

KOMMISSIONEN

KOMMISSIONENS BESLUTNING

af 19. december 2008

om undtagelse af visse tjenester i postsektoren i Sverige fra anvendelsen af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2004/17/EF om samordning af fremgangsmåderne ved indgåelse af kontrakter inden for vand- og energiforsyning, transport samt posttjenester

(meddelt under nummer K(2008) 8409)

(Kun den svenske udgave er autentisk)

(EØS-relevant tekst)

(2009/46/EF)

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2004/17/EF af 31. marts 2004 om samordning af fremgangsmåderne ved indgåelse af kontrakter inden for vand- og energiforsyning, transport samt posttjenester⁽¹⁾, særlig artikel 30, stk. 4 og stk. 6,

under henvisning til anmodning indgivet af Posten AB i Sverige (i det følgende benævnt »det svenske postvæsen«) pr. e-mail af 19. juni 2008,

efter høring af Det Rådgivende Udvalg for Offentlige Aftaler, og

ud fra følgende betragtninger:

I. SAGSFREMSTILLING

(1) Den 19. juni 2008 indgav det svenske postvæsen en anmodning pr. e-mail til Kommissionen i henhold til artikel 30, stk. 5, i direktiv 2004/17/EF. I henhold til artikel 30, stk. 5, første afsnit, informerede Kommissionen de svenske myndigheder herom pr. brev af 25. juni 2008, som de svenske myndigheder efter en anmodning om fristforlængelse besvarede pr. e-mail af 2. september 2008. Kommissionen anmodede ligeledes det svenske postvæsen om yderligere oplysninger pr. e-mail af 30. juli 2008, og disse oplysninger blev fremsendt af det svenske postvæsen pr. e-mail af 15. august 2008.

(2) Anmodningen fra det svenske postvæsen vedrører visse posttjenester samt visse andre tjenester end posttjenester i Sverige. Følgende tjenester er anført i anmodningen:

a) Adresserede A-postforsendelser (forbruger til forbruger (C2C), forbruger til virksomhed (C2B), virksomhed til virksomhed (B2B) og virksomhed til forbruger (B2C)), både indland og udland. Denne kategori omfatter ligeledes prioriteret distribution af aviser og ekspresposttjenester.

b) B-postforsendelser, herunder det såkaldte »e-brev«, ikke-prioriteret distribution af aviser og adresserede reklameforsendelser. E-brevet er en tjeneste, hvor kunden afleverer sit materiale på et edb-medie, som efterfølgende via en trykkeri- og konvolutteringstjeneste konverteres til fysiske breve, der leveres med en posttjeneste. Inden for denne kategori af tjenester sondres der yderligere mellem forskellige typer afhængig af håndtering og pris. Der er således en grundlæggende forskel mellem stykpost og sorterede masseforsendelser (også kaldet forudsorert massepost). For sidstnævnte kategori sondres der ligeledes afhængig af det geografiske område, hvor tjenesten leveres, dvs. mellem sorterede masseforsendelser i storbyområder⁽²⁾ og sorterede masseforsendelser uden for storbyområder. En særlig relevant konsekvens af denne sondring er, at priserne varierer afhængig af, hvor tjenesterne leveres, og der er betydelige forskelle⁽³⁾. I forbindelse med denne beslutning tages der således udgangspunkt i følgende tre forskellige tjenester:

— B-postforsendelser generelt, dvs. alle B-postforsendelser som beskrevet ovenfor, undtagen:

⁽²⁾ Defineret som visse postnummerområder for større byer og omegn, herunder Stockholm, Göteborg, Malmø og Västerås.

⁽³⁾ Gennemsnitlig 0,40 SEK — til sammenligning kan nævnes, at prisen for et B-brev på højst 20 g (stykpost) er 4,0 SEK, og at prisen for B-breve i sorterede masseforsendelser uden for storbyområderne er på 2,84 SEK. I gennemsnit er prisen i storbyområderne 16,39 % lavere for B-breve i sorterede masseforsendelser.

⁽¹⁾ EUT L 134 af 30.4.2004, s. 1.

- sorterede B-post-masseforsendelser i storbyområder. og
- sorterede B-post-masseforsendelser uden for storbyområder.
- c) Uadresserede reklameforsendelser.
- d) Indenlandske B2B-standardpakketjenester.
- e) Indenlandske B2C-standardpakketjenester.
- f) Indenlandske C2C- og C2B-standardpakketjenester.
- g) Indenlandske ekspres- og kurerpakketjenester.
- h) Internationale pakketjenester (B2B, B2C, C2B, C2C), der vedrører pakker fra udlandet og pakker, der skal leveres uden for Sverige.
- i) Indenlandske palleforsendelser (også kaldet lette fragttjenester, dvs. tjenester vedrørende fragt på op til 1 000 kg).
- j) Filatelitjenester.
- k) Tredje- og fjerdepartslogistik, defineret som omfattende import, oplagring og distribution samt styring, kontrol og udvikling af kundens godsflow.
- l) Outsourcing af interne kontortjenester, hvilket beskrives således i anmodningen: »*Postservice* betyder, at en virksomheds interne posthåndteringsrutiner varetages af en ekstern aktør med henblik på at frigøre interne ressourcer og øge forretningseffektiviteten. *Postservice* er en del af markedet for outsourcing af intern kontortjeneste, der også omfatter en række andre tjenester. Dette marked er præget af et stort antal virksomheder med meget varierende tjenester. Tjenesterne tilbydes i forskellige pakker, der til tider omfatter de fleste af de tjenester, der betragtes som posttjenester, mens de andre gange blot omfatter nogle enkelte tjenester, idet der især lægges vægt på f.eks. rengøringstjenester«.
- (3) I anmodningen nævnes ligeledes en tjeneste, der består i, at postboks stilles til rådighed, idet det med rette konstateres, at dette er en accessorisk tjeneste, som skal betragtes som en del af leveringen af en adgang til postinfrastrukturen. Den kan således ikke være omfattet af en selvstændig kommissionsafgørelse i henhold til artikel 30.
- (4) Anmodningen er ledsaget af konklusionerne fra en uafhængig national myndighed, Konkurrenceverket⁽¹⁾ (Sveriges konkurrencestyrelse), hvis vigtigste bemærkninger og konklusioner er følgende: »Konkurrenceverket har ingen afgørende indvendinger mod den måde, det svenske postvæsen har afgrænset de relevante markeder (...). Billedet af en eksisterende og voksende konkurrence mod det svenske postvæsen fra nye virksomheder inden for postsektoren er korrekt, især i de mere tæt befolkede områder (...). Sverige er imidlertid tyndt befolket med store geografiske områder, inden for hvilke det i øjeblikket og sandsynligvis i den nærmeste fremtid ikke vil være kommercielt interessant for nye virksomheder at etablere sig [dvs. at levere posttjenester]. Dette betyder, at det svenske postvæsen også i fremtiden vil være den eneste markedsaktør eller i det mindste vil have en meget stærk markedsposition inden for visse områder af det svenske postmarked (...). Som konklusion er Konkurrenceverket af den opfattelse, at det svenske postvæsens anmodning i henhold til artikel 30 i forsyningsvirksomhedsdirektivet (2004/17/EF) opfylder kravene om, at der indrømmes en undtagelse for de [heri] anførte markeder (...).«

II. RETSGRUNDLAG

- (5) I henhold til artikel 30 i direktiv 2004/17/EF er kontrakter, der indgås med henblik på at muliggøre udøvelse af de aktiviteter, som direktivet finder anvendelse på, ikke underlagt direktivet, hvis den pågældende aktivitet i den medlemsstat, hvor den udøves, er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår på markeder, hvortil adgangen er fri. Om en aktivitet er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår, afgøres på grundlag af objektive kriterier under hensyntagen til den pågældende sektors særlige kendetegn. Adgangen til et marked betragtes som fri, hvis medlemsstaten har gennemført og anvender bestemmelserne i den relevante fællesskabslovgivning, som åbner en given sektor eller en del af den for konkurrence.

⁽¹⁾ Note af 28.2.2008, Dnr. 656/2007.

- (6) Eftersom Sverige har gennemført og anvender Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/67/EF af 15. december 1997 om fælles regler for udvikling af Fællesskabets indre marked for posttjenester og forbedring af disse tjenesters kvalitet ⁽¹⁾ uden at benytte muligheden for at lade en tjeneste være omfattet af eneret i henhold til artikel 7, må markedsadgangen anses for at være fri, jf. artikel 30, stk. 3, første afsnit, i direktiv 2004/17/EF. Om en aktivitet er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår bør afgøres på grundlag af en række forskellige kriterier, hvoraf intet alene er afgørende.
- (7) Hvad angår de markeder der er omfattet af denne beslutning, er hovedaktørernes markedsandel på et givet marked et af de kriterier, som bør tages i betragtning. Et andet kriterium er koncentrationsgraden på disse markeder. Da de forskellige aktiviteter, der er omfattet af denne beslutning, ikke er underlagt samme betingelser, bør der ved undersøgelsen af konkurrencesituationen tages hensyn til de forskellige forhold på de forskellige markeder.
- (8) Selv om der i visse tilfælde kunne anvendes snævrere markedsdefinitioner, er det i forbindelse med denne beslutning ikke nødvendigt at fastlægge en præcis definition af det relevante marked for så vidt angår en række af de tjenester, der er anført i det svenske postvæsens anmodning, da resultatet af analysen vil være den samme, uanset om der anvendes en snævrere eller bredere definition.
- (9) Denne beslutning indskrænker ikke anvendelsen af konkurrencereglerne.

III. VURDERING

Tjenester, som ikke er omfattet af artikel 30, stk. 1, i direktiv 2004/17/EF

Adresserede A-postforsendelser

- (10) Hvad angår adresserede A-postforsendelser havde det svenske postvæsen en stabil markedsandel på lidt over [...] % ^(*) hvert år i perioden 2005-2007, både målt i værdi og volumen ⁽²⁾. Ifølge det svenske postvæsen vil denne markedsandel ikke ændre sig ret meget, selv om den blev fordelt på hvert af de mulige segmenter (C2C, C2B, B2C, B2B, indland og udland, breve og A-postdistribution af aviser, stykpost og masseforsendelser, sorterede og usorterede forsendelser, store og små forsen-

delser, i og uden for storbyområder ...) ⁽³⁾. Det er således ikke nødvendigt i det foreliggende tilfælde at tage stilling til spørgsmålet om, hvorvidt alle disse segmenter er en del af det samme produktmarked. Ifølge det svenske postvæsen er det relevante marked, i forhold til hvilket dets markedsandele skal måles, imidlertid et større »meddelelsesmarked«, der ud over adresserede breve af alle kategorier og typer, A-post- og B-post-distribution af aviser og tidsskrifter samt adresserede reklameforsendelser omfatter »alle elektroniske alternativer til fysisk distribution af postforsendelser (...). F.eks. kan nævnes e-mail, EDI, kommunikation via websteder (med fremlæggelse af oplysninger, transaktioner osv.), forretnings-systemer (som genererer kommunikation og tjenesteplikationer, herunder e-faktureringsystemer) og telefon-tjenester (i form af SMS og MMS)«. Det svenske postvæsen ville på det således definerede marked have en »begrænset markedsandel«. Der ville ifølge det svenske postvæsen i realiteten være et konkurrencepres på grund af muligheden for at erstatte »traditionelle« papirbaserede posttjenester med elektroniske kommunikationsmidler (herunder e-mail og SMS). Det skal med hensyn til substitution bemærkes, at i henhold til EU's konkurrenceregler bør substituerbarhed vurderes blandt andet på grundlag af produktkendetegn, produkternes pris og hindringerne for, at efterspørgslen retter sig mod potentielle erstatningsprodukter. Det viser sig, at kendetegnene ved papirbaseret post og ved elektronisk kommunikation er vidt forskellige med hensyn til form, tidsforbrug og kundepræferencer. Der er ligeledes betydelige vanskeligheder ved at skifte mellem papirbaseret og elektronisk post ⁽⁴⁾. Heraf må udledes, at elektronisk kommunikation tilhører et andet produktmarked, og at den derfor ikke kan udøve et direkte konkurrencepres på det svenske postvæsens aktiviteter inden for adresserede A-postforsendelser. Desuden må det formodes, at hovedeffekten af en øget anvendelse af elektronisk post vil være, at den samlede mængde traditionel papirbaseret post bliver mindre, og ikke at konkurrencen på området bliver større ⁽⁵⁾. Det kan således ikke på grundlag af »meddelelsesmarkedet« som reference bedømmes, om sektoren er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår. Alternativt gør det svenske postvæsen gældende, at det relevante marked ville være »markedet for adresserede fysiske meddelelser«, som er et enkelt marked, der omfatter alle former og kategorier af breve (A- og B-post, ekspres og »normal«), adresserede reklameforsendelser, aviser og tidsskrifter. På det således definerede marked oplyses det, at det svenske postvæsen

⁽¹⁾ EFT L 15 af 21.1.1998, s. 14.

^(*) Fortrolig oplysning.

⁽²⁾ Målt i værdi var markedsandelene på [...] % for henholdsvis 2005, 2006 og 2007, mens de tilsvarende markedsandele målt i volumen for samme periode var på henholdsvis [...] %.

⁽³⁾ Se anmodning, punkt 3.1, punkt C, s. 25.

⁽⁴⁾ For eksempel har omkring en fjerdedel af de svenske husstande ikke internetadgang. Desuden er den andel af den svenske befolkning, der betaler sine regninger over internettet, oplyst til at være »lidt over halvdelen«, hvilket omvendt vil sige, at næsten halvdelen ikke gør det.

⁽⁵⁾ Jf. ligeledes konklusionerne i samme retning i betragtning 10 i Kommissionens beslutning 2007/564/EF af 6. august 2007 om undtagelse af visse tjenester i postsektoren i Finland, undtagen Ålandsøerne, fra anvendelsen af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2004/17/EF om samordning af fremgangsmåderne ved indgåelse af kontrakter inden for vand- og energiforsyning, transport samt posttjenester, (EUT L 215 af 18.8.2007, s. 21).

havde en markedsandel i 2007 på [...] målt i værdi og [...] målt i volumen. Ud over det forhold, at priserne er vidt forskellige for de forskellige typer tjenester, omfatter denne meget høje markedsandel forskellige markedsandele for det svenske postvæsen fra mellem [...] og [...] målt i værdi og mellem [...] og [...] målt i volumen, hvilket ikke er foreneligt med princippet om et enkelt marked. Markedet for adresserede A-postforsendelser bør derfor evalueres separat, og det svenske postvæsens markedsandele på dette marked er, medmindre der er indikatorer, der peger på det modsatte, af en sådan art, at det bør konkluderes, at tjenesten vedrørende adresserede A-postforsendelser, der undersøges i denne betragtning, ikke er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår i Sverige. Artikel 30, stk. 1, i direktiv 2004/17/EF finder derfor ikke anvendelse på kontrakter, der indgås med henblik på at muliggøre udøvelse af disse aktiviteter i Sverige.

B-postforsendelser generelt

- (11) Hvad angår B-postforsendelser generelt som defineret i betragtning 2, litra b), første led, ovenfor blev det svenske postvæsens markedsandel anslået til [...] i 2007⁽¹⁾ målt i værdi, idet den største konkurrent havde en markedsandel på de resterende [...]. I denne forbindelse henvises der til fast retspraksis⁽²⁾, ifølge hvilken »store markedsandele i sig selv, medmindre der foreligger usædvanlige omstændigheder, udgør et bevis for, at der foreligger en dominerende stilling. Dette er tilfældet med hensyn til en markedsandel på 50%«. I betragtning af det høje koncentrationsniveau [...] på dette marked og i betragtning af, at der ikke er indikatorer, der peger på det modsatte, må det konkluderes, at B-postforsendelser ikke er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår i Sverige. Artikel 30, stk. 1, i direktiv 2004/17/EF finder derfor ikke anvendelse på kontrakter, der indgås med henblik på at muliggøre udøvelse af denne aktivitet i Sverige.

Sorterede B-post-masseforsendelser uden for storbyområder

- (12) Hvad angår sorterede B-post-masseforsendelser uden for storbyområder som defineret i betragtning 2, litra b), tredje led, fremgår det af oplysningerne fra det svenske postvæsen, at »markedsandelene for de aktører, der tilbyder håndtering af masseforsendelser uden for storbyområder, ikke er målt separat, men kun som en del af al anden post til disse områder. Dette betyder, at markedsandelene for disse aktører næsten er de samme som markedsandelene for de aktører, der leverer A-post-

forsendelser, hvilket betyder, at det svenske postvæsens markedsandel er omkring [...]«. I betragtning af det høje koncentrationsniveau på dette marked og i betragtning af, at der ikke er indikatorer, der peger på det modsatte, må det konkluderes, at sorterede B-post-masseforsendelser uden for storbyområder ikke er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår i Sverige⁽³⁾. Artikel 30, stk. 1, i direktiv 2004/17/EF finder derfor ikke anvendelse på kontrakter, der indgås med henblik på at muliggøre udøvelse af denne aktivitet i Sverige.

Uadresserede reklameforsendelser

- (13) Hvad angår uadresserede reklameforsendelser, hvorved der i denne beslutning forstås uadresserede forsendelser, der har et markedsføringsformål, har det svenske postvæsen en anslået markedsandel på [...] målt i værdi, mens den største konkurrent af betydning har en markedsandel på [...] ligeledes målt i værdi. Ifølge det svenske postvæsen er det relevante marked, i forhold til hvilket dets markedsandele skal måles, imidlertid et større »reklamedistributionsmarked«, der ud over uadresserede reklameforsendelser omfatter »andre reklamedistributionskanaler, herunder avisreklamer, tv- og radioreklamer, udendørs reklamer, reklamer via internet, sponsoring osv.«. Det svenske postvæsen ville på det således definerede marked have en markedsandel på omkring [...]⁽⁴⁾. Eksistensen af et enkelt stort marked, der omfatter reklamer i forskellige medier, er dog allerede blevet undersøgt og afvist i en tidligere kommissionsbeslutning⁽⁵⁾. Det kan således ikke på grundlag af »reklamedistributionsmarkedet« som reference bedømmes, om sektoren er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår. Markedet for uadresserede reklameforsendelser bør derfor undersøges separat. I betragtning af det høje koncentrationsniveau på dette marked, af den i betragtning 11 ovenfor omhandlede faste retspraksis og af, at der ikke er indikatorer, der peger på det modsatte, må det konkluderes, at uadresserede reklameforsendelser ikke er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår i Sverige. Artikel 30, stk. 1, i direktiv 2004/17/EF finder derfor ikke anvendelse på kontrakter, der indgås med henblik på at muliggøre udøvelse af denne aktivitet i Sverige.

⁽¹⁾ 2005: [...], 2006: [...].

⁽²⁾ Jf. præmis 328 i dom afsagt af Retten i Første Instans (Tredje Afdeling) den 28.2.2002. Atlantic Container Line AB m.fl. mod Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber, sag T-395/94. Sml. 2002 II, s. 875.

⁽³⁾ Befolkningsstætheden blev ikke betragtet som en relevant faktor i forbindelse med ovennævnte beslutning 2007/564/EF vedrørende Finland, hvis befolkningsstæthed — 17,4 indbyggere pr. km² pr. 1.1.2007 — er lavere end den svenske befolkningsstæthed, som var på 22,2 indbyggere pr. km² pr. 1.1.2007.

⁽⁴⁾ Inklusive dets adresserede reklameforsendelser, der dog ifølge det svenske postvæsen i dets anmodning betragtes som værende en del af markedet for adresserede fysiske meddelelser »bl.a. under hensyntagen til den opdeling af posttjenester, der anvendes i forsyningsvirksomhedsdirektivet«.

⁽⁵⁾ Jf. punkt 11 i Kommissionens beslutning af 8.4.2005 (sag nr. IV/M.3648 — GRUNER + JAHR / MPS). De pågældende medier var reklame i tidsskrifter, tv, radio og internet. Jf. i samme retning punkt 15 i Kommissionens beslutning af 24.1.2005 (sag nr. IV/M.3579 — WPP / GREY), hvoraf det bl.a. fremgår, at det ser ud til, at de forskellige medier er komplementære og ikke substituerbare, eftersom de forskellige medier kan henvende sig til forskellige målgrupper på forskellige måder.

Indenlandske C2C og C2B-standardpakketjenester

- (14) Det svenske postvæsen er af den opfattelse, at der findes et enkelt marked kaldet »marked for terminalbehandling af stykpost« for »standardiseret distribution af pakker, pakkeforsendelser og paller i nationale, regionale eller globale transportnetværk«, fordi disse tjenester har det til fælles, at »sorteringsterminaler for håndtering af store mængder gods er en central faktor i netværkene«. Det svenske postvæsen har på det således definerede marked en markedsandel på [...%]. Det spænder imidlertid over meget forskellige markedsandele, der varierer fra [...%] målt i værdi for indenlandske eksprespakker til [...%] målt i værdi for indenlandske standardpakker for privatkunder. Dette er ikke foreneligt med princippet om et enkelt marked. Indenlandske standardpakketjenester for privatkunder bør derfor undersøges separat, da de opfylder andre behov (universel posttjeneste) i forhold til kommercielle pakker, hvor den tekniske proces ved leveringen af denne tjeneste normalt adskiller sig kraftigt fra de øvrige distributionsformer. Det svenske postvæsen har med hensyn til disse tjenester en meget stærk position med en anslået markedsandel, der har været stabil i perioden 2005-2007 på omkring [...%] målt i værdi ⁽¹⁾. Selv om denne situation meget vel kan ændre sig i de kommende år, efter at to nye konkurrenter er kommet ind på markedet i (den sidste del af) 2007, må det konkluderes, at denne tjenestekategori ikke er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår i Sverige. Artikel 30, stk. 1, i direktiv 2004/17/EF finder derfor ikke anvendelse på kontrakter, der indgås med henblik på at muliggøre udøvelse af en af disse aktiviteter i Sverige.

Outsourcing af interne kontortjenester

- (15) Der er ifølge oplysningerne fra det svenske postvæsen et enkelt marked for outsourcing af interne kontortjenester. Som anført i betragtning 2, litra l), ovenfor omfatter dette marked tjenestetyper lige fra en eller flere postrelaterede tjenester, f.eks. nærtjenester (mailroom), til rengøringstjenester. Den nøjagtige kombination af tjenester afhænger af de enkelte kunders ønsker. Bortset fra alle øvrige betragtninger om manglen på substituerbarhed mellem så forskellige tjenester som rengøringstjenester og nærtjenester (mailroom), både på udbuds- og efterspørgselsiden, kan det ikke på forhånd bestemmes, hvilke tjenester der vil blive kombineret, hvis en eller flere kunder anmoder herom. En beslutning om de retlige rammer for outsourcing af interne kontortjenester kan derfor medføre en betydelig retsikkerhed. På denne baggrund kan outsourcing af interne kontortjenester som defineret i den svenske anmodning ikke være omfattet af

⁽¹⁾ I henhold til en undersøgelse fra det svenske postvæsen, som var vedlagt anmodningen, foretager det svenske postvæsen »ingen sondring mellem de to tjenestetyper. Tjenesten leveres under samme produktnavn (Postpakket), uanset om pakken er C2C eller C2B. Det er på grund af denne tætte substituerbarhed på leveringsiden passende at betragte disse tjenester som én enkelt C2X-tjeneste«. Dette er ligeledes foreneligt med analysen af Finland i beslutning 2007/564/EF.

en afgørelse i henhold til artikel 30 i direktiv 2004/17/EF, da der ikke er tale om en enkelt kategori af tjenester.

Tjenester, som er omfattet af artikel 30, stk. 1, i direktiv 2004/17/EF*Sorterede B-post-masseforsendelser i storbyområder*

- (16) Der er som anført i betragtning 2, litra b), ovenfor et separat marked i Sverige for sorterede B-post-masseforsendelser i storbyområder. På dette marked anslås det svenske postvæsen at have haft en markedsandel på [...%] målt i værdi i 2007. I betragtning af koncentrationen på dette marked, hvor det skønnes, at den største konkurrent har opnået en markedsandel på omkring [...%] målt i værdi i 2007, peger det i retning af, at området er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår.

Indenlandske B2B-standardpakketjenester

- (17) Det svenske postvæsen skønner inden for indenlandske B2B-standardpakketjenester at have haft en markedsandel på [...%] målt i værdi i 2007. I betragtning af, at de samlede markedsandele for de to største konkurrenter med hensyn til indenlandske tjenester anslås til [...%], og at de samlede andele for de tre største konkurrenter ligger på mellem [...%] målt i værdi, kan de tre største konkurrenter ikke siges at have en ubetydelig andel af markedet, og det kan konkluderes, at aktiviteten er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår.

Indenlandske B2C-standardpakketjenester

- (18) Det svenske postvæsenes markedsandel for indenlandske tjenester anslås til [...%] målt i værdi i 2007. Den største konkurrents andel, som blev anslået til [...%] målt i værdi i 2007, udgør imidlertid omkring halvdelen af det svenske postvæsenes andel, og på dette niveau kan det formodes, at denne konkurrent kan udøve et betydeligt konkurrencepres på det svenske postvæsen. Disse faktorer bør anses som en indikator for, at dette marked er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår.

Indenlandske ekspres- og kurerpakketjenester

- (19) Det svenske postvæsen havde på dette marked en andel på [...%] målt i værdi i 2007, mens den samlede markedsandel for de to største konkurrenter var på [...%]. Disse faktorer bør anses som en indikator for, at indenlandske ekspres- og kurerpakketjenester er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår.

Internationale pakketjenester

- (20) Det svenske postvæsen havde på markedet for internationale pakketjenester som defineret i betragtning 2, litra h), ovenfor en markedsandel på [...] målt i værdi i 2007, mens dets største konkurrent havde en markedsandel på et tilsvarende niveau på [...], og den samlede andel for de to største konkurrenter var på næsten det dobbelte af det svenske postvæsens, nemlig [...]. Disse faktorer bør anses som en indikator for, at markedet for internationale pakketjenester er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår.

Indenlandske palletjenester (også kaldet lette fragttjenester)

- (21) Det svenske postvæsen har på markedet for indenlandske palletjenester som defineret under betragtning 2, litra i), ovenfor en anslået markedsandel på [...]. Ifølge oplysningerne fra det svenske postvæsen »... er markedet domineret af DHL, Schenker, DSV og det svenske postvæsen, idet sidstnævnte og DSV konkurrerer om tredjepladsen. Desuden findes der både lokale og nationale transportvirksomheder, der tilbyder transport af paller. Der er omkring 14 000 virksomheder i den svenske transportsektor, og det er ikke muligt at sige, hvor mange af disse der tilbyder palletjenester i deres sortiment«. Disse faktorer bør anses som en indikator for, at dette marked er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår.

Tredje og fjerdepartslogistik

- (22) Det svenske postvæsen har på markedet for tredje- og fjerdepartslogistik som defineret i betragtning 2, litra k), ovenfor en forholdsvis ubetydelig markedsandel på under [...] med »et stort antal svenske og internationale aktører på det svenske marked, herunder DHL, Schenker, DSV og Green Cargo. Der er desuden en række virksomheder, der oprindeligt var aktive inden for rederi- og speditjonsbranchen og havde deres egne globale netværk, herunder Mærsk og Tradimus«, hvilket fremgår af oplysningerne fra det svenske postvæsen. Dette kan anses som en indikator for, at dette marked er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår.

Filatelitjenester

- (23) I forbindelse med denne beslutning defineres filatelitjenester som »salg af frimærker og hermed beslægtede produkter hovedsagelig til filatelister og i et begrænset omfang som gaver og souvenirs«. Det svenske postvæsen er ifølge de fremlagte oplysninger den største virksomhed, som løbende udgiver nye frimærker i Sverige. Andre aktører, som tilbyder nyudgivne frimærker på det

svenske filatelimarked, er lokalt etablerede svenske postoperatører og udenlandske, hovedsagelig nordiske, postoperatører. Filatelimarkedet er dog ikke begrænset til frimærker, der tilbydes af postoperatører, men det omfatter også salg af frimærker på auktion, hos frimærkeforhandlere og salg på internet gennem forskellige salgs- og auktionswebsteder. Det svenske postvæsens markedsandel for de samlede filatelitjenester i Sverige, uanset om de leveres af forhandlere eller auktionshuse, anslås til [...], idet auktionshuse har en samlet markedsandel på [...], frimærkeforhandlere en samlet markedsandel på [...], salg på internet en samlet markedsandel på [...], og andre postoperatører i Sverige en samlet markedsandel på [...]. De sammenlagte markedsandele for de tre største auktionshuse [...] er noget større end for det svenske postvæsen. Disse faktorer bør anses som en indikator for, at filatelimarkedet er direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår, både når markedet betragtes som helhed, og når der ses på frimærkehandlermarkedet og frimærkeauktionsmarkedet hver for sig.

IV. KONKLUSION

- (24) På baggrund af de faktorer, der er gennemgået i betragtning 2-23, bør betingelsen om, at den pågældende aktivitet skal være direkte undergivet almindelige konkurrencevilkår, jf. artikel 30, stk. 1, i direktiv 2004/17/EF, anses for at være opfyldt, hvad angår leveringen af følgende tjenester i Sverige:
- a) sorterede B-post-masseforsendelser i storbyområder
 - b) indenlandske B2B-standardpakketjenester
 - c) indenlandske B2C-standardpakketjenester
 - d) indenlandske ekspres- og kurerpakketjenester
 - e) indenlandske palletjenester (også kaldet lette fragttjenester)
 - f) tredje- og fjerdepartslogistik
 - g) filatelitjenester, og
 - h) internationale pakketjenester.

- (25) Da betingelsen om fri adgang til markedet må anses for at være opfyldt, bør direktiv 2004/17/EF ikke finde anvendelse, når ordregivere indgår kontrakter, hvis formål er at udøve de tjenester, der er anført i betragtning 24, litra a)-h), i Sverige, eller når der afholdes projektkonkurrencer med henblik på udøvelsen af en sådan aktivitet i Sverige.

(26) Denne beslutning bygger på den retlige og faktuelle situation i perioden fra juni til september 2008, som den fremgår af de oplysninger, som er indgivet af det svenske postvæsen og Kongeriget Sverige. Den kan ændres, hvis betydelige ændringer af de retlige og faktiske forhold medfører, at betingelserne for at anvende artikel 30, stk. 1, i direktiv 2004/17/EF ikke længere er opfyldt —

VEDTAGET FØLGENDE BESLUTNING:

Artikel 1

Direktiv 2004/17/EF finder ikke anvendelse, når ordregivere indgår kontrakter med henblik på at muliggøre levering af følgende tjenester i Sverige:

- a) sorterede B-post-masseforsendelser i storbyområder
- b) indenlandske B2B-standardpakketjenester
- c) indenlandske B2C-standardpakketjenester

- d) indenlandske ekspres- og kurerpakketjenester
- e) indenlandske palletjenester (også kaldet lette fragttjenester)
- f) tredje- og fjerdepartslogistik
- g) filatelitjenester, og
- h) internationale pakketjenester.

Artikel 2

Denne beslutning er rettet til Kongeriget Sverige.

Udfærdiget i Bruxelles, den 19. december 2008.

På Kommissionens vegne
Charlie McCREEVY
Medlem af Kommissionen