetenskapliga satelliter, på grund av de olika tekniska kunskaper som krävs för de olika tillämpningarna. Kommissionen har också menat att det kan finnas olika produktmarknader för militära och civila satelliter (främst eftersom konkurrensförhållandena skiljer sig åt mellan militära och civila tillämpningar), och att en ytterligare uppdelning kan göras mellan de olika typerna av omloppsbana. En ytterligare distinktion mellan olika typer av kunder (kommersiella och statliga) kan också övervägas, åtminstone när det gäller fastställandet av de geografiska marknaderna.
- 24) Kommissionens granskning bekräftar på det stora hela a) att satelliter som används för kommunikation, navigation samt observation och vetenskapliga ändamål hör till olika produktmarknader, b) att konkurrensvillkoren för kommersiella satelliter, civila statliga satelliter och militära satelliter skiljer sig åt, och c) att åtskillnad bör göras mellan GEO-satelliter och NGSO-satelliter, även om denna segmentering kanske är mer relevant i fråga om kommunikationssatelliter än i fråga om observationssatelliter och vetenskapliga satelliter (eftersom de flesta observationssatelliter och vetenskapliga satelliter är NGSO-satelliter, och troligen också, med tanke på varje sådan satellits särskilda egenskaper, på grund av det faktum att befintliga konstruktioner och tidigare erfarenheter inom olika typer av omloppsbana kan vara mindre viktiga när det gäller dessa än när det gäller de "massproducerade" kommunikationssatelliterna).

---

<sup>6</sup> Se t.ex. ärende COMP/M.1636 – MMS/DASA/Astrium, kommissionens beslut av den 21 mars 2000, ännu inte offentliggjort.

- 25) Det framgår dock av parternas beräkningar att alla kommersiella GEO-satelliter är kommunikationssatelliter, och att nästan alla kommersiella NGSO-satelliter också är kommunikationssatelliter. Därför är det inte relevant för konkurrensbedömningen i fråga om den föreslagna koncentrationen huruvida marknaden för kommersiella satelliter ytterligare skall segmenteras per tillämpningsområde (t.ex. kommunikation, navigation, observation eller vetenskapliga ändamål).
- 26) Dessutom är det i detta ärende inte nödvändigt att ytterligare definiera de relevanta produktmarknaderna för satelliter, eftersom en effektiv konkurrens inte med någon av de alternativa marknadsdefinitioner som beaktats skulle hämmas i någon betydande omfattning inom EES eller inom en avsevärd del av detta område.

#### **RELEVANTA GEOGRAFISKA MARKNADER**

- 27) Enligt den anmälade parten är marknaden för kommersiella satelliter världsomfattande. Detta överensstämmer med tidigare beslut av kommissionen<sup>7</sup> och bekräftas av resultatet av kommissionens granskning.
- 28) Boeing har också hävdats att de geografiska marknaderna för statliga (civila och militära) satelliter är nationella eller åtminstone regionala. I sitt beslut i ärendet Astrium<sup>8</sup> fastställde kommissionen att det finns en västeuropeisk marknad<sup>9</sup> för satelliter som anskaffas av rymdorganisationer, eftersom institutionsägda satelliter inom det området främst anskaffas av Europeiska rymdorganisationen (ESA) som gör sina inköp enligt den geografiska principen om "juste retour" (skäligt utbyte). Kommissionen angav vidare att det också kunde finnas nationella marknader för statliga satelliter i de medlemsstater vars nationella rymdorganisationer tillämpade liknande förfaranden vid sina inköp. Slutligen menade kommissionen att det kunde finnas en världsomfattande marknad för militära satelliter som förvärvas genom konkurrensförfaranden med huvudleverantörer i gemenskapen och i Förenta staterna, men att det fortfarande tycktes finnas nationella marknader i de medlemsstater där satelliter anskaffas enbart från inhemska huvudleverantörer. I detta ärende är det dock inte nödvändigt att ytterligare definiera de geografiska marknaderna för statliga (civila och militära) satelliter, eftersom en effektiv konkurrens inte med någon av de geografiska marknadsdefinitioner som beaktats skulle hämmas i någon betydande omfattning inom EES eller inom en avsevärd del av detta område.

#### **KONKURRENSBEDÖMNING**

- 29) HSC och Boeing är båda verksamma som huvudleverantörer av satelliter. Transaktionen kommer dock inte att leda till direkta överlappningar mellan parterna, eftersom det bara är HSC som är verksamt på det kommersiella området, och eftersom varken HSC eller Boeing har levererat statliga GEO- eller NGSO-satelliter till europeiska kunder. Dessutom bör det noteras att Boeings och HSC:s satelliter används för olika ändamål (HSC:s för kommunikation och Boeings för navigation), att de är olika stora och har olika omloppsbanor (HSC har GEO- och MEO-satelliter, medan Boeing har LEO-satelliter).

---

<sup>7</sup> Se ärende IV/M.437 – Matra Marconi Space/British Aerospace Systems, punkt 22, kommissionens beslut av den 22 augusti 1994 och ärende COMP/M.1636 – MMS/DASA/Astrium.

<sup>8</sup> Se ärende COMP/M.1636 – MMS/DASA/Astrium.

<sup>9</sup> I detta ärende är Västeuropa liktydigt med EES och Schweiz (och omfattar därmed alla Europeiska rymdorganisationens medlemsstater).

- 30) I detta sammanhang framhåller den anmälade parten att transaktionen inte påverkar någon marknad horisontellt. Med tanke på HSC:s marknadsandelar för kommersiella kommunikationssatelliter är det dock nödvändigt att undersöka om tillskottet från Boeings satellitverksamhet ytterligare kommer att stärka HSC:s redan starka ställning, framför allt på marknaden för kommersiella GEO-satelliter.

#### ***Marknadskännetecken***

- 31) Kommersiella GEO-satelliter för kommunikation är stora satelliter (mer än hälften av GEO-satelliterna har en nyttolast på över 4 ton) som ligger i geostationära omloppsbanor, där de används för att stödja tjänster som telefoni, dataöverföring, radio- och TV-sändning, kabel-TV och direktsändningar.
- 32) Efterfrågan genereras av kommersiella satellitoperatörer, som kan vara stora internationella organisationer som Intelsat eller Inmarsat eller privata företag. Satellitoperatörerna kan antingen själva tillhandahålla tjänsterna till användarna eller hyra ut satellitkapacitet till tjänsteoperatörer som TV-bolag, telekommunikationsföretag osv.
- 33) Av kommissionens undersökning framgår att satelliter nästan alltid förvärvas genom internationella upphandlingsförfaranden omfattande flera huvudleverantörer av satelliter som HSC, Space Systems/Loral (SS/Loral), Lockheed Martin, Alcatel Space Industries (Alcatel) eller Astrium. Med tanke på de avsevärda inkomstbortfall (upp till en miljon dollar om dagen) som ett fel på en satellit kan medföra, tycks det också som om valet av satellitleverantör främst grundas på det företags tillförlitlighet och priser, och att satellitens hållbarhet och tillverkningstider också spelar en stor roll.
- 34) Mot bakgrund av uppkomsten av de mindre NGSO-satellitssystemen som också kan erbjuda kommunikationstjänster (som mobiltelefoni, personsökning, dataöverföring och meddelandetjänster), och med tanke på att platser och omloppsbanor för GEO-satelliter börjar fyllas upp, kan marknaden för GEO-satelliter förväntas utvecklas i följande tre riktningar: i) utplaning, eller rentav minskning, av antalet beställda satelliter, ii) ökning av satelliternas genomsnittliga massa och kapacitet, och iii) inriktning på bredbandstjänster (som inte på ett lönsamt sätt kan stödjas av mindre satelliter).

#### ***Marknadsaktörer***

- 35) GEO-satelliter för kommunikation kan i första hand erbjudas av fem huvudleverantörer i Förenta staterna eller Europa, nämligen HSC, SS/Loral, Lockheed Martin, Alcatel och Astrium. Alla fem tillverkar såväl GEO- som NGSO-satelliter för kommunikation, åt såväl statliga som kommersiella kunder.
- 36) Enligt en beräkning baserad på de genomsnittliga beställningssiffrorna för kommersiella GEO-satelliter för kommunikation sedan 1997, är HSC:s marknadsandel [mellan 35 och 45 procent]\*, Lockheed Martins [mellan 25 och 35 procent]\*, Alcatels [mellan 10 och 20 procent]\*, SS/Lorals [mellan 10 och 20 procent]\* och Astriums [mellan 0 och 10 procent]\*.

#### ***Transaktionens effekter***

- 37) I sitt beslut av den 26 maj 2000 fann kommissionen att det fanns tecken som tydde på att beräkningen av HSC:s marknadsandelar kunde vara missvisande när det gällde företags

ställning på marknaden. För det första hade utomstående parter angivit att HSC hade ett flertal konkurrensfördelar framför andra huvudleverantörer av satelliter, främst därför att företaget hade rykte om sig att vara bättre och mer tillförlitligt än konkurrenterna och att det hade lägre kostnader på grund av sina högre försäljningssiffror (både på det kommersiella och det militära området). För det andra verkade det som om HSC:s framgångar kunde begränsas av det faktum att företaget – eftersom det ägs av Hughes-gruppen som vertikalt är integrerad i nästa led, satellitoperatörsledet (genom PanAmSat, DirecTV och Hughes Network Systems) – kunde betraktas som både en stor leverantör och en stor konkurrent till sina kunder. Interna handlingar från parterna antydde att detta föranledde en betydande andel av satellitoperatörerna att inte köpa av HSC.

- 38) Kommissionen menade därför att HSC:s konkurrensställning bättre framgick av HSC:s framgångar (i [mellan 40 och 60 procent]\* av fallen) när det gällde att lämna anbud. De utomstående parterna angav uttryckligen att de ansåg att HSC hade en dominerande ställning på marknaden för kommersiella GEO-satelliter för kommunikation.
- 39) Trots att Boeing och HSC inte överlappar varandra på satellitmarknaderna fann kommissionen också indikationer på att transaktionen kunde stärka HSC:s marknadsställning. För det första drogs slutsatsen att om kopplingen mellan HSC och Hughes-gruppen bröts skulle HSC kunna vända sig till hela marknaden, och därmed kunna öka sina marknadsandelar (möjligen upp till sina framgångssiffror på [mellan 40 och 60 procent]\*).
- 40) För det andra framgick att huvudleverantörerna av satelliter även förvärvade viss satellitutrustning (nämligen solceller, battericeller och vandringsvåggrör) från Hughes (särskilt Spectrolab och HED). I detta sammanhang uttryckte de utomstående parterna farhågor för att den ifrågavarande utrustningen efter transaktionen kunde anskaffas av Boeing för deras egna satelliter, vilket skulle minska de utomstående parternas tillgång till denna utrustning till den grad att det skulle försvaga deras ställning i förhållande till HSC.
- 41) Mot bakgrund av det ovanstående ansåg kommissionen därför att transaktionen riskerade att ytterligare öka klyftan mellan HSC och dess konkurrenter. Med beaktande av att det tycktes förekomma stordriftsfördelar vid satellittillverkning (eftersom amorteringen av sänkta kostnader står för en betydande andel av satellitkostnaderna), ansågs det föreligga en risk för att transaktionen skulle skapa eller förstärka en dominerande ställning för HSC på marknaden för GEO-satelliter.
- 42) Resultaten av kommissionens fördjupade granskning visar dock att transaktionen inte kommer att skapa eller förstärka en dominerande marknadsställning. För det första är satellitmarknaderna upphandlingsmarknader, där konkurrensvillkoren bestäms av förekomsten av trovärdiga alternativ till HSC:s produkter. I detta sammanhang, med beaktande av de marknadsställningar som innehas av Lockheed Martin (mellan [20 och 40 procent]\* av försäljningen), SS/Loral (mellan [10 och 20 procent]\*) och Alcatel (mellan [10 och 20 procent]\*), framgår det att HSC konkurrerar med andra stora och trovärdiga huvudleverantörer.
- 43) För det andra framgår det av kommissionens granskning att HSC:s påstådda konkurrensfördelar troligen överskattats. Exempelvis angav de flesta kunder att de inte betraktade HSC:s satelliter som mer tillförlitliga än satelliter från andra huvudleverantörer, och flera utomstående parter förklarade att även om HSC:s satelliter länge hade haft ett gott rykte om kvalitet och tillförlitlighet, hade även det företaget haft



ett antal misslyckanden under senare år. Likaså angav de flesta kunder att de inte ansåg att HSC var väsentligt billigare än konkurrenterna. Om man slutligen beaktar de huvudsakliga utvärderingskriterier som används av kunderna, verkar inte HSC betraktas som det bästa alternativet i huvuddelen av fallen. Att det finns trovärdiga alternativ till HSC:s satelliter framgår också av det faktum att HSC bara kontraherades för [...] av de 29 satelliter som beställts sedan början av 2000. Mot bakgrund av det ovanstående kan därför slutsatsen dras att HSC inte har någon dominerande ställning på marknaden för kommersiella GEO-satelliter.

- 44) Det finns vidare ingenting som tyder på att den föreslagna transaktionen skulle föra med sig att Boeings inköp från Spectrolab och HED skulle göra dessa leverantörer mindre benägna att förse andra huvudleverantörer med solceller, battericeller och vandringsvågrör. Detta är helt klart när det gäller vandringsvågrör, eftersom Boeing inte köper denna produkt. Det stämmer också i fråga om solceller och battericeller, eftersom HSC verkar ha en betydande överkapacitet för den övervägande delen av denna typ av utrustning, vilken inte skulle tas i anspråk även om man tog med hela Boeings potentiella efterfrågan, särskilt som Boeing redan köper det mesta av sina solceller från Spectrolab och inte köper vandringsvågrör alls. För det andra är solceller och battericeller till stor del standardiserade produkter, som kan köpas till konkurrenskraftiga priser från andra leverantörer. För det tredje köper de flesta (däribland de största) huvudleverantörerna för närvarande inte någon utrustning från HSC, så även om HSC:s leveranser till tredje part skulle minska, skulle detta inte medföra något konkurrensproblem.
- 45) Kommissionens granskning visar också att trots att Hughes äger satellitoperatörer (PanAmSat, DirecTV och Hughes Network Systems) har det faktum att HSC kunnat betraktas som både konkurrent och leverantör till utomstående satellitoperatörer inte lett till att de flesta kunder låtit bli att köpa satelliter från HSC. Därav följer att transaktionen inte i väsentlig grad kommer att medföra fler affärer för HSC-satelliter, och därför inte i väsentlig grad kommer att skapa nya möjligheter för HSC.
- 46) I stället kommer transaktionen troligen, genom att bryta kopplingen mellan HSC och Hughes satellitoperatörsföretag (PanAmSat, DirecTV och Hughes Network Systems), att göra dessa satellitoperatörer mer öppna för andra huvudleverantörer. Eftersom de inköp som Hughes satellitföretag gjorde uppskattningsvis representerade [mellan 35 och 45 procent]\* av HSC:s satellitorder mellan 1997 och 1999, kan den föreslagna transaktionen därför väsentligt försvaga HSC:s konkurrensställning snarare än att stärka den.
- 47) Mot bakgrund av det ovanstående blir slutsatsen att transaktionen inte kommer att skapa eller förstärka en sådan dominerande ställning på satellitmarknaden som skulle leda till att en effektiv konkurrens skulle hämmas inom EES eller inom en avsevärd del av detta område.

## **UPPSKJUTNINGSTJÄNSTER**

### **RELEVANTA PRODUKTMARKNADER**

- 48) För att skjuta upp satelliter i omloppsbana används bärraketer. De tjänster som har att göra med uppskjutningen av satelliter i omloppsbana kallas här uppskjutningstjänster. Allmänt kan man skilja mellan två typer av bärraketer: raketer av engångstyp, som brinner upp under uppskjutningen, och helt eller delvis återanvändbara raketer. I praktiken utförs dock nästan alla uppskjutningar med engångsbärraketer.

- 49) Engångsbärraketer kan hänföras till olika produktgrupper, beroende på hur stor massa nyttolast raketerna kan föra upp i omloppsbana. Boeing har särskilt framhållit att LEO- och MEO-satelliter kan skjutas upp med en lång rad olika bärraketer (både stora och små), medan medeltunga till tunga GEO-satelliter (dvs. de vars massa överstiger omkring 1 800 kg) bara kan skjutas upp med vissa, större bärraketer (nedan kallad tungviktsraket). Boeing hävdar därför att det finns två produktmarknader: en övergripande marknad för uppskjutningstjänster som omfattar alla satellituppskjutningar, och en mer "nischad" marknad för uppskjutning av medeltunga till tunga GEO-satelliter (som bara kan skjutas upp med tungviktsraketer).
- 50) Kommissionens granskning bekräftar i stort synpunkten att tungviktsraketer är att hänföra till en särskild produktmarknad, eftersom de är de enda som kan användas vid uppskjutning av stora satelliter i geostationär omloppsbana. Detta överensstämmer också med kommissionens tidigare beslut<sup>10</sup>, där man menade att en segmentering av sektorn för uppskjutningstjänster efter storleken på de uppskjutna satelliterna eller bärraketens kapacitet vore lämplig för att definiera produktmarknaden.
- 51) Boeings föreslagna marknadsdefinition är emellertid motsägelsefull. Om man godtar att medeltunga till tunga GEO-satelliter bara kan skjutas upp med tungviktsraketer kan ju inte uppskjutningen av sådana GEO-satelliter ersättas med någon annan uppskjutningstjänst, och denna tjänst kan därför inte omfattas av den bredare produktmarknaden. Därför kan det inte finnas en övergripande produktmarknad som omfattar alla satellituppskjutningar. Det vore rimligare att fastställa följande två produktmarknader: en marknad för uppskjutning av alla satelliter utom medeltunga till tunga GEO-satelliter och en marknad för uppskjutning av medeltunga till tunga GEO-satelliter.
- 52) Dessutom har utomstående parter uttryckt kritik mot den anmälade partens föreslagna definition av marknaden för uppskjutning av medeltunga till tunga GEO-satelliter. Enligt dessa parter bör segmenteringen av produktmarknaden, tvärt emot vad Boeing föreslår, inte grundas på satelliternas storlek och omloppsbana, utan på vilken kategori bärraketerna hör till. Dessa utomstående parter anser att de tjänster som erbjuds med tungviktsraketer inte är utbytbara mot dem som erbjuds med andra typer av bärraketer, oavsett vilken satellitstorlek eller omloppsbana det gäller. Det verkar till exempel som om vissa NGSO-satelliter endast kan skjutas upp med den större typen av bärraketer.
- 53) I så fall bör den "nischade" produktmarknaden omfatta de uppskjutningstjänster som kan erbjudas med stora till medelstora bärraketer. Denna alternativa produktmarknad skulle då omfatta alla satellituppskjutningar som görs med tungviktsraketer och den skulle vara mer omfattande än den marknad för uppskjutning av medeltunga till tunga GEO-satelliter som föreslås av Boeing (vilken alltså inte omfattar uppskjutning av NGSO-satelliter och mindre GEO-satelliter med tungviktsraketer). Denna alternativa marknadsdefinition har fördelen att den ger en mer rättvisande bild av konkurrensläget mellan de olika bärraketerna, eftersom den omfattar alla uppskjutningar som görs med denna typ av bärraketer. Å andra sidan skulle det innebära att tungviktsraketerna inte konkurrerar med mindre bärraketer ens när det gäller uppskjutning av mindre satelliter, vilket inte har bevisats.

---

<sup>10</sup> Se ärende IV/M.1564 – Astrolink, kommissionens beslut av den 25 juni 1999 och ärende COMP/M.1636 – MMS/DASA/Astrium.

- 54) Andra utomstående parter har godtagit Boeings förslag om en särskild produktmarknad för uppskjutning av medeltunga till tunga GEO-satelliter, men kritiserat gränsdragningen för medeltunga till tunga GEO-satelliter (1 816 kg/ 4 000 lbs.). Bland annat framhölls att det inte fanns någon strikt fastslagen gräns mellan "små" och "stora" satelliter, och att denna gräns skulle ha definierats särskilt i syfte att undanta Boeings Delta II-raketer från den nischade produktmarknaden. Det är dock tveksamt huruvida det hade påverkat konkurrensbedömningen om gränsdragningen hade varit en annan, eftersom GEO-satelliternas massa i genomsnitt uppgår till omkring 2,7 ton (och ökar), och eftersom mellan 75 och 90 procent av alla GEO-satelliter hör till kategorin medeltunga till tunga satelliter.
- 55) För detta beslut är det dock inte nödvändigt att ytterligare definiera de relevanta produktmarknaderna för uppskjutningstjänster, eftersom en effektiv konkurrens inte med någon av de alternativa marknadsdefinitioner som beaktats skulle hämmas i någon betydande omfattning inom EES eller inom en avsevärd del av detta område.

#### **RELEVANTA GEOGRAFISKA MARKNADER**

- 56) Boeing hävdar att statliga och kommersiella uppskjutningar hör till olika geografiska marknader. De geografiska marknaderna för uppskjutningstjänster är världsomfattande när det gäller kommersiella tillämpningar, men nationella eller regionala när det gäller statliga (civila eller militära) uppskjutningar. Denna skillnad beror på att regeringar, liksom när det gäller satelliter, i allmänhet väljer nationella eller åtminstone regionala leverantörer av uppskjutningstjänster när sådana finns tillgängliga.
- 57) Detta överensstämmer med Astrolink-beslutet, där kommissionen drog slutsatsen att det måste göras åtskillnad mellan kommersiella uppskjutningstjänster och tjänster för statligt kontrollerade militära eller andra uppskjutningar (som i allmänhet inte är öppna för allmän konkurrens, även om det är samma typ av bärraketer som används). Denna marknadsuppdelning bekräftas också av resultatet av kommissionens granskning.

#### **KONKURRENSBEDÖMNING**

- 58) Boeing är verksamt inom området för uppskjutningstjänster, där man har en serie bärraketer med namnet Delta (Delta II, Delta III och från och med 2001 Delta IV). Bärraketen Delta II har rapporterats vara den kommersiella bärraket som har den längsta historiken och det största antalet flygningar. Delta II har mycket gott rykte om tillförlitlighet, men dess lyftkapacitet är begränsad (till omkring 2 ton) vilket gör den otillräcklig för de flesta uppdrag gällande kommersiella GEO-satelliter. Den nya Delta III och kommande Delta IV kommer att få mycket större nyttolastkapacitet, men Delta III har för närvarande ett handikapp i det att bara en av de tre första uppskjutningarna varit framgångsrik, och Delta IV är fortfarande på utvecklingsstadiet och har ännu inte sänts upp.
- 59) Boeing äger också 40 procent av Sea Launch, som är ett multinationellt partnerskap med det ryska företaget RSC-Energia (25 procent), Norgebaserade Kvaerner Maritime (20 procent) och det ukrainska företaget Yuzhnoye/PO Yuzhmash (15 procent). Sea Launch använder bärraketen Zenit 2, som byggs i Ukraina (med raketsteget Block DM som tillverkas av Energia) och som skjuts upp från en plattform i havet som transporteras från Kalifornien till ekvatorn. Sea Launchs första uppskjutning skedde i mars 1999. Dess tillförlitlighet ifrågasätts också sedan den tredje uppskjutningen misslyckades.

- 60) Boeing hävdar att dess 40-procentiga andel i Sea Launch inte ger företaget kontrollen över Sea Launch, eftersom Delta och Sea Launch varken saluförs eller förvaltas gemensamt. Boeing har dock vetorätt angående ett flertal strategiska beslut inom Sea Launch, däribland ändringar i affärsplaner (vilket kräver enhällighet bland parterna), tillsättning av tjänstemän och kontrakt med utomstående kunder och större leverantörer (vilket kräver 67 procent majoritet). Dessutom har Boeing utsett tre av fem av medlemmarna i ledningen för Sea Launch (nämligen VD, tillika administrativ chef, vice VD för koncernfrågor och sekretariat, samt vice VD för uppskjutningsavdelningen). Slutsatsen blir därför att Boeing har gemensam kontroll över Sea Launch.
- 61) HSC är inte verksamt inom området för uppskjutningstjänster, men som anges i punkt 36 är det den största leverantören av de kommersiella GEO-satelliter som skjuts upp i omloppsbana med bärraketer. Det är därför nödvändigt att granska om kombinationen av HSC:s och Boeings ställningar på dessa kompletterande marknader kan skapa eller förstärka en dominerande ställning på marknaden för uppskjutningstjänster.
- 62) Kommissionens granskning bekräftar att nästan alla kunder fäster stor vikt vid valet av den bärraket som i slutänden skall föra upp satelliten i omloppsbana. Tillförlitlighet och styrkt kapacitet är de viktigaste kriterierna från kundens sida sett när det gäller att bedöma och rangordna potentiella leverantörer av uppskjutningstjänster. Enligt marknadsundersökningen tar kunderna alltid priset i beaktande när de gör sitt slutliga val. Kunderna har dock också tydligt angivit att det allra viktigaste är att uppskjutningen lyckas, och att de därför är beredda att betala mer för att undvika misslyckanden som skulle kunna skada deras företag både ekonomiskt och marknadsmässigt. Storleken på det företag som tillhandahåller uppskjutningstjänsten tycks inte vara en avgörande faktor för satellitkundernas slutliga val.

### ***Marknadskännetecken***

#### *Inköpsförfaranden*

- 63) Uppskjutningstjänsterna köps vanligen upp separat och inte tillsammans med den ifrågavarande satelliten. I denna typ av situation (som kallas markleverans eller Delivery on the Ground, "DOG") gör satellitoperatören två upphandlingar och sluter ett kontrakt (med huvudleverantören av satelliten) för leverans av satelliten och ett kontrakt (med den som tillhandahåller uppskjutningstjänster) för den tillhörande uppskjutningen.
- 64) Under senare år har dock huvudleverantörer av satelliter i allt större utsträckning börjat erbjuda (och kunderna har börjat anta eller efterfråga dessa erbjudanden) en ny typ av kontrakt med så kallad omloppsleverans (Delivery In Orbit, "DIO"). Detta innebär att kunden beställer ett helt paket av satellittillverkaren, som enligt ett enda kontrakt skall leverera både satelliten och uppskjutningstjänsten. Den som tillhandahåller DIO ansvarar följaktligen för att anordna satellituppskjutningen.
- 65) Fördelen med DIO-upphandling är att det förenklar förbindelserna med huvudleverantören. Eftersom ett DIO-kontrakt för över ansvaret för både leverans och uppskjutning av satelliten till huvudleverantören innebär denna form av upphandling också att kunden slipper hantera ett antal risker som förseningar, frågor om gränssnitt eller kompatibilitet mellan satellit och bärraket osv., som kan uppstå när man har två olika kontrakt för leverans och uppskjutning av satelliten. Däremot verkar DIO-kontrakten innebära att kunden får sämre insyn i hur det kontraktsenliga arbetet fortlöper och i de val

som görs av huvudleverantören (däribland de val som skall göras inför uppskjutningen). Kunderna har också angivit att DIO-upphandling kan vara dyrare än DOG-upphandling. Det verkar därför som om DIO-förfarandet i huvudsak väljs av mindre kunder som saknar de egna resurser som krävs för att hantera DOG-förfarandet.

- 66) I båda upphandlingsförfarandena väljs uppskjutningsföretaget genom ett internationellt, världsomfattande anbuds-förfarande som inbegriper de största operatörerna inom området för uppskjutningstjänster. Varje försening eller misslyckande leder till avsevärda förluster (upp till en miljon USD om dagen) för satellitoperatören, och det verkar inte finnas några försäkringar som täcker sådana risker. Det framgår av kommissionens granskning att valet av bärraket därför främst grundas på tillförlitlighet och pris, medan flexibilitet när det gäller uppskjutningsscheman också spelar en stor roll.

#### *Integrering av satellit och bärraket*

- 67) För att en satellit framgångsrikt skall kunna föras upp i omloppsbanan måste man försäkra sig om kompatibilitet mellan satelliten och den valda bärraketen. Detta kan åstadkommas från fall till fall, men man kan också titta på resultaten från tidigare uppskjutningar eller ingå avtal om kompatibilitet.
- 68) I samband med DOG-upphandlingar sänder kunden vanligen ut inbjudan att lämna anbud till både huvudleverantörer av satelliter och leverantörer av uppskjutningstjänster. Inbjudningarna kan sändas ut parallellt eller i olika faser, beroende på kund. På detta stadium väljer kunden i allmänhet en satellittillverkare och gör ett förhandsval av flera möjliga bärraketer. För det mesta väljs satelliten 24 till 36 månader innan uppskjutningsdatum, och satellitkontraktet undertecknas innan man slutgiltigt bestämt vem som skall leverera uppskjutningstjänsten. I detta sammanhang brukar kunden, för att hålla möjligheten öppen att välja bärraket på ett senare stadium, oftast kräva att satellittillverkaren ser till att satelliten är kompatibel med flera olika bärraketer (ibland anges vilka, ibland inte).
- 69) Efter det att kontrakten tilldelats måste både den som tillhandahåller uppskjutningstjänsten och satellittillverkaren samarbeta för att satelliten skall kunna integreras i den valda bärraketen, även om det i princip är satelliten som skall göras kompatibel med bärraketen och inte tvärtom. Samarbetet innebär att både uppskjutaren och satellittillverkaren måste genomföra en lång rad tester och analyser, för att säkerställa kompatibiliteten mellan satelliten och uppskjutningsmiljön i fråga om bland annat mekanik, värmetålighet, elektricitet, radiofrekvenser och elektromagnetik.
- 70) Detta utförs från fall till fall för varje enskild satellit. Men eftersom varje satellittillverkare i allmänhet bygger sina kommersiella kommunikationssatelliter med utgångspunkt från ett begränsat antal "standardplattformar", kan man också säkerställa en allmän kompatibilitet för satelliter i samma familj. Det görs genom att satellittillverkaren och den som tillhandahåller uppskjutningstjänster ingår bredare "kompatibilitetsavtal", vilka täcker hela satellitfamiljer. I praktiken enas satellittillverkarna och uppskjutningsföretagen om så kallade generiska plattformar för höljen som skall vara kompatibla med bärraketen i fråga. Man utgår sedan ifrån att de satelliter som görs utifrån denna plattform generellt sett är kompatibla med den ifrågakvarande bärraketen. Kompatibilitetsavtal minskar därför riskerna, arbetsbördan och tidsåtgången vid integreringen av enskilda satelliter inom en viss familj i en given bärraket.

- 71) Ju närmare datumet för den planerade uppskjutningen man kommer, desto dyrare kan det bli att göra de tekniska ändringar som krävs för att använda en annan bärraket. Beroende på vad parterna avtalat kan kunderna bli skyldiga att betala färdigställandeavgifter som blir högre ju närmare uppskjutningsdatum man kommer. Även om vissa av de kunder som svarade i kommissionens undersökning hävdade att de har sin fulla frihet att ändra varje element i den kombination de valt, bekräftade kunderna på det stora hela att ju tidigare i processen programändringar görs, desto bättre är det för alla inblandade parter.

### *Överkapacitet*

- 72) Det anses allmänt att industrin för kommersiella uppskjutningstjänster för närvarande har en besvärande överkapacitet. Denna situation är ett resultat av de överinvesteringar i bärraketskapacitet som gjordes under 1990-talets senare hälft på grund av optimistiska prognoser om volymen på marknaden för satellituppskjutningar. Bland annat förväntades det allmänt att utvecklingen av NGSO-satellitssystem skulle leda till en starkt ökad efterfrågan på uppskjutningstjänster. Exempelvis förutspådde Boeing 1997 att omkring [...] satelliter skulle skjutas upp 2002. Eftersom en sådan efterfrågan knappast skulle kunna mötas av den då befintliga kapaciteten, investerade operatörer som tillhandahåller uppskjutningstjänster i nya anläggningar och ofta i nya bärraketer. När nu de första system som skjutits upp (som Iridium eller ICO) stött på finansiella problem, har satellitssystemprojekten avsevärt bantats ner eller försenats och prognoserna vad gäller uppskjutningar har därför blivit mycket mer försiktiga. Hösten 1999 förutspåddes i den ändrade prognosen för uppskjutningstjänster under 2002 bara [...] satellituppskjutningar.
- 73) Den påtagliga skillnaden mellan ursprungliga prognoser och det faktiska läget har i kombination med de stora investeringarna i nya anläggningar och bärraketer skapat en situation med en avsevärd överkapacitet inom området för uppskjutningstjänster. Den sammanlagda kapaciteten hos de tre största bärraketerna (Delta, Atlas och Ariane) kan uppskattas överstiga 50 enheter om året. Det är mer än dubbelt så mycket som den nuvarande kommersiella marknadsvolymen. Om man även räknar med de andra bärraketer som finns (som Proton, Sea Launch, Great Wall (Kina) och Starsem), och lägger till ytterligare uppskjutningar för statliga satelliter, ger siffrorna vid handen att kapaciteten kan vara mer än dubbelt så hög som den totala efterfrågan.
- 74) Branschens överkapacitet påverkar kostnadsbilden för de flesta operatörer som tillhandahåller uppskjutningstjänster, eftersom deras faktiska omsättning blir lägre än förväntat och närmar sig verksamhetens kritiska punkt. Det krävs ett betydande antal uppskjutningar för att amortera de höga fasta kostnader som kännetecknar branschen, vilket innebär att satellituppskjutningsföretagen är mycket beroende av att få kommersiella kontrakt eftersom varje enskilt kontrakt betyder mycket för att företaget skall kunna konkurrera prismässigt. För vissa satellituppskjutningsföretag kan förlusten av två kontrakt betyda en förlust på 20–25 procent av den årliga omsättningen, vilket innebär att lönsamheten allvarligt sätts på spel.

### *Marknadsaktörer*

- 75) Arianespace och International Launch Services (ILS) har länge varit marknadsledande inom området för kommersiella uppskjutningstjänster. Dessa båda har stått för omkring [mellan 30 och 50 procent]\* respektive [mellan 30 och 50 procent]\* av de kommersiella uppskjutningarna av medeltunga till tunga GEO-satelliter under de senaste tre åren.

Boeings Delta III-uppskjutningar– av vilka de två första, Great Wall och Sea Launch, misslyckades – har stått för de återstående få uppskjutningarna.

- 76) ILS är ett samriskföretag mellan Lockheed Martin och Krunichev, som står bakom saluföringen av bärraketserierna Atlas och Proton till andra kunder än Förenta staternas regering. Atlas bärraketer ritas och byggs av Lockheed Martin. I Atlasserien ingår för närvarande två familjer, bärraketerna Atlas II och nya Atlas III (som användes vid en kommersiell uppskjutning för första gången i maj 2000). En nyare bärraket (Atlas V) håller på att utvecklas. Bärraketerna Proton ritas, utvecklas och byggs av de ryska företagen Krunichev och Energia.
- 77) Arianespace bildades 1980 och var det första kommersiella rymdtransportföretaget. Det ansvarar för tillverkning, saluföring och uppskjutning av bärraketserien Ariane, vilken ritas och utvecklas genom program under överinseende av Europeiska rymdorganisationen. Arianespace ägs av 53 aktieinnehavare från 12 europeiska länder. Bland de bärraketserier som kan erbjudas för närvarande finns Ariane IV och den senaste Ariane V, och nya, tyngre versioner av Ariane V är under utveckling.
- 78) Boeing och Sea Launch har för närvarande relativt begränsade ställningar på marknaden för satellituppskjutningstjänster. Detta beror på en rad faktorer, men framförallt på att Boeings främsta bärraket Delta II inte kan lyfta tunga satelliter ut i rymden, och på att förtroendet för Boeings och Sea Launchs nya och större bärraketer är lågt efter de senaste misslyckandena. I sina svar på frågorna i kommissionens granskning har kunderna bekräftat detta. Även om Delta II allmänt anses vara en av de mest tillförlitliga bärraketerna, har de flesta kunder mycket mindre förtroende för Boeings övriga bärraketer. Under 1999 stod Boeing och Sea Launch tillsammans för 17 procent av de kommersiella uppskjutningarna, medan Lockheed Martin stod för 25 procent och Arianespace för 22 procent. På marknaden för uppskjutning av medeltunga till tunga GEO-satelliter var Boeings ställning ännu lägre (12 procent), medan Arianespace och Lockheed Martin hade 44 procent vardera.
- 79) Trots de motgångar som påverkat Boeings nuvarande marknadsställning verkar det klart att företaget inom de närmast kommande åren kommer att bli en stridbar medtävlare inom området för uppskjutningstjänster. Detta bekräftas ytterligare av framgångarna med Delta III och av Sea Launchs senaste flygningar. Dessutom förväntas Boeings nästa bärraket, Delta IV, som skall börja användas under 2001, bli världens största bärraket, och kommer troligen att etableras som en kostnadseffektiv och tillförlitlig bärraket tack vare de redan befintliga kontrakten med Förenta staternas regering på omkring 20 garanterade uppskjutningar. Boeings kapacitet som leverantör av uppskjutningstjänster för kommersiella satelliter återspeglas också av det faktum att Delta III och Sea Launch tillsammans redan stått för [mellan 25 och 40 procent]\* av de kommersiella uppskjutningar med tungviktsraketer som beställts sedan 1997, jämfört med [25 och 40 procent]\* för Arianespace och [mellan 15 och 25 procent]\* för ILS.
- 80) Andra bärraketer, som japanska H2-raketen eller Kinas Long March-program, klarar också att föra upp stora GEO-satelliter i omloppsbana. Emellertid verkar inte dessa raketer utgöra trovärdiga alternativ till de övriga marknadsaktörerna: H2-raketens rykte har drabbats hårt av misslyckade uppskjutningar och Long March har både tekniska problem och exportproblem (restriktioner i USA:s exportordning medför tydligen att Long March inte kan lyfta USA-baserade satelliter). De enda stora bärraketföretag som

kan påverka funktionen på marknaden för uppskjutning av kommersiella medeltunga till tunga GEO-satelliter är följaktligen Boeing, Sea Launch, ILS och Arianespace.

### *Transaktionens effekter*

- 81) Trots att inte Boeing och HSC överlappar varandra i fråga om uppskjutningstjänster identifierade kommissionen i sitt beslut om att inleda ett förfarande i detta ärende flera möjliga negativa effekter som den föreslagna transaktionen skulle kunna leda till. Eftersom tillverkning av satelliter och uppskjutningstjänster kompletterar varandra och båda är nödvändiga för att satellitoperatörerna skall få upp satelliter i omloppsbanan, och med tanke på HSC:s starka ställning på marknaden för kommersiella GEO-satelliter, ansåg kommissionen att det fanns risker för att den sammanslagna enheten skulle kunna försöka förmå satellitoperatörerna att välja Boeings bärraketer för uppskjutningstjänsterna, vilket skulle ge Boeing en dominerande ställning på marknaden för uppskjutning av stora satelliter.
- 82) Sex möjliga negativa följder av transaktionen identifierades särskilt:
- (a) Satellittillverkare lämnar ofta anbud till sina kunder med en viss marginal för massan. Efter transaktionen skulle HSC kunna utforma denna marginal så att den på ett optimalt sätt passar med den nyttolastkapacitet Boeings bärraketer har. Detta skulle göra anbuden från andra uppskjutningsföretag mindre konkurrenskraftiga än Boeings.
  - (b) Vissa DIO-kontrakt ger huvudleverantören av satelliten en viss flexibilitet i fråga om vilken bärraket som skall användas. Efter sammanslagningen kan HSC försöka se till att alla dessa satelliter skjuts upp med Boeings eller Sea Launchs bärraketer.
  - (c) Före uppskjutningen av en satellit måste man integrera satelliten i bärraketen i fråga. Denna integrering kan göras från fall till fall, men det tycks också vara möjligt att göra avtal om allmän kompatibilitet mellan bärraketen och satellitfamiljen. Efter den föreslagna transaktionen skulle HSC kunna vägra ingå sådana kompatibilitetsavtal, vilket skulle medföra ökade kostnader och längre tidsåtgång för att integrera HSC-satelliter i bärraketer som skjuts upp av tredje part.
  - (d) HSC kan vägra förse utomstående leverantörer av uppskjutningstjänster med information om kommande satelliter eller uppdateringar av befintliga satelliter, vilket skulle göra det svårare för de utomstående leverantörerna att göra sina bärraketer kompatibla med dessa satelliter.
  - (e) Som satellittillverkare får HSC ta del av känslig information om de bärraketer som företagets satelliter skall integreras i. Även om sådan information vanligen skyddas av sekretessklausuler, skulle HSC kunna använda den till nackdel för de utomstående uppskjutningsföretagen.
  - (f) På längre sikt kan HSC tänkas utforma sin nästa generation rymdfarkoster för att passa bättre ihop med Boeings bärraketer än med andra. HSC skulle t.ex. kunna föreskriva unika och patentskyddade gränssnitt i sina satelliter, och därmed kunna gynna Boeings bärraketer. HSC skulle också kunna utforma sina satelliter så att de kan skjutas upp på ett sätt som ökar deras livslängd utöver satelliters vanliga.



### *Effekter av det identifierade beteendet*

- 83) Trots att det beteende som beskrivs i punkt 82 teoretiskt sett skulle kunna få HSC:s kunder att gynna Boeings bärraketer, skulle det också kunna underminera HSC:s konkurrenskraft på satellitmarknaden. Om man t.ex. gör HSC:s satelliter mindre kompatibla med andra bärraketer, eller ökar kostnaderna eller tidsåtgången för att integrera en HSC-satellit i en bärraket från en utomstående leverantör, skulle detta kunna vara till nackdel för HSC när det gäller de kunder som kräver att deras satelliter skall integreras i andra bärraketer. I detta sammanhang är det nödvändigt att granska om den sammanslagna enheten med ett sådant beteende skulle tjäna mer genom att få fler kontrakt om uppskjutningstjänster, än den skulle förlora genom att den fick färre kontrakt om satelliter.
- 84) Kommissionen genomförde därför en omfattande marknadsundersökning för att kontrollera om de problem som tagits upp av de utomstående operatörerna kunde bekräftas och om de skulle kunna bli verklighet i framtiden. Både små och stora satellitkunder kontaktades och ombads ge sin syn på konkurrenssituationen på den ifrågavarande marknaden. Den föreslagna transaktionens effekter på marknaden i stort och på kundernas verksamhet undersöktes också för att göra en bedömning av de troliga följderna av konkurrensbeteendet hos de aktörer som är aktiva på den definierade marknaden.
- 85) Som redan angivits i punkt 62 visar resultatet av kommissionens granskning att kunderna ägnar stor uppmärksamhet och noggrannhet åt valet av bärraket, och att de vanligen anser att tillförlitlighet är den allra viktigaste faktorn när de väljer företag för uppskjutningstjänsten. Detta hänger samman med de risker kunderna löper i händelse av att uppskjutningen skulle misslyckas. Händer detta förlorar kunden inte bara sin satellit (vilken kan försäkras) utan även de inkomster kunden skulle haft genom sin satellitverksamhet fram till dess att en ny satellit hunnit tillverkas och skjutas upp (dessa inkomster tycks inga försäkringsbolag vara villiga att täcka). Kunderna förklarade t.ex. att en misslyckad uppskjutning kunde kosta dem över 1 miljon USD om dagen i förlorade inkomster.
- 86) Med tanke på detta går kunderna i allmänhet inte med på att satelliten skjuts upp med en bärraket som de inte anser är tillräckligt tillförlitlig. Detta bekräftas av det faktum att efter de två första misslyckandena med Boeings Delta III-raket kunde inte Boeing hitta någon kommersiell kund till den tredje uppskjutningen, utan raketen fick ta en attrappplast. Rent allmänt brukar kunderna försöka minimera riskerna vid uppskjutningen genom att kräva att satelliten är kompatibel med en hel rad olika bärraketer, så att de kan byta bärraket om de börjar tvivla på tillförlitligheten hos den bärraket de valt från början. Kunderna kan också kräva speciella kontraktsklausuler, t.ex. om att deras satellit inte skall vara den första nyttolast som skjuts upp efter en misslyckad uppskjutning med en viss bärraket, eller att bärraketen skall ha varit med om ett visst antal lyckade uppskjutningar innan den får användas för att föra upp kundens satellit i omloppsbana. Kunder som har hela satellitflottor brukar också sprida sina uppskjutningar på flera olika bärraketer, och de kräver ofta att man skall kunna byta bärraket, eller lägga till nya bärraketer efter deras önskemål.
- 87) Kommissionens undersökning bekräftar därmed att kunderna inte skulle acceptera att tvingas välja en viss bärraket, och att varje försök från HSC:s sida att göra sina satelliter kompatibla enbart med Delta eller Sea Launch skulle möta motstånd från kunderna.

Undersökningen visar också att det inte skulle löna sig för HSC att försöka få sina kunder att byta till Boeings bärraketer genom att göra integrationen i andra bärraketer dyrare. De flesta kunderna angav nämligen att om kombinationen HSC-satellit och den bärraket de föredrar skulle bli dyrare än andra kombinationer, skulle de antingen välja både den bärraket och den satellit de föredrar och betala vad de fann rimligt för den valda kombinationen, eller välja den billigaste kombinationen av en tillförlitlig bärraket och en satellit. Om man försvarade integrationen mellan HSC:s satelliter och bärraketer som inte kom från Boeing skulle detta följaktligen antingen inte påverka kundens val alls, eller göra kombinationer mellan HSC:s satelliter och olika bärraketer dyrare än kombinationer med andra satelliter, vilket skulle försvaga HSC:s konkurrensställning när det gäller satelliter.

- 88) Det bör vidare noteras att de flesta satellitkunder som svarade på kommissionens undersökning angav att de förbehöll sig rätten att byta bärraket efter eget önskemål. Kostnaderna för ett sådant byte blir naturligtvis högre ju närmare uppskjutningsdatum man kommer, men med tanke på de förluster kunderna riskerar om en uppskjutning misslyckas kan man dra slutsatsen att kunderna troligen skulle använda sig av denna möjlighet om de börjar tvivla på tillförlitligheten hos den bärraket de valt i första hand. De flesta kunderna hävdade också att de hade kontroll över alla steg i processen för val av bärraket och att satellittillverkaren i varje fall hade mycket litet eller inget alls inflytande när det gällde det slutliga valet. Detta begränsar också kraftigt parternas möjligheter att locka kunderna från den bärraket de föredrar.
- 89) Det kan också påpekas att DIO-kunder inte har mindre möjligheter att göra ett oberoende val av leverantör av uppskjutningstjänster än vad DOG-kunder har. Det finns för det första inget som tyder på att DIO-kunder inte för närvarande väljer sin DIO-kombination från andra satellittillverkare än HSC. För det andra visar erfarenheterna att också DIO-kunder låter införa bestämmelser i sina kontrakt som ger dem möjlighet att byta bärraket efter egna önskemål.
- 90) Det stämmer visserligen att det tidigare varit så att de flesta kunder som köpt DIO-tjänster av HSC kan ha fått använda bärraketer från företag med vilka HSC haft avtal om massinköp. Det verkar dock som om dessa kontrakt gjorts upp vid en tidpunkt då man på grund av de mycket höga förväntningarna på marknaden fruktade att den befintliga uppskjutningskapaciteten inte skulle räcka till för att möta efterfrågan, och att det därför skulle bli brist på tillgängliga uppskjutningstjänster. Detta föranledde HSC att ingå avtal om massinköp med leverantörer av uppskjutningstjänster för att försäkra sig om kapacitet, vilket också gjorde de DIO-anbud som grundades på dess avtal både billigare och säkrare än andra kontrakt. Det är sannolikt därför som så många av HSC:s DIO-kontrakt grundats på bärraketer från företag med vilka HSC haft avtal om massinköp. Det finns inget som tyder på att en liknande situation skulle uppstå i nuläget: för det första har den senaste tidens misslyckade uppskjutningar gjort kunderna ovilliga att sluta kontrakt för dessa bärraketer, för det andra finns nu, som redan angivits i punkterna 72, 73 och 74 ovan, en avsevärd överkapacitet på marknaden för uppskjutningstjänster, vilket lett till att priserna på spotmarknaden nu är lägre än de priser HSC tidigare erhållit genom sina avtal om massinköp, och tillgången på bärraketer anses nu inte längre vara något problem.
- 91) Det bör också noteras att riskerna i förbindelse med misslyckade uppskjutningar relativt sett är högre för små satellitoperatörer, som oftast bara har en eller två satelliter och därför

riskerar konkurs om en uppskjutning misslyckas, än för större satellitoperatörer med många satelliter i omloppsbana. Därför kan det vara så, att medan de större kunderna har starkare köpkraft än de små, har de mindre kunderna starkare skäl att vara noggranna i sitt val av leverantör av uppskjutningstjänster och kommer därför att vara än mer försiktiga när de väljer bärraket och skriver kontrakt om uppskjutningstjänster.

- 92) Mot bakgrund av det ovanstående framgår att det på kort sikt finns ett mycket begränsat utrymme för HSC att förmå sina kunder att låta skjuta upp sina satelliter med obeprövade bärraketer som Delta III och Sea Launch. På längre sikt är det mycket sannolikt att Boeings nuvarande problem när det gäller tillförlitliga uppskjutningstjänster kommer att lösas, och att satellitoperatörerna därför kommer att betrakta Boeing och Sea Launch som lämpliga leverantörer av uppskjutningstjänster. De senaste lyckade uppskjutningarna av Sea Launch och Delta III tyder också på detta. Men trots det kommer den sammanslagna enheten inte att vara i den ställningen att den kan förmå ett betydande antal kunder att byta till Boeings eller Sea Launchs bärraketer om kunden inte tänkt göra det ändå.
- 93) Ett annat faktum som tyder på detta är att även de konkurrerande uppskjutningsföretag som uttryckt farhågor medger att de effekter som identifierats i punkt 82 inte kan bli lönsamma så länge det inte finns några väsentliga marknadskrafter på satellitmarknaderna. Kommissionens bedömning av satellitmarknaden ger dessutom vid handen att HSC inte har en dominerande ställning på den marknaden. Även tidigare erfarenheter bekräftar detta. Lockheed Martin är t.ex. verksam både som huvudleverantör av satelliter och som leverantör av uppskjutningstjänster, men det finns inget som tyder på att det företaget lyckats skaffa sig fördelar genom ett sådant beteende som beskrivs i punkt 82.
- 94) Slutsatsen blir följaktligen att om parterna skulle bete sig så som beskrivs ovan skulle de löpa allvarlig risk att minska sin satellitförsäljning, och de eventuella positiva effekterna skulle inte räcka till för att ändra den nuvarande marknadssituationen, som kännetecknas av att både ILS och Ariespace har starka ställningar. Detta bekräftas också av det faktum att ILS:s verksamhet också omfattar både tillverkning och uppskjutning av satelliter, och att det företaget därför skulle kunna agera likadant som de berörda parterna. Därav följer att de effekter som identifierats inte i sig skulle vara nog för att skapa eller stärka en dominerande ställning.

#### *Möjliga snöbollseffekter*

- 95) Utomstående operatörer har framhållit att även en liten andel vunna eller förlorade uppskjutningskontrakt kan få stora konsekvenser för deras ställning på marknaden, på grund av uppskjutningsbranschens höga fasta kostnader och rådande överkapacitet. De utomstående operatörerna har bland annat hävdats att de redan ligger nära sin kritiska punkt, vilket innebär att till och med några få förluster skulle göra verksamheten olönsam. I detta sammanhang, och med beaktande av att denna marknad inte förväntas expandera volymmässigt i någon avsevärd omfattning, har dessa operatörer hävdats att den föreslagna transaktionen skulle kunna leda till att de förlorar flera kontrakt, vilket allvarligt skulle försvaga deras konkurrensställning och öka deras kostnader. Däremot skulle samma effekt stärka Boeings ställning och följaktligen leda till att Boeing får en dominerande ställning på marknaden för uppskjutningstjänster.

- 96) Sammanfattningsvis går de utomstående operatörernas argument ut på att redan förlusten av ett litet antal uppskjutningskontrakt skulle räcka för att starta en snöbollseffekt med förödande verkan på operatörernas kostnadsstruktur (och i andra änden stora gynnsamma effekter på Boeings kostnadsstruktur), vilket skulle underminera deras konkurrensställning och stärka Boeings, så att en dominerande ställning skapas. Som stöd för denna teori har de utomstående operatörerna framhållit att amorteringen av fasta kostnader är mycket betydande (dessa kan uppgå till 30 miljoner USD jämfört med en genomsnittlig uppskjutningskostnad på omkring 100 miljoner USD, enligt vissa av de utomstående operatörerna), och att antalet satellituppskjutningar per år är mycket begränsat.
- 97) Denna teori tycks dock vara uppbyggd på ett antal osäkra antaganden. För det första har det visat sig att konkurrensen inom sektorn för uppskjutningstjänster inte i första hand grundas på pris utan snarare på tillförlitlighet. Priserna för uppskjutningstjänster varierar redan mycket mellan de olika operatörerna. Därför borde inte en begränsad ökning av kostnaderna få de förödande konsekvenser som de utomstående operatörerna hävdar.
- 98) För det andra bygger den risk för snöbollseffekt som de utomstående operatörerna har identifierat på att kostnadsstrukturen för dessa operatörer förblir som den är i nuläget. Det har dock framgått att vissa konkurrenter (främst ILS och Arianespace) har inlett program för kostnadsreduktioner, som kommer att leda antingen till en minskning av kapaciteten eller till en ökning av uppskjutningsföretagens konkurrenskraft.
- 99) För det tredje begränsas de identifierande effekterna till den kommersiella delen av affärerna för de företag som berörs av den föreslagna transaktionen. Det är dock så att alla uppskjutningar inte är kommersiella, vilket innebär att förlust av konkurrenskraft på den kommersiella marknaden mer än väl kan kompenseras med nya kontrakt på den statliga sidan. Detta gäller särskilt i Förenta staterna, där uppskjutningar som beställs av regeringen utgör en stor del av Lockheed Martins och Boeings uppskjutningsverksamhet. I detta sammanhang, och med beaktande av att sektorn för uppskjutningstjänster oftast betraktas som en mycket viktig sektor av de berörda regeringarna, vilka också bidrar i väsentlig grad till utvecklingen av bärraketer<sup>11</sup>, verkar det sannolikt att i det fall Lockheed Martin eller Arianespace skulle bli mindre konkurrenskraftiga, skulle regeringarna vidta åtgärder för att återställa dessa företags konkurrenskraft.
- 100) För det fjärde kan det ifrågasättas om sektorn för uppskjutningstjänster verkligen skulle monopoliseras så som de utomstående operatörerna beskriver det, även om HSC skulle bete sig så som beskrivs i punkt 82. Eftersom prisskillnaden mellan ett antaget anbud och ett som inte antas är mycket lägre än amorteringen av de fasta kostnaderna borde en leverantör av uppskjutningstjänster, om han förlorar konkurrenskraft på grund av sina priser, försöka sänka sina priser för att öka volymen och därmed täcka åtminstone en del av sina fasta kostnader, hellre än att förlora ett kontrakt och därmed drabbas av en större förlust. Det mest sannolika resultatet skulle därför bli en större priskonkurrens snarare än en monopolisering av marknaden. Med tanke på staternas intressen i sin

---

<sup>11</sup> Ariane-raketerna utvecklas exempelvis i allmänhet inom ramen för ESA-program, och utvecklingen av både Delta IV- och Atlas V verkar i huvudsak ha finansierats av USA:s regering genom programmet Evolved Expendable Launch Vehicle.

rymdindustri (vilket bl.a. visas av andelen statlig finansiering av utvecklingen av nya bärraketer) skulle detta inte eliminera Boeings närmaste konkurrenter, och följaktligen inte heller skapa en dominerande ställning för Boeing.

- 101) Mot bakgrund av ovanstående skäl framgår det att den anmälda transaktionen inte kommer att skapa eller förstärka en sådan dominerande ställning på marknaden för uppskjutningstjänster som skulle leda till att en effektiv konkurrens skulle hämmas i någon betydande omfattning inom EES-marknaden eller inom en avsevärd del av detta område.
- 102)** Kommissionen har noterat att parterna den 31 juli 2000 gjort vissa åtaganden för att säkerställa (a) att icke-offentlig information om bärraketer (eller satelliter) som HSC (eller Boeing eller Sea Launch) får tillgång till inte kommer att föras vidare till eller avslöjas för Boeing eller Sea Launch (eller HSC), (b) att HSC kommer att göra information om sina satelliter tillgänglig för andra leverantörer av uppskjutningstjänster samtidigt som denna information görs tillgänglig för Boeing eller Sea Launch, (c) att HSC kommer att samarbeta med andra leverantörer av uppskjutningstjänster än Boeing eller Sea Launch vad gäller integrering av satelliter i bärraketer, utan diskriminering till Boeings eller Sea Launchs fördel, och (d) att det inte kommer att finnas något förhållande mellan den sammanslagna enheten och Hughes som prioriterar endera parten som leverantör.

## VI. SLUTSATS

- 103) Mot bakgrund av ovanstående kommer den anmälda transaktionen inte att skapa eller förstärka en sådan dominerande ställning som skulle leda till att en effektiv konkurrens påtagligt skulle hämmas inom den gemensamma marknaden eller inom en avsevärd del av denna marknad. Transaktionen skall därför förklaras vara förenlig med den gemensamma marknaden enligt artikel 8.2 i koncentrationsförordningen och med EES-avtalets funktion.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

### *Artikel 1*

Den anmälda transaktionen genom vilken The Boeing Company förvärvar kontrollen över verksamheten som huvudleverantör av satelliter och utrustning inom Hughes Electronics Corporation (bestående av alla utestående aktier i Hughes Space and Communications Company (HSC), alla utestående aktier i Spectrolab Inc., alla tillgångar i Hughes Electron Dynamics (HED), och de minoritetsaktieandelar som Hughes har i ICO Global Communications (Holdings) Ltd och i Thuraya Satellite Telecommunications Private Joint Stock Co.) förklaras härmed vara förenlig med den gemensamma marknaden och EES-avtalets funktion.

### *Artikel 2*

Detta beslut riktar sig till

The Boeing Company  
7755 East Marginal Way South

Seattle; WE 98108  
USA

Attention: Mr Theodore J Collins  
Senior Vice President, Law and contracts

På kommissionens vägnar,

**(undertecknat)**

**Mario MONTI**

Ledamot av kommissionen