

# COMISIÓN

## DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 19 de diciembre de 2008

**por la que se exime a algunos servicios del sector postal de Suecia de la aplicación de la Directiva 2004/17/CE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la coordinación de los procedimientos de adjudicación de contratos en los sectores del agua, de la energía, de los transportes y de los servicios postales**

[notificada con el número C(2008) 8409]

(El texto en lengua sueca es el único auténtico)

(Texto pertinente a efectos del EEE)

(2009/46/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Vista la Directiva 2004/17/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 31 de marzo de 2004, sobre la coordinación de los procedimientos de adjudicación de contratos en los sectores del agua, de la energía, de los transportes y de los servicios postales <sup>(1)</sup>, y, en particular, su artículo 30, apartados 4 y 6,

Vista la solicitud presentada por Posten AB Sweden (en lo sucesivo, «Correos de Suecia») por correo electrónico de 19 de junio de 2008,

Previa consulta al Comité Consultivo de Contratos Públicos,

Considerando lo siguiente:

### I. HECHOS

- (1) Mediante correo electrónico de 19 de junio de 2008, Correos de Suecia remitió a la Comisión una solicitud con arreglo al artículo 30, apartado 5, de la Directiva 2004/17/CE. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 30, apartado 5, párrafo primero, la Comisión informó al respecto a las autoridades suecas por carta de 25 de junio de 2008, y estas respondieron a la misma, previa solicitud de una prórroga del plazo previsto al efecto, por correo electrónico de 2 de septiembre de 2008. La Comisión solicitó asimismo a Correos de Suecia información complementaria mediante correo electrónico de 30 de julio de 2008, que le fue enviada igualmente por correo electrónico de 15 de agosto de 2008.
- (2) La solicitud presentada por Correos de Suecia está relacionada con determinados servicios postales, así como con ciertos servicios distintos de los postales en ese país. Los servicios descritos en la solicitud son los siguientes:
  - a) servicios de envío de correspondencia de primera categoría con destinatario (de consumidor a consumidor, de consumidor a empresa, de empresa a empresa y de empresa a consumidor), tanto nacionales como

internacionales. Esta categoría incluye asimismo la distribución prioritaria de prensa y los servicios urgentes;

- b) servicios de envío de correspondencia no prioritaria, incluidos los denominados servicios «e-brev», la distribución de prensa no prioritaria y los servicios de publicidad directa con destinatario. El servicio «e-brev» permite al cliente remitir contenidos en soporte electrónico que, posteriormente, mediante un proceso de impresión e inserción en sobres, se transforman en cartas convencionales que se distribuyen a través de un servicio postal. Dentro de esta categoría de servicios, se establecen distinciones suplementarias en función del diferente tratamiento y de las distintas tarifas aplicadas a determinados tipos de correspondencia. Así por ejemplo, existe una diferencia fundamental entre los envíos individuales y los grandes envíos clasificados (denominados también envíos masivos preclasificados). En relación con esta última categoría, se establece además otra diferencia, dependiendo de la zona geográfica donde se ofrezcan los servicios, o sea, entre los grandes envíos clasificados correspondientes a las zonas metropolitanas <sup>(2)</sup> y los correspondientes al resto de Suecia. Esta distinción tiene una consecuencia particularmente importante, la de que los precios difieren de forma muy significativa en función del lugar de prestación de los servicios <sup>(3)</sup>. A los fines de la presente Decisión se examinarán tres tipos de servicios:

- los servicios de envío de correspondencia no prioritaria en general, es decir, todos los servicios de envío de correspondencia no prioritaria que se acaban de describir, con excepción de los siguientes:

<sup>(2)</sup> Es decir, determinadas zonas de código postal pertenecientes a las grandes ciudades y sus aglomeraciones, como por ejemplo Estocolmo, Gotenburgo, Malmö y Västerås.

<sup>(3)</sup> Como promedio, 0,40 coronas suecas (SEK). En comparación, el precio de una carta no prioritaria de hasta 20 gramos (envío individual) asciende a 4,0 SEK, y el precio de una carta no prioritaria integrada en un gran envío clasificado fuera de las zonas metropolitanas se sitúa en 2,84 SEK. Como promedio, el precio de las cartas no prioritarias integradas en grandes envíos clasificados en las zonas metropolitanas es un 16,30 % inferior.

<sup>(1)</sup> DO L 134 de 30.4.2004, p. 1.

- los grandes envíos clasificados no prioritarios en las zonas metropolitanas, y
  - los grandes envíos clasificados no prioritarios realizados en las zonas no metropolitanas de Suecia;
- c) servicios de publicidad directa sin destinatario;
- d) servicios nacionales ordinarios de paquetería de empresa a empresa;
- e) servicios nacionales ordinarios de paquetería de empresa a consumidor;
- f) servicios nacionales ordinarios de paquetería de consumidor a consumidor y de consumidor a empresa;
- g) servicios nacionales de paquetería urgente y de mensajería;
- h) servicios internacionales de paquetería de empresa a empresa, de empresa a consumidor, de consumidor a empresa y de consumidor a consumidor, es decir, servicios relacionados con paquetes procedentes del extranjero y con paquetes que deben expedirse fuera de Suecia;
- i) servicios nacionales de transporte en paletas (denominados también servicios de transporte de mercancías ligeras, es decir, relacionados con mercancías de unos 1 000 kg, como máximo);
- j) servicios filatélicos;
- k) servicios logísticos prestados por terceros y cuartos, que abarcan la importación, el almacenamiento, la distribución así como la gestión, el control y el desarrollo del flujo de mercancías del cliente;
- l) subcontratación de servicios internos de oficina. En la solicitud, este servicio se describe de la siguiente forma: «el denominado "Postservice" consiste en encomendar las tareas habituales de gestión del correo interno de una empresa a un operador externo, lo que permite liberar recursos internos de la empresa e intensificar su eficacia. "Postservice" se integra en el mercado de subcontratación de los servicios internos

de oficina, que engloba además otra serie de servicios. En este mercado operan numerosas empresas y los servicios que prestan pueden variar. Los servicios prestados se agrupan de forma diferente: en algunos casos, incluyen la mayoría de los servicios que suelen constituir un servicio postal y, en otros, abarcan únicamente algunos de estos servicios, otorgándose mayor importancia, por ejemplo, a servicios de limpieza.»

- (3) La solicitud menciona asimismo un servicio consistente en la puesta a disposición de buzones, pero concluye, acertadamente, que se trata de un servicio auxiliar que debería considerarse integrado en los servicios de acceso a la infraestructura postal. Por lo tanto, no puede ser objeto de una decisión autónoma en aplicación del artículo 30.
- (4) La solicitud va acompañada de un escrito de una autoridad nacional independiente, la Konkurrensverket <sup>(1)</sup> (autoridad sueca de competencia), cuyas principales observaciones y conclusiones son las siguientes: «La Konkurrensverket no plantea ninguna objeción de peso a la delimitación de los mercados de referencia llevada a cabo por [Correos de Suecia] (...). La situación que se describe, según la cual Correos de Suecia está sujeta a una competencia cada vez mayor por parte de nuevas empresas surgidas en el sector postal, es muy cierta, en particular, en las zonas con mayor densidad de población (...). Sin embargo, Suecia es un país poco poblado con vastas zonas geográficas en las que las nuevas compañías no tienen, hoy por hoy, ningún interés comercial en implantarse [es decir, en prestar servicios postales] ni lo tendrán probablemente en un futuro próximo. Ello significa que, también de cara al futuro, [Correos de Suecia] se mantendrá como único operador en el mercado o, al menos, gozará de una posición muy fuerte en determinados segmentos del mercado postal sueco (...). En conclusión, Konkurrensverket considera que la solicitud efectuada por [Correos de Suecia] en virtud del artículo 30 de la Directiva 2004/27/CE, reúne los requisitos necesarios para que le sea concedida una exención en relación con los mercados mencionados [en dicha solicitud](...).»

## II. MARCO JURÍDICO

- (5) El artículo 30 de la Directiva 2004/17/CE dispone que esta no se aplicará a los contratos destinados a hacer posible la prestación de una de las actividades contempladas en la Directiva, siempre que en el Estado miembro en que se efectúe dicha actividad, esta esté sometida directamente a la competencia en mercados cuyo acceso no esté limitado. La exposición directa a la competencia se determina sobre la base de criterios objetivos, teniendo en cuenta las características específicas del sector en cuestión. Se considera que el acceso a un mercado no está limitado cuando el Estado miembro ha transpuesto y aplicado las disposiciones de la legislación comunitaria pertinente que liberalizan un sector determinado o parte de este.

<sup>(1)</sup> Nota de 28.2.2008, Doc. n° 656/2007.

- (6) De acuerdo con el artículo 30, apartado 3, párrafo primero, de la Directiva 2004/17/CE, dado que Suecia ha incorporado a su legislación nacional y ha aplicado la Directiva 97/67/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de diciembre de 1997, relativa a las normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales de la Comunidad y la mejora de la calidad del servicio<sup>(1)</sup>, sin acogerse a la posibilidad de reservar alguno de los servicios de conformidad con su artículo 7, debe considerarse que el acceso al mercado no está limitado. La sujeción directa a la competencia en un determinado mercado tiene que evaluarse sobre la base de varios criterios, ninguno de los cuales es, por sí mismo, decisivo.
- (7) Por lo que se refiere a los mercados objeto de la presente Decisión, un criterio que ha de tenerse en cuenta es la cuota de mercado que los principales operadores poseen en ellos. Otro criterio es el grado de concentración de esos mercados. Dado que cada una de las actividades contempladas en esta Decisión se desarrolla en condiciones distintas, el análisis de la competencia ha de tomar en consideración la diversidad de situaciones de los diferentes mercados.
- (8) En el caso de algunos de los servicios indicados en la solicitud presentada por Correos de Suecia, y aunque en otros casos puedan contemplarse definiciones del mercado más precisas, la definición concreta del mercado de referencia puede dejarse abierta a los efectos de la presente Decisión en la medida en que el resultado del análisis es el mismo independientemente de que se base en una definición restringida o en una definición más amplia.
- (9) La presente Decisión no afecta a la aplicación de las normas de competencia.

### III. EVALUACIÓN

#### Servicios a los que no es aplicable el artículo 30, apartado 1, de la Directiva 2004/17/CE

*Servicios de envío de correspondencia de primera categoría con destinatario*

- (10) Por lo que respecta a este tipo de servicios, la cuota de mercado de Correos de Suecia se ha mantenido estable entre 2005 y 2007, a un nivel ligeramente superior al [... %] (\*), tanto en valor como en volumen<sup>(2)</sup>. Según esta empresa, el nivel de su cuota de mercado no variaría de forma significativa ni siquiera tomando por separado cada uno de los posibles segmentos existentes (de consumidor a consumidor, de consumidor a empresa, de empresa a consumidor y de empresa a empresa, envíos nacionales e internacionales, correspondencia y prensa de primera categoría, envíos independientes y grandes envíos, envíos clasificados y no clasificados, envíos grandes y pequeños, zona metropolitana y resto de Suecia ...) <sup>(3)</sup>. Por consiguiente, en el presente caso, la cuestión de si todos estos segmentos pertenecen o no al mismo

mercado de productos puede dejarse abierta. No obstante, en opinión de Correos de Suecia, el mercado de referencia con respecto al cual debería evaluarse su posición de mercado, es un «mercado de mensajes» más amplio que, además de la correspondencia con destinatario de todo tipo y categoría, los diarios y publicaciones periódicas prioritarios y no prioritarios, y la publicidad directa con destinatario, abarcaría «todas las alternativas electrónicas a la distribución física de envíos postales (...). Así, por ejemplo, quedarían incluidos los correos electrónicos, el intercambio electrónico de datos, la comunicación a través de las páginas de Internet (con comunicación de información, ejecución de transacciones, etc.), los sistemas de empresa (que generan aplicaciones de comunicación y servicio, como por ejemplo los sistemas de facturación electrónica) y los servicios de telefonía (en forma de mensajes SMS y MMS)». En un mercado que se ajustara a esta definición, Correos de Suecia tendría «una cuota de mercado limitada». Según esta empresa, se ejercería, en efecto, una presión competitiva derivada de la posibilidad de sustituir los servicios de correspondencia «tradicionales» en papel por medios de comunicación electrónica (como los mensajes electrónicos o los mensajes SMS). Por lo que se refiere a la posibilidad de sustitución, debe observarse que, de acuerdo con las normas de competencia comunitarias, la calidad de sustituible debe analizarse atendiendo, entre otros factores, a las características del producto, al precio de este y a los obstáculos que plantea el desplazamiento de la demanda hacia sustitutos potenciales. Parece que las características del correo en soporte papel y de las comunicaciones electrónicas difieren considerablemente, tanto por lo que se refiere a la forma de comunicación como al tiempo que lleva realizar dicha comunicación y a las preferencias del consumidor. Se observan asimismo importantes obstáculos a la sustitución de la correspondencia en papel por mensajes electrónicos<sup>(4)</sup>. Todo ello indica que las comunicaciones electrónicas pertenecen a otro mercado de productos y que no pueden por tanto ejercer una presión competitiva directa sobre los servicios de envío de correspondencia de primera categoría con destinatario prestados por Correos de Suecia. Podría pensarse, además, que el principal efecto del crecimiento del correo electrónico es reducir significativamente el tamaño global del mercado del correo en papel, no generar competencia en él<sup>(5)</sup>. Así pues, no es posible evaluar si hay sujeción directa a la competencia tomando como mercado de referencia el «mercado de mensajes». En su defecto, Correos de Suecia aduce que el mercado de referencia sería el «mercado de mensajes físicos con destinatario», o sea, un mercado único que cubriría todas las formas y categorías de correspondencia (prioritaria y no prioritaria, urgente y «ordinaria»), la publicidad directa

<sup>(1)</sup> DO L 15 de 21.1.1998, p. 14.

(\*) Información confidencial.

<sup>(2)</sup> En términos de valor, las cuotas de mercado fueron del [... %] para 2005, 2006 y 2007, respectivamente, mientras que las cuotas de mercado correspondientes medidas en volumen alcanzaron respectivamente para los mismos años el [... %].

<sup>(3)</sup> Véase la solicitud, apartado 3.1, C, p. 25-26.

<sup>(4)</sup> Por ejemplo, aproximadamente la cuarta parte de los hogares suecos no están conectados a Internet. Por otro lado, el porcentaje de suecos que pagan sus facturas a través de Internet se evalúa en «algo más de la mitad», lo que, a la inversa, significa que «algo menos de la mitad» de la población no recurre a este sistema.

<sup>(5)</sup> Véase asimismo la conclusión en este mismo sentido que figura en el considerando 10 de la Decisión 2007/564/CE de la Comisión, de 6 de agosto de 2007, por la que se excluyen algunos servicios del sector postal de Finlandia, salvo las islas Åland, de la aplicación de la Directiva 2004/17/CE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la coordinación de los procedimientos de adjudicación de contratos en los sectores del agua, de la energía, de los transportes y de los servicios postales (DO L 215 de 18.8.2007, p. 21).

con destinatario, los diarios y las publicaciones periódicas. En un mercado que se atuviera a esa definición, la cuota de mercado de Correos de Suecia para 2007 se estima en un [...] % en valor y en un [...] % en volumen. Dejando al margen el hecho de que las condiciones de tarificación varían significativamente según los diferentes tipos de servicios prestados, esta cuota de mercado tan elevada abarca toda una serie de cuotas de mercado de Correos de Suecia que oscilan entre el [...] % y el [...] % en valor y entre el [...] % y el [...] % en volumen, lo que no resulta compatible con la existencia de un mercado único. Por consiguiente, el mercado de envío de correspondencia de primera categoría con destinatario debe evaluarse por separado, y las cuotas de Correos de Suecia en el mismo son de tal magnitud que, a falta de pruebas que demuestren lo contrario, cabe concluir que, en Suecia, los servicios relacionados con ese tipo de correspondencia examinados en el presente considerando no están sujetos directamente a la competencia. Por lo tanto, el artículo 30, apartado 1, de la Directiva 2004/17/CE no se aplica a los contratos destinados a hacer posible la prestación de estos servicios en Suecia.

*Servicios de envío de correspondencia no prioritaria en general*

- (11) Por lo que respecta a los servicios de envío de correspondencia no prioritaria en general que se definen en el considerando 2, letra b), primer guión, Correos de Suecia contaba en 2007 <sup>(1)</sup> con una cuota de mercado estimada del [...] % en valor, mientras que su competidor más importante controlaba el [...] % restante. En este contexto <sup>(2)</sup>, convendría recordar la jurisprudencia reiterada del Tribunal, según la cual, «cuotas de mercado muy elevadas constituyen por sí mismas, y salvo circunstancias excepcionales, la prueba de la existencia de una posición dominante. Así ocurre con una cuota de mercado del 50 %». Teniendo en cuenta el alto nivel de concentración de este mercado ([...] %) y a falta de otros indicadores que prueben lo contrario, debe llegarse a la conclusión de que, en Suecia, los servicios de envío de correspondencia no prioritaria en general no están sujetos directamente a la competencia. Por lo tanto, el artículo 30, apartado 1, de la Directiva 2004/17/CE no se aplica a los contratos cuya finalidad es permitir la prestación de este servicio en Suecia.

*Grandes envíos clasificados no prioritarios realizados en las zonas no metropolitanas de Suecia*

- (12) En lo que se refiere a los grandes envíos clasificados no prioritarios realizados en las zonas no metropolitanas de Suecia, que se definen en el considerando 2, letra b), tercer guión, la información facilitada por Correos de Suecia indica que «las cuotas de mercado de los operadores que ofrecen servicios relacionados con grandes envíos fuera de las zonas metropolitanas no se evalúan por separado, sino como parte integrante del resto del correo destinado a dichas zonas. De ello se deduce que las cuotas de mercado de dichos operadores son aproximadamente las mismas que las de los operadores que prestan servicios de correspondencia de primera categoría, es decir, que Correos de

Suecia posee una cuota de mercado de aproximadamente el [...] %». Teniendo en cuenta el alto nivel de concentración de este mercado y a falta de otros indicadores que prueben lo contrario, debe llegarse a la conclusión de que, en Suecia, los grandes envíos clasificados no prioritarios realizados en las zonas no metropolitanas de Suecia no están sujetos directamente a la competencia <sup>(3)</sup>. Así pues, el artículo 30, apartado 1, de la Directiva 2004/17/CE no se aplica a los contratos que tienen por objeto permitir la prestación de este servicio en Suecia.

*Servicios de publicidad directa sin destinatario*

- (13) En el caso de estos servicios, que a los efectos de la presente Decisión se entienden como entregas sin destinatario equivalentes a comunicaciones publicitarias, Correos de Suecia tiene una cuota de mercado estimada del [...] % en valor, mientras que su principal competidor controla un [...] % también en valor. Sin embargo, en opinión de Correos de Suecia, el mercado de referencia con respecto al cual debe evaluarse su posición de mercado es el de «distribución de publicidad», que es más amplio y que, además de la publicidad sin destinatario, abarca otros canales de distribución de publicidad como, por ejemplo, los anuncios en la prensa y a través de radio y televisión, la publicidad exterior, la publicidad por Internet, el patrocinio, etc. En un mercado que se ajustara a esta definición, la cuota de mercado de Correos de Suecia ascendería, aproximadamente, a un [...] % <sup>(4)</sup>. No obstante, el argumento de la existencia de un único mercado global que incluye la publicidad en los distintos medios de comunicación, ya fue examinado y rechazado en una Decisión anterior de la Comisión <sup>(5)</sup>. Así pues, no es posible evaluar si hay sujeción directa a la competencia tomando como mercado de referencia el «mercado de distribución de publicidad». Por tanto, el mercado de publicidad directa sin destinatario debe evaluarse por separado. Teniendo en cuenta el alto nivel de concentración de este mercado, en virtud de la jurisprudencia reiterada del Tribunal mencionada en el considerando 11, y a falta de otros indicadores que prueben lo contrario, debe llegarse a la conclusión de que, en Suecia, los servicios de publicidad directa sin destinatario no están sujetos directamente a competencia. Por consiguiente, el artículo 30, apartado 1, de la Directiva 2004/17/CE no se aplica a los contratos destinados a posibilitar la prestación de este servicio en Suecia.

<sup>(1)</sup> 2005: [... %], 2006: [... %].

<sup>(2)</sup> Véase el apartado 328 de la Sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Tercera) de 28 de febrero de 2002. Atlantic Container Line AB y otros contra Comisión de las Comunidades Europeas. Asunto T-395/94. Informes del Tribunal de Justicia 2002, p. II-00875.

<sup>(3)</sup> A la hora de adoptar la Decisión 2007/564/CE ya mencionada no se consideró que la densidad de población fuese un factor relevante en el caso de Finlandia. La densidad de población de ese país que, a 1 de enero de 2007, era de 17,4 habitantes por km<sup>2</sup> es inferior a la de Suecia, que en esa misma fecha se situaba en 22,2 habitantes por km<sup>2</sup>.

<sup>(4)</sup> Lo que incluye la publicidad directa con destinatario, pese a que Correos de Suecia la considera en su solicitud parte integrante del mercado de mensajes físicos con destinatario, «habida cuenta, entre otras cosas, de la división de los servicios postales efectuada en la Directiva sobre servicios públicos».

<sup>(5)</sup> Véase el apartado 11 de la Decisión de la Comisión de 8 de abril de 2005 (Asunto n.º IV/M.3648 — GRUNER + JAHR / MPS). Los medios a través de los cuales se efectuaba la publicidad eran la prensa, la radio y la televisión e Internet. Véase asimismo en este sentido el apartado 15 de la Decisión de la Comisión de 24 de enero de 2005 (Asunto n.º IV/M.3579 — WPP / GREY), en el que se señala entre otras cosas que los diversos medios de comunicación son complementarios y no intercambiables, pues distintos medios pueden dirigirse a distintas audiencias de distintas formas («it rather appears that different media types are complementary rather than interchangeable, since different media can address different audiences in different ways»).

*Servicios nacionales ordinarios de paquetería de consumidor a consumidor y de consumidor a empresa*

- (14) Correos de Suecia considera que existe un único mercado «de mercancías generales objeto de tratamiento por la oficina de clasificación» para «la distribución normalizada de paquetes, el envío de paquetes y de paletas a través de las redes nacionales, regionales o mundiales de transporte», dado que dichas actividades tienen, en principio, un común denominador, a saber, «el papel central que desempeñan dentro de estas redes las oficinas de clasificación en el tratamiento de grandes volúmenes de mercancías». En un mercado que se ajustara a esta definición, Correos de Suecia contaría con una cuota de mercado comprendida entre el [...] % y el [...] %. Ahora bien, este porcentaje abarca cuotas de mercado muy diferentes, que van desde el [...] % en valor de los servicios nacionales de paquetería urgente, hasta el [...] % en valor de los servicios nacionales ordinarios de paquetería dirigidos a los consumidores. Tales divergencias no son compatibles con un mercado único. Así pues, los servicios nacionales ordinarios de paquetería dirigidos a los consumidores deben examinarse por separado, en la medida en que responden a distintas necesidades de la demanda (servicio postal universal) frente a la paquetería comercial, sector en el cual el proceso tecnológico de prestación del servicio suele diferir notablemente. Con respecto a estos servicios, Correos de Suecia mantiene una posición bastante importante con una cuota de mercado estimada que ha permanecido estable a lo largo del período 2005-2007 y que se sitúa entre el [...] % y el [...] % en valor<sup>(1)</sup>. Aunque la situación descrita puede cambiar en los próximos años como consecuencia de la entrada en el mercado de dos nuevos competidores a finales de 2007, cabe concluir que, en Suecia, esta categoría de servicios no está sujeta directamente a la competencia. Por lo tanto, el artículo 30, apartado 1, de la Directiva 2004/17/CE no se aplica a los contratos cuya finalidad es permitir la prestación de estos servicios en Suecia.

*Subcontratación de servicios internos de oficina*

- (15) De acuerdo con la información comunicada por Correos de Suecia existe un único mercado de subcontratación de servicios internos de oficina. Como ya se ha explicado en el considerando 2, letra l), dicho mercado abarcaría diferentes tipos de servicios que irían desde uno o más servicios relacionados con la correspondencia, como por ejemplo los servicios de gestión del correo, hasta los servicios de limpieza. La combinación concreta de servicios prestados se ajusta a la demanda de cada cliente. Al margen de otras consideraciones, como las relacionadas con la falta de sustituibilidad de servicios tan diferentes como los servicios de limpieza y los servicios de gestión del correo, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda, no se puede prever con antelación cuáles son los servicios que van a combinarse en caso de

que uno o más clientes lo soliciten. Por lo tanto, la decisión respecto de cuál es el régimen jurídico aplicable a la subcontratación de servicios internos de oficina llevaría aparejada una gran incertidumbre jurídica. En estas circunstancias, la subcontratación de los servicios internos de que se definen en la notificación sueca no puede ser objeto de una decisión enmarcada en el artículo 30 de la Directiva 2004/17/CE como si se trataran de una categoría individual de servicios.

**Servicios a los que es aplicable el artículo 30, apartado 1, de la Directiva 2004/17/CE**

*Grandes envíos clasificados no prioritarios en zonas metropolitanas*

- (16) Tal como se describe en el considerando 2, letra b), en Suecia, existe un mercado independiente en relación con los grandes envíos clasificados no prioritarios en zonas metropolitanas. En este mercado, la cuota estimada de Correos de Suecia se elevó en 2007 al [...] %, en valor. Dado el grado de concentración que presenta aquí el mercado, en el que el principal competidor poseía una cuota de alrededor del [...] % en 2007, estos factores parecen indicar una situación de sujeción directa a la competencia.

*Servicios nacionales ordinarios de paquetería de empresa a empresa*

- (17) Por lo que respecta a los servicios nacionales ordinarios de paquetería de empresa a empresa, la cuota de mercado de Correos de Suecia se situó en 2007 entre el [...] % y el [...] % en valor. Habida cuenta de que las cuotas de mercado agregadas estimadas de los dos mayores competidores en relación con los servicios nacionales se sitúa entre el [...] % y el [...] % y de que la cuota de mercado agregada de los tres competidores más importantes oscila entre el [...] % y el [...] % en valor, la cuota de mercado de estos tres competidores no parece irrelevante y se concluye, por tanto, que esta actividad está sujeta directamente a la competencia.

*Servicios nacionales ordinarios de paquetería de empresa a consumidor*

- (18) La cuota de mercado de Correos de Suecia en relación con los servicios nacionales se situó en 2007 entre el [...] % y el [...] % en valor. No obstante, en 2007, la cuota de mercado de su competidor más importante osciló entre el [...] % y el [...] % en valor, es decir, casi la mitad de la suya. En estas condiciones, se considera que el competidor es capaz de ejercer una presión competitiva importante sobre Correos de Suecia. Estos datos deben considerarse, por tanto, indicadores de una sujeción directa a la competencia.

*Servicios nacionales de paquetería urgente y de mensajería*

- (19) En este mercado, Correos de Suecia mantuvo en 2007 una cuota de mercado en valor situada entre el [...] % y el [...] %, mientras que la cuota de mercado agregada de sus dos mayores competidores osciló entre el [...] % y el [...] %. Estos datos parecen indicar una sujeción directa a la competencia en el ámbito de los servicios nacionales de paquetería urgente y de mensajería.

<sup>(1)</sup> Según un estudio facilitado por Correos de Suecia y que acompaña a su solicitud, esta empresa «de hecho no establece distinción alguna entre ambos tipos de servicio. El servicio se presta bajo la misma denominación de producto (Postpaket) con independencia de que el paquete corresponda a un envío de consumidor a consumidor o de consumidor a empresa. Habida cuenta de esta posibilidad de sustitución por el lado de la oferta, resulta oportuno tratar esos servicios como un único servicio prestado al consumidor». Este análisis se halla asimismo en consonancia con el aplicado en la Decisión 2007/564/CE, en relación a Finlandia.

*Servicios internacionales de paquetería*

- (20) En el mercado de servicios internacionales de paquetería definido en el considerando 2, letra h), la cuota de mercado de Correos de Suecia se situó en 2007 entre el [...] % y el [...] %, mientras que su principal competidor obtuvo un nivel comparable, entre el [...] % y el [...] %, y la cuota agregada de los dos mayores competidores duplicó casi la de Correos de Suecia, situándose entre el [...] % y el [...] %. Estos datos parecen indicar una sujeción directa a la competencia en el ámbito de los servicios internacionales de paquetería.

*Servicios nacionales de transporte en paletas (también denominados servicios de transporte de mercancías ligeras)*

- (21) En el mercado de servicios nacionales de transporte en paletas definidos en el considerando 2, letra i), Correos de Suecia posee una cuota de mercado estimada de entre un [...] % y un [...] %. De acuerdo con la información facilitada por esta empresa, «(...) el mercado está dominado por DHL, Schenker, DSV y [Correos de Suecia], compitiendo [Correos de Suecia] y DSV por el tercer lugar. Además, existen empresas de transporte locales y nacionales que ofrecen servicios de transporte en paletas. Dado que en Suecia hay más de 14 000 empresas que operan en el sector del transporte, no es posible determinar cuántas de entre ellas ofrecen el transporte de paletas entre su gama de servicios.». Estos datos parecen indicar una sujeción directa a la competencia en este ámbito.

*Servicios logísticos prestados por terceros y cuartos*

- (22) En el mercado de servicios logísticos prestados por terceros cuartos definido en el considerando 2, letra k), Correos de Suecia posee una cuota bastante irrelevante estimada en menos del [...] %, al tiempo que en el mercado sueco desarrollan su actividad un número significativo de operadores suecos e internacionales, como por ejemplo, DHL, Schenker, DSV y Green Cargo. Por otro lado y según la información comunicada por Correos de Suecia, también se hallan activas en este mercado empresas que inicialmente operaban en el sector del transporte y de la expedición de carga con sus propias redes mundiales, como Maersk y Tradimus. Este dato es indicativo de una sujeción directa a la competencia.

*Servicios filatélicos*

- (23) A efectos de la presente Decisión, por servicios filatélicos se entienden «las ventas de sellos y productos afines principalmente a coleccionistas y, de forma más limitada, a personas que los adquieren para regalo o como recuerdo». Según la información suministrada, Correos de Suecia es la mayor empresa dedicada a la emisión permanente de sellos nuevos en ese país. También ofrecen sellos de nueva emisión en el mercado filatélico sueco otros operadores postales nacionales de implantación local y otros operadores postales extranjeros, nórdicos en su mayor parte. No obstante, el mercado filatélico no se

limita a la emisión de sellos por los operadores postales sino que abarca asimismo la venta de sellos por las casas de subasta y los comerciantes especializados, y también por Internet a través de los diversos sitios de venta y subasta existentes. La cuota de mercado estimada de Correos de Suecia en el mercado global de servicios filatélicos de Suecia, independientemente de que hayan sido prestados por comerciantes o casas de subasta, se sitúa en el [...] %, las casas de subasta poseen una cuota de mercado conjunta del [...] % y los comerciantes especializados una cuota de mercado conjunta del [...] %, las ventas por Internet suponen un mercado conjunto del [...] % y los operadores postales restantes en Suecia poseen una cuota del [...] % en su conjunto. La cuota agregada estimada de las tres casas de subasta más importantes (que asciende al [...] %) es algo mayor que la de Correos de Suecia. Todos estos datos son indicativos de que los servicios filatélicos están sujetos directamente a la competencia tanto en el mercado global como en los mercados separados del comercio de sellos y de las casas de subastas.

**IV. CONCLUSIONES**

- (24) En vista de los factores examinados en los considerandos 2 a 23, la condición que establece el artículo 30, apartado 1, de la Directiva 2004/17/CE, a saber, la sujeción directa a la competencia, debe considerarse cumplida en lo que respecta a los siguientes servicios en Suecia:
- a) grandes envíos clasificados no prioritarios en zonas metropolitanas;
  - b) servicios nacionales ordinarios de paquetería de empresa a empresa;
  - c) servicios nacionales ordinarios de paquetería de empresa a consumidor;
  - d) servicios nacionales de paquetería urgente y de mensajería;
  - e) servicios nacionales de transporte en paletas (también denominados servicios de transporte de mercancías ligeras);
  - f) servicios logísticos prestados por terceros y cuartos;
  - g) servicios filatélicos, y
  - h) servicios internacionales de paquetería.
- (25) Por considerarse cumplida la condición de acceso no limitado al mercado, la Directiva 2004/17/CE no debe aplicarse cuando las entidades contratantes otorguen contratos destinados a posibilitar la prestación en Suecia de los servicios indicados en el Considerando 24, letras a) a h), ni cuando se organicen concursos para el ejercicio de esas actividades en Suecia.

(26) La presente Decisión se basa en la situación de hecho y de derecho existente entre los meses de junio y septiembre de 2008 según la información facilitada por Correos de Suecia y el Reino de Suecia. Podrá revisarse en caso de que, como consecuencia de cambios significativos en la situación de hecho o de derecho, dejen de cumplirse las condiciones de aplicabilidad previstas en el artículo 30, apartado 1, de la Directiva 2004/17/CE.

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

*Artículo 1*

La Directiva 2004/17/CE no se aplicará a los contratos adjudicados por las autoridades contratantes con el fin de posibilitar la prestación en Suecia de los servicios siguientes:

- a) grandes envíos clasificados no prioritarios en zonas metropolitanas;
- b) servicios nacionales ordinarios de paquetería de empresa a empresa;
- c) servicios nacionales ordinarios de paquetería de empresa a consumidor;

- d) servicios nacionales de paquetería urgente y de mensajería;
- e) servicios nacionales de transporte en paletas (también denominados servicios de transporte de mercancías ligeras);
- f) servicios logísticos prestados por terceros y cuartos;
- g) servicios filatélicos, y
- h) servicios internacionales de paquetería.

*Artículo 2*

El destinatario de la presente Decisión será el Reino de Suecia.

Hecho en Bruselas, 19 de diciembre de 2008.

*Por la Comisión*  
Charlie McCREEVY  
*Miembro de la Comisión*