

# KOMISIJA

## KOMISIJOS SPRENDIMAS

2008 m. gruodžio 19 d.

dėl Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo netaikymo kai kurioms Švedijos pašto sektoriaus paslaugoms

(pranešta dokumentu Nr. C(2008) 8409)

(Tik tekstas švedų kalba yra autentiškas)

(Tekstas svarbus EEE)

(2009/46/EB)

EUROPOS BENDRIJŲ KOMISIJA,

atsižvelgdama į Europos bendrijos steigimo sutartį,

atsižvelgdama į 2004 m. kovo 31 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo <sup>(1)</sup>, ypač jos 30 straipsnio 4 ir 6 dalis,

atsižvelgdama į „Posten AB Sweden“ (toliau – Švedijos paštas) elektroniniu paštu pateiktą 2008 m. birželio 19 d. prašymą,

pasikonsultavusi su Viešųjų sutarčių patariamuoju komitetu,

kadangi:

### I. FAKTAI

(1) 2008 m. birželio 19 d. Švedijos paštas, vadovaudamasis Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 5 dalimi, Komisijai elektroniniu paštu pateikė prašymą. Atsižvelgdama į 30 straipsnio 5 dalies pirmą pastraipą, Komisija apie tai informavo Švedijos valdžios institucijas 2008 m. birželio 25 d. laišku, į kurį Švedijos valdžios institucijos, paprašiusios atidėti galutinį terminą, atsakė elektroniniu paštu 2008 m. rugsėjo 2 d. Komisija taip pat 2008 m. liepos 30 d. elektroniniu paštu paprašė Švedijos pašto pateikti papildomos informacijos, kurią šis pateikė elektroniniu paštu 2008 m. rugpjūčio 15 d.

(2) Švedijos pašto pateiktame prašyme nurodomos kai kurios Švedijoje teikiamos pašto paslaugos, taip pat kai kurios ne pašto paslaugos. Prašyme minimos paslaugos:

a) adresuotų pirmos klasės laiškų (vartotojo–vartotojui, vartotojo įmonei, įmonės įmonei, įmonės vartotojui) paslaugos (vidaus ir tarptautinės); šiai kategorijai taip pat priklauso prioritetas laikraščių platinimas ir skubių siuntų paslaugos;

b) neprioritetinių laiškų paslaugos, įskaitant vadinamas „e-brev“ paslaugas, neprioritetinių laikraščių ir adresuoto reklaminio pašto platinimą. „E-brev“ paslauga – tai paslauga, kai klientas pateikia medžiagą elektroninėje laikmenoje, paskui medžiaga spausdinama, dedama į vokus ir išsiunčiama paštu; šios paslaugų kategorijos paslaugos toliau skirstomos pagal laiškų tvarkymo būdą ir kainą. Taigi esama esminio skirtumo tarp atskirų vienetų ir dideliais kiekiais siunčiamų siuntų (dar kitaip vadinamos „rūšiuotu dideliais kiekiais siunčiamu paštu“). Šios paskutinės kategorijos paslaugos dar skirstomos pagal geografinę vietovę, kurioje paslauga teikiama, t. y. didelių rūšiuotų siuntų miesto zonoje <sup>(2)</sup> ir didelių rūšiuotų siuntų likusioje Švedijos dalyje paslaugos. Svarbiausia, kad dėl šio skirstymo skiriasi kaina: ji skiriasi priklausomai nuo paslaugų teikimo vietos, ir skiriasi gerokai <sup>(3)</sup>. Todėl šiame sprendime bus aptariamoms trys skirtingos paslaugos:

— bendros neprioritetinių laiškų paslaugos, t. y. visos čia aprašytos neprioritetinių laiškų paslaugos, išskyrus:

<sup>(2)</sup> Apibrėžiama kaip vieno pašto kodo sritis, priklausanti didesniajam miestui ir jo apylinkėms, pavyzdžiui, Stokholmo, Geteborgo, Malmės ar Vesteroso.

<sup>(3)</sup> Vidutiniškai 0,40 SEK. Palyginimui, neprioritetinio laiško, sveriančio iki 20 g (vieno vnt.), siuntimo kaina yra 4,0 SEK, o neprioritetinių laiškų, siunčiamų didelėmis rūšiuotomis siuntomis ne mieste, siuntimo kaina yra 2,84 SEK. Neprioritetinių laiškų, siunčiamų didelėmis siuntomis, siuntimo kaina miesto zonoje yra vidutiniškai 16,39 % mažesnė.

<sup>(1)</sup> OL L 134, 2004 4 30, p. 1.

- dideles rūšiuotas neprioritetines siuntas miestų zonose,
- dideles rūšiuotas neprioritetines siuntas likusioje Švedijos dalyje, išskyrus miestų zonas;
- c) neadresuoto reklaminio pašto paslaugos;
- d) vidaus standartinių pašto siuntinių (įmonės įmonei) paslaugos;
- e) vidaus standartinių pašto siuntinių (įmonės vartotojui) paslaugos;
- f) vidaus vartotojų standartinių pašto siuntinių (vartotojo vartotojui ir vartotojo įmonei) paslaugos;
- g) vidaus greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių paslaugos;
- h) tarptautinės pašto siuntinių (įmonės įmonei, įmonės vartotojui, vartotojo įmonei, vartotojo vartotojui) paslaugos, t. y. paslaugos, susijusios su siuntiniais, išsiunčiamais ne Švedijoje, ir siuntinių pristatymu ne Švedijoje;
- i) vidaus krovinių vežimo ant padėklų (kitais vadinamos lengvųjų krovinių vežimo paslaugos, t. y. paslaugos, susijusios su krovinių, kurių svoris neviršija 1 000 kg);
- j) filatelijos paslaugos;
- k) 3-iosios ir 4-osios šalių logistikos paslaugos. Jos apibrėžiamos kaip apimančios importą, sandėliavimą ir platinimą, taip pat kliento prekių srautų administravimą, kontrolę ir valdymą;
- l) biuro vidaus paslaugų perdavimas išorės paslaugų teikėjui. Prašyme pateikiamas toks apibūdinimas: „*Postservice* reiškia, jog bendrovės vidaus pašto tvarkymo operacijos yra perduodamos išorės subjektui, siekiant atlaisvinti bendrovės vidaus išteklius ir pagerinti veiklos efektyvumą. *Postservice* yra biuro vidaus paslaugų perdavimo išorės teikėjams rinkos dalis, kuri apima nemažai kitų paslaugų. Šioje rinkoje veiklą vykdo daug bendrovių, ir jų teikiamos paslaugos skiriasi. Paslaugos siejamos skirtingai ir kartais apima daugumą paslaugų, kurios gali būti laikomos pašto paslaugomis, o kartais jų gali būti vos kelios. Pastaruoju atveju akcentuojamos, pavyzdžiui, valymo paslaugos“.
- (3) Prašyme taip pat minima paslauga, kurią sudaro pašto dėžučių tiekimas, tačiau daroma teisinga išvada, kad tai yra papildoma paslauga, kuri turėtų būti laikoma priegijos prie pašto infrastruktūros teikimo dalimi. Dėl šios priežasties vadovaujantis 30 straipsniu šiai paslaugai negali būti taikomas atskiras sprendimas.
- (4) Prie prašymo pridamos nepriklausomos nacionalinės institucijos, Konkurrensverket<sup>(1)</sup> (Švedijos konkurencijos tarnybos), išvados su šiomis pagrindinėmis pastabomis bei išvadomis: „Konkurrensverket neturi griežtų prieštaravimų dėl to, kaip (Švedijos paštas) nustatė atitinkamų rinkų ribas. (...) Esama ir didėjanti konkurencija (Švedijos paštu), kurią sudaro naujos pašto sektoriuje veikiančios bendrovės, yra apibūdinta teisingai; ypač tai taikytina tankiau apgyvendintoms sritims. (...) Vis dėlto dideli geografiniai Švedijos regionai yra retai apgyvendinti: juose šiuo metu ir, tikėtina, artimiausioje ateityje naujoms bendrovėms pradėti veiklą (t. y. teikti pašto paslaugas) nebus komerciškai patrauklu. Tai reiškia, kad (Švedijos paštas) ir ateityje liks vienintelis rinkos operatorius arba bent jau turės tvirtą poziciją rinkoje kai kuriose Švedijos pašto rinkos dalyse. (...) Apibendrinant, Konkurrensverket mano, kad [Švedijos pašto] prašymas pagal Paslaugų direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnį atitinka reikalavimus dėl direktyvos netaikymo (šioje išvadoje) paminėtoms rinkoms. (...)“

## II. TEISINĖ SISTEMA

- (5) Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnyje numatyta, kad sutartims, sudaromoms dėl vienos iš veiklos rūšių, kuriai taikoma Direktyva 2004/17/EB, direktyva netaikoma, jei valstybėje narėje, kurioje ši veikla vykdoma, tokią veiklą tiesiogiai veikia konkurencija rinkose, į kurias patekti nėra apribojimų. Tiesioginė konkurencija vertinama remiantis objektyviais kriterijais, atsižvelgiant į specifinius atitinkamo sektoriaus ypatumus. Laikoma, kad patekimas į rinką yra neribojamas, jei valstybė narė yra įgyvendinusi ir taiko atitinkamus Bendrijos teisės aktus dėl viso ar dalies sektoriaus atvėrimo.

<sup>(1)</sup> 2008 2 28 pastaba, Dnr 656/2007.

- (6) Kadangi Švedija įgyvendino ir taikė 1997 m. gruodžio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 97/67/EB dėl Bendrijos pašto paslaugų vidaus rinkos plėtros bendrųjų taisyklių ir paslaugų kokybės gerinimo <sup>(1)</sup> nesinaudodama galimybe pagal minėtos direktyvos 7 straipsnį rezervuoti bet kokias paslaugas, vadovaujantis Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 3 dalies pirmą pastraipą laikytina, kad patekti į rinką nėra apribojimų. Tiesioginis konkurencijos poveikis konkrečioje rinkoje turėtų būti vertinamas remiantis įvairiais kriterijais, kurių nė vienas *per se* nėra lemiamas.
- (7) Kalbant apie rinkas, kurioms taikomas šis sprendimas, vienas iš kriterijų, į kurį reikia atsižvelgti, yra pagrindinių rinkos dalyvių užimama atitinkamos rinkos dalis. Kitas kriterijus yra koncentracijos tose rinkose laipsnis. Kadangi skirtingų veiklos rūšių, kurioms taikomas šis sprendimas, sąlygos skiriasi, nagrinėjant konkurencinę padėtį, reikia atsižvelgti į tai, kad sąlygos skirtingose rinkose skiriasi.
- (8) Nors kai kuriais atvejais galima numatyti siauresnes rinkos apibrėžtis, šio sprendimo tikslais tiksli atitinkamos rinkos apibrėžtis Švedijos pašto pateiktame prašyme nurodytų paslaugų skaičiaus atžvilgiu gali būti palikta atvira, jei analizės rezultatas išlieka toks pat nepriklausomai nuo to, ar taikoma siauresnė ar platesnė apibrėžtis.
- (9) Šis sprendimas nepažeidžia konkurencijos taisyklių taikymo.

### III. VERTINIMAS

#### Paslaugos, kurioms netaikoma direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis

##### Adresuotų pirmos klasės laišku paslaugos

- (10) Kiekvienais metais nuo 2005 iki 2007 metų Švedijos paštas stabiliai užėmė šiek tiek daugiau kaip (...) % <sup>(\*)</sup> adresuotų pirmos klasės laišku rinkos tiek pagal vertę, tiek pagal kiekį <sup>(?)</sup>. Pasak Švedijos pašto, ši rinkos dalis labai nesiskirtų net jei kiekvienas iš galimų išskirti segmentų būtų vertinamas atskirai (vartotojo vartotojui, vartotojo įmonei, įmonės vartotojui, įmonės įmonei,

vidaus ir tarptautinės siuntos, laišakai ir pirmos klasės laikraščiai, pavieniai siuntiniai ir siuntos, rūšiuotos ir nerūšiuotos siuntos, didelės ir mažos siuntos, miestų zonose ir likusioje Švedijos dalyje (...) <sup>(?)</sup>). Taigi šiuo atveju klausimas, ar visi šie segmentai yra ar nėra to paties produkto rinkos dalis, gali būti paliktas atviras. Vis dėlto, Švedijos pašto teigimu, reikia, pagal kurią reiktų vertinti Švedijos pašto rinkos pozicijas, būtų didesnė „žinučių rinka“, kuri, be visų kategorijų ir rūšių adresuotų laišku, prioritетinių ir neprioritetinių laikraščių ir periodinių leidinių, taip pat adresuoto reklaminio pašto, apimtų „visas fizinio pašto pristatymo elektronines alternatyvas. (...) Galimi pavyzdžiai yra el. paštas, elektroninis duomenų keitimasis, komunikacija naudojantis tinklalapiais (informacijos pateikimas, sandorių atlikimas ir pan.), verslo sistemos (kuriomis skatinama komunikacija ir paslaugų programos, pavyzdžiui, el. sąskaitų išrašymo sistemos) ir telefonijos paslaugos (trumpųjų žinučių (SMS) ir vaizdo žinučių (MMS) forma)“. Taip apibrėžtoje rinkoje Švedijos paštas turėtų „ribotą rinkos dalį“. Pasak Švedijos pašto, iš tiesų turėtų būti konkurencinis spaudimas dėl galimybės pakeisti „tradicinių“ popierinių laišku paslaugas elektroninės komunikacijos priemonėmis (pvz., el. paštu ar SMS žinutėmis). Dėl pakeitimo reikia pažymėti, kad vadovaujantis EB konkurencijos taisyklėmis pakeičiamumas turėtų būti analizuojamas, *inter alia*, pagal produktų savybes, produktų kainą ir kliūtis, siejamas su paklausos prisiderinimu prie galimų pakaitinių produktų. Popierinio pašto ir elektroninės komunikacijos ypatumai labai skiriasi pagal komunikacijos formą, komunikacijai reikalingą laiką ir klientų teikiamą pirmenybę. Be to, egzistuoja didelės kliūtys popieriniam paštui pakeisti elektroniniu paštu <sup>(4)</sup>. Tai rodo, kad elektroninė komunikacija priklauso kitai produktų rinkai, todėl negali sudaryti tiesioginės konkurencijos Švedijos pašto teikiamoms adresuotų pirmos klasės laišku paslaugoms. Be to, atrodytų, kad daugiau naudojantis elektronine komunikacija turėtų itin sumažėti bendra popierinio pašto rinka, o ne atsirasti konkurencija <sup>(?)</sup>. Taigi tiesioginės konkurencijos poveikio negalima vertinti remiantis „žinučių rinka“. Todėl Švedijos paštas teigia, kad nagrinėtina rinka turėtų būti „adresuotų fizinių žinučių rinka“, t. y. viena rinka, apimanti visas laišku formas ir kategorijas (prioritetinį ir neprioritetinį, skubų ir įprastinį paštą), adresuotą reklaminį paštą, laikraščius ir periodinius leidinius. Taip apibrėžtoje rinkoje 2007 m. Švedijos pašto rinkos dalis būtų (...) % pagal vertę ir (...) % pagal kiekį. Be to, kad įvairių rūšių aptariamų paslaugų kainos labai skiriasi, ši didelė rinkos dalis apima Švedijos pašto rinkos dalis,

<sup>(3)</sup> Žr. prašymą, 3.1 punktą, C, p. 25–26.

<sup>(4)</sup> Pavyzdžiui, apie ketvirtadalis Švedijos namų ūkių neturi interneto prieigos. Be to, nurodoma, kad sąskaitas internetu moka „šiek tiek daugiau kaip pusė“ visų Švedijos gyventojų. Vadinasi, beveik pusė gyventojų to nedaro.

<sup>(5)</sup> Taip pat žr. tokią pat išvadą, pateiktą 2007 m. rugpjūčio 6 d. Komisijos sprendimo 2007/564/EB dėl Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo netaikymo kai kurioms paslaugoms pašto sektoriuje Suomijoje, išskyrus Alandų salas 10 konstatuojamojoje dalyje (OL L 215, 2007 8 18, p. 21).

<sup>(1)</sup> OL L 15, 1998 1 21, p. 14.

<sup>(\*)</sup> Konfidenciali informacija.

<sup>(?)</sup> Pagal vertę rinkos dalis buvo (...) % atitinkamai 2005, 2006 ir 2007 m., o rinkos dalis pagal kiekį – atitinkamai (...) %.

kurios svyruoja nuo (...) % iki (...) % pagal vertę ir nuo (...) % iki (...) % pagal kiekį, o tai nedera su viena bendra rinka. Todėl adresuotų pirmos klasės laišku rinka turėtų būti vertinama atskirai. Švedijos pašto rinkos dalys šioje rinkoje yra tokios, jog, nesant priešingos informacijos, darytina išvada, kad šioje konstatuojamojoje dalyje aptartoms paslaugoms, susijusioms su adresuotais pirmos klasės laiškais, Švedijoje tiesioginio konkurencijos poveikio nėra. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti vykdyti šią veiklą Švedijoje.

#### Bendros neprioritetinių laišku paslaugos

- (11) Bendrų neprioritetinių laišku paslaugų, apibrėžtų 2 konstatuojamosios dalies b punkto pirmoje įtraukoje, atžvilgiu Švedijos pašto rinkos dalis 2007 m. buvo vertinama (...) % pagal vertę<sup>(1)</sup>. Didžiausio jo konkurento rinkos dalis buvo likę (...) %. Šiomis aplinkybėmis reikėtų prisiminti nusistovėjusią teismų praktiką<sup>(2)</sup>, pagal kurią „labai didelė rinkos dalis savaime, išskyrus išimtines aplinkybes, rodo dominuojančią padėtį. Tai tokia situacija, kai rinkos dalis sudaro 50 %“. Atsižvelgiant į tokį didelį koncentracijos laipsnį (...) % šioje rinkoje ir nesant priešingos informacijos, darytina išvada, kad neprioritetinių laišku paslaugoms Švedijoje nėra tiesioginio konkurencijos poveikio. Dėl šios priežasties Direktyvos 204/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti šią veiklą Švedijoje.

#### Didelės rūšiuotos neprioritetinės siuntos Švedijos teritorijoje, išskyrus miestų zonas

- (12) Dėl didelių rūšiuotų neprioritetinių siuntų Švedijos teritorijoje, išskyrus miestų zonas, kaip apibrėžta 2 konstatuojamosios dalies b punkto trečioje įtraukoje, Švedijos paštas pateikė informaciją, kad „subjektų, teikiančių didelių siuntų ne miestų zonose siuntimo paslaugas,

rinkos dalys vertinamos ne atskirai, o kaip visos kitos korespondencijos, skirtos šioms zonoms, rinkos dalis. Tai reiškia, kad šių subjektų rinkos dalys yra apytikriai tokios pat kaip subjektų, teikiančių pirmos klasės siuntų paslaugas, rinkos dalys. Vadinas, (Švedijos pašto) rinkos dalis yra apie (...) %“. Turint omenyje tokį didelį koncentracijos laipsnį šioje rinkoje ir nesant priešingos informacijos, darytina išvada, kad didelių rūšiuotų neprioritetinių siuntų paslaugoms Švedijoje, išskyrus miestų zonas, nėra tiesioginio konkurencijos poveikio<sup>(3)</sup>. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti šią veiklą Švedijoje.

#### Neadresuoto reklaminio pašto paslaugos

- (13) Švedijos pašto užimama neadresuoto reklaminio pašto, kuris šiame sprendime suprantamas kaip neadresuoto pašto, skirto rinkodarai vykdyti, pristatymas, rinkos dalis yra apie (...) % pagal vertę, o jo didžiausio konkurento turima rinkos dalis yra (...) %, taip pat vertinant pagal vertę. Vis dėlto, Švedijos pašto teigimu, rinka, pagal kurią reikėtų vertinti Švedijos pašto rinkos pozicijas, būtų didesnė „reklamos platinimo rinka“, kuri, be neadresuoto reklaminio pašto, apimtų „kitus reklamos platinimo kanalus, pavyzdžiui, reklaminius skelbimus laikraščiuose, TV ir radijo skelbimus, lauko reklamą, reklamą internete, rėmimo veiklą ir pan.“. Taip apibrėžtoje rinkoje Švedijos rinkos dalis būtų apie (...) %<sup>(4)</sup>. Vis dėlto vienos plačios rinkos, apimančios įvairius reklamos kanalus, klausimas jau buvo nagrinėtas ir atmetas ankstesniame Komisijos sprendime<sup>(5)</sup>. Todėl remiantis „reklamos platinimo rinka“ negalima vertinti, ar yra tiesioginis konkurencijos poveikis. Neadresuoto reklaminio pašto paslaugų rinka turi būti vertinama atskirai. Turint omenyje didelį koncentracijos laipsnį šioje rinkoje ir 11 konstatuojamojoje dalyje minėtą nusistovėjusią teismų praktiką, taip pat nesant priešingos informacijos, darytina išvada, kad neadresuoto reklaminio pašto paslaugoms Švedijoje nėra tiesioginio konkurencijos poveikio. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti šią veiklą Švedijoje.

<sup>(3)</sup> Gyventojų tankumas nebuvo laikomas svarbiu veiksmu priimant minėtą Sprendimą 2007/564/EB, susijusį su Suomija, kur gyventojų tankumas 2007 m. sausio 1 d. buvo 17,4 gyventojų/km<sup>2</sup>, t. y. mažesnis už gyventojų tankumą Švedijoje, kuris 2007 m. sausio 1 d. buvo 22,2 gyventojų/km<sup>2</sup>.

<sup>(4)</sup> Įskaitant adresuotą reklaminį paštą, kurį Švedijos paštas savo prašyme laiko adresuotų fizinių žinučių rinkos dalimi, „atsižvelgiant, *inter alia*, į pašto paslaugų atskyrimą Paslaugų direktyvoje“.

<sup>(5)</sup> Žr. 2005 m. balandžio 8 d. Komisijos sprendimo (Byla Nr. IV/M.3648 – GRUNER + JAHR / MPS) 11 punktą. Nagrinėjamos platinimo priemonės buvo reklama periodiniuose leidiniuose, per televiziją, radiją ir internete. Žr. panašų 2005 m. sausio 24 d. Komisijos sprendimą (Byla Nr. IV/M.3579 – WPP / GREY) 15 punktą, kuriame *inter alia* teigiama „... atrodo, kad skirtingų rūšių priemonės greičiau papildo viena kitą, o ne yra pakeičiamos viena kita, kadangi skirtingos platinimo priemonės gali skirtingais būdais paveikti skirtingą auditoriją“.

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

<sup>(2)</sup> Žr. Pirmosios instancijos teismo (Trečiosios kolegijos) 2002 m. vasario 28 d. sprendimo 328 punktą. Atlantic Container Line AB ir kt. prieš Europos Bendrijų Komisiją. Byla T-395/94. Europos Teismo ataskaitos 2002 puslapis II-00875.



*Vartotojų standartinių pašto siuntinių paslaugos (vartotojo vartotojui, vartotojo įmonei), vidaus*

- (14) Švedijos paštas mano, kad turėtų būti viena bendra rinka – „rūšiavimo centre apdorojamų bendrųjų siuntinių rinka“, kuri būtų skirta „standartizuotam pašto siuntinių, pašto siuntų ir padėklų siuntimui nacionaliniuose, regioniniuose ar pasauliniuose vežimo tinkluose“, kadangi visas šias paslaugas jungia vienas bendras dalykas – „rūšiavimo centrai, kuriuose apdorojami dideli prekių kiekiai, yra pagrindinis šių tinklų elementas“. Taip apibrėžtoje rinkoje Švedijos pašto užimama rinkos dalis būtų nuo (...) % iki (...) %. Vis dėlto šis skaičius apima gerokai besiskiriančias rinkos dalis: nuo (...) % iki (...) % pagal vertę vidaus greitųjų pašto siuntinių rinkoje ir nuo (...) % iki (...) % pagal vertę vidaus vartotojų standartinių pašto siuntinių rinkoje. Tai nedera su viena bendra rinka. Vidaus vartotojų standartinių pašto siuntinių paslaugos dėl šios priežasties turėtų būti nagrinėjamos atskirai, kadangi jas teikiant tenkinami skirtingi paklausos poreikiai (universalioji pašto paslauga), lyginant su komerciniais siuntiniais – mat šios paslaugos tiekimui naudojami technologiniai procesai paprastai labai skiriasi. Kalbant apie šias paslaugas, Švedijos pašto pozicija yra gana tvirta, nes jo užimama rinkos dalis per laikotarpį nuo 2005 iki 2007 metų išliko stabili ir buvo apie (...) % pagal vertę<sup>(1)</sup>. Ir nors ši padėtis gali pasikeisti kitais metais dėl dviejų naujų konkurentų atėjimo į rinką – jie pradės veiklą 2007 m. (pabaigoje), darytina išvada, kad nagrinėjamos kategorijos paslaugoms Švedijoje nėra tiesioginio konkurencijos poveikio. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti šią veiklą Švedijoje.

*Biuro vidaus paslaugų perdavimas išorės paslaugų teikėjui*

- (15) Vadovaujantis Švedijos pašto pateikta informacija, turėtų būti viena bendra biuro vidaus paslaugų perdavimo išorės paslaugų teikėjams rinka. Kaip išdėstyta pirmiau pateiktame 2 konstatuojamosios dalies 1 punkte, ši rinka apimtų įvairias paslaugų rūšis: nuo vienos ar kelių paslaugų, susijusių su pašto tvarkymu, pvz., pašto siuntų srauto valdymo paslaugų, iki valymo paslaugų. Tikslus paslaugų derinys priklauso nuo konkretaus kliento poreikių. Neminint visų kitų aplinkybių, susijusių su tuo, kad labai skirtingų paslaugų (pvz., valymo paslaugos ir pašto siuntų srauto valdymo paslaugos) tiek teikiamų, tiek gaunamų, vienu kitomis pakeisti negalima, iš anksto negalima nustatyti, kurias paslaugas galima grupuoti kartu, jei vienas ar daugiau klientų jų pageidautų. Priėmus sprendimą dėl teisinio režimo, taikytino biuro vidaus paslaugų perdavimui išorės paslaugų teikėjui, atsirastų

<sup>(1)</sup> Vadovaujantis Švedijos pašto pateikta studija, kuri pridedama prie prašymo, Švedijos paštas „iš tiesų nedaro skirtumo tarp dviejų paslaugos rūšių. Nesvarbu, ar siuntinys yra vartotojo vartotojui ar vartotojo įmonei, paslauga teikiama tuo pačiu pavadinimu („Post-paket“). Atsižvelgiant į tai, kad paslaugų teikėjas gali nesunkiai šias paslaugas pakeisti viena kita, šias paslaugas tikslinga traktuoti kaip vieną paslaugą (vartotojo vartotojui ir vartotojo įmonei)“. Tai taip pat atitinka Sprendime 2007/564/EB Suomijai taikytą analizę.

didelis teisinis neapibrėžtumas. Šiomis aplinkybėmis biuro vidaus paslaugų perdavimas išorės paslaugų teikėjui, kaip apibrėžta Švedijos pašto pranešime, negali kaip atskira paslaugų kategorija būti sprendimo pagal Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnį objektas.

### **Paslaugos, kurioms taikoma Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis**

*Didelės rūšiuotos neprioritetinės siuntos miestų zonose*

- (16) Kaip nurodyta 2 konstatuojamosios dalies b punkte pirmiau, Švedijoje esama atskiros didelių rūšiuotų neprioritetinių siuntų miestų zonose rinkos. Šioje rinkoje Švedijos pašto rinkos dalis 2007 m. buvo (...) % pagal vertę. Koncentracijos laipsnis šioje rinkoje, kurioje didžiausias konkurentas 2007 m. užėmė maždaug (...) % vertinamą rinkos dalį pagal vertę, rodo, kad paslaugoms konkurencija turi tiesioginio poveikio.

*Įmonės įmonei standartinių pašto siuntinių paslaugos, vidaus*

- (17) 2007 m. Švedijos pašto užimama vidaus įmonės įmonei standartinių pašto siuntinių paslaugų rinkos dalis pagal vertę sudarė (...) %. Turint omenyje, kad bendra dviejų didžiausių konkurentų turima vidaus paslaugų rinkos dalis yra (...) %, o bendra trijų didžiausių konkurentų rinkos dalis pagal vertę yra nuo (...) iki (...) %, darytina išvada, kad trijų didžiausių konkurentų užimama rinkos dalis nėra nereikšminga, todėl veiklą tiesiogiai veikia konkurencija.

*Įmonės vartotojui standartinių pašto siuntinių paslaugos, vidaus*

- (18) 2007 m. Švedijos pašto užimama vidaus paslaugų rinkos dalis pagal vertę buvo apie (...) %. Vis dėlto turint omenyje, kad 2007 m. didžiausio Švedijos pašto konkurento užimama rinkos dalis – (...) % pagal vertę – sudaro pusę Švedijos pašto rinkos, darytina išvada, kad turėdamas tokią rinkos dalį konkurentas gali daryti didelį konkurencinį spaudimą Švedijos paštui. Tai galima laikyti požymiu, kad yra tiesioginis konkurencijos poveikis.

*Greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių paslaugos, vidaus*

- (19) Šioje rinkoje Švedijos pašto užimama rinkos dalis pagal vertę 2007 m. buvo (...) %, o bendra dviejų didžiausių konkurentų užimama rinkos dalis – (...) %. Tai reikėtų laikyti požymiu, kad yra tiesioginis konkurencijos poveikis greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių paslaugoms.

*Tarptautinės pašto siuntinių paslaugos*

- (20) Tarptautinių pašto siuntinių paslaugų, kaip apibrėžta 2 konstatuojamosios dalies h punkte, rinkoje Švedijos paštas 2007 m. pagal vertę užima (...) % rinkos dalį, o jo didžiausio konkurento užimama rinkos dalis buvo panaši ir sudarė (...) %. Bendra dviejų didžiausių Švedijos pašto konkurentų užimama rinkos dalis buvo beveik dvigubai didesnė už Švedijos pašto ir buvo (...) %. Šie skaičiai rodo, kad yra tiesioginis konkurencijos poveikis tarptautinėms pašto siuntinių paslaugoms.

*Vidaus krovinių vežimo ant padėklų paslaugos (taip pat vadinamos lengvųjų krovinių vežimo paslaugos)*

- (21) Vidaus krovinių vežimo ant padėklų, kaip apibrėžta 2 konstatuojamosios dalies i punkte, paslaugų rinkoje Švedijos pašto rinkos dalis vertinama (...) %. Pagal Švedijos pašto pateiktą informaciją „...rinkoje dominuoja DHL, Schenker, DSV ir (Švedijos paštas). (Švedijos paštas) ir DSV rinkoje varžosi dėl trečiosios vietos. Be to, yra tiek vietiniu, tiek nacionaliniu mastu veikiančių vežimo bendrovių, kurios siūlo krovinių gabenimą ant padėklų. Švedijos transporto sektoriuje veikia apie 14 000 bendrovių, ir neįmanoma tiksliai pasakyti, kiek jų siūlo gabenimo ant padėklų paslaugas“. Šie skaičiai rodo, kad minimas paslaugas tiesiogiai veikia konkurencija.

*3-iosios ir 4-osios šalių logistikos paslaugos*

- (22) 3-iosios ir 4-osios šalių logistikos, kaip apibrėžta 2 konstatuojamosios dalies k punkte, paslaugų rinkoje Švedijos pašto užimama rinkos dalis yra nedidelė, mažiau kaip (...) %. „Švedijos rinkoje veiklą vykdo daug tiek Švedijos, tiek tarptautinių bendrovių, pavyzdžiui, DHL, Schenker, DSV ir Green Cargo. Be to, yra bendrovių, pradėjusių savo veiklą krovinių gabenimo ir ekspedijavimo sektoriuje ir turinčių tinklus visame pasaulyje, pavyzdžiui, Maersk ir Tradimus“, – teigiama Švedijos pašto pateiktoje informacijoje. Tai rodo, kad minimas paslaugas tiesiogiai veikia konkurencija.

*Filatelijos paslaugos*

- (23) Šiame sprendime filatelijos paslaugos apibrėžiamos kaip „pašto ženklų ir su jais susijusių prekių pardavimas daugiausia kolekcionieriams ir mažiau – dovanų ir suvenyrų pirkėjams“. Vadovaujantis pateikta informacija, Švedijos paštas yra didžiausia bendrovė, nuolat leidžianti naujus pašto ženklus Švedijoje. Kiti subjektai, siūlantys naujai išleistus pašto ženklus Švedijos filatelijos rinkoje, yra vietiniai Švedijos pašto operatoriai ir užsienio,

daugiausia Šiaurės šalių, pašto operatoriai. Tačiau filatelijos rinka neapsiriboja pašto operatorių siūlomais pašto ženklais, bet apima ir pašto ženklų pardavimą per aukcionus, pašto ženklų pardavėjus ir pardavimą internetu per įvairius pardavimo ir aukcionų tinklalapius. Švedijos pašto bendros filatelijos paslaugų, teikiamų per tarpininkus ar aukcionus, rinkos dalis yra apie (...) %, aukcionų užimama bendra rinkos dalis sudaro (...) %, bendra pašto ženklų pardavėjų turima rinkos dalis yra (...) %, bendra pardavimo internetu rinkos dalis – (...) %, o visų kitų pašto operatorių Švedijoje užimama rinkos dalis yra (...) %. Bendra trijų didžiausių aukcionų turima rinkos dalis (... %) yra didesnė nei Švedijos pašto. Šie skaičiai rodo, kad filatelijos paslaugas tiesiogiai veikia konkurencija nepriklausomai nuo to, ar rinka vertinama kaip bendra rinka, ar kaip atskiros pašto ženklų pardavimo ir pašto ženklų pardavimo per aukcionus rinkos.

**IV. IŠVADOS**

- (24) Atsižvelgiant į 2–23 konstatuojamosiose dalyse nagrinėtus veiksnius, reikėtų laikyti, kad Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalies sąlyga dėl tiesioginio konkurencijos poveikio Švedijoje yra įvykdyta šių paslaugų atžvilgiu:
- a) didelių rūšiuotų neprioritetinių siuntų miestų zonose paslaugos;
  - b) vidaus standartinių pašto siuntinių (įmonės įmonei) paslaugos;
  - c) vidaus standartinių pašto siuntinių (įmonės vartotojui) paslaugos;
  - d) vidaus greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių paslaugos;
  - e) vidaus krovinių vežimo ant padėklų (kitaip vadinamų lengvųjų krovinių vežimo) paslaugos;
  - f) 3-iosios ir 4-osios šalių logistikos paslaugos;
  - g) filatelijos paslaugos;
  - h) tarptautinės pašto siuntinių paslaugos.

- (25) Kadangi laikoma, jog neribojamo patekimo į rinką sąlyga yra įvykdyta, Direktyva 2004/17/EB neturėtų būti taikoma, kai perkantieji subjektai sudaro sutartis, skirtas suteikti galimybę teikti paslaugas, išvardytas 24 konstatuojamosios dalies a–h punktuose, Švedijoje, taip pat rengiant projektų konkursus dėl tokios veiklos vykdymo Švedijoje.

(26) Šis sprendimas yra pagrįstas teisine ir faktine padėtimi, buvusia 2008 m. birželio–rugsėjo mėn., kuri apibūdinta Švedijos pašto ir Švedijos Karalystės pateiktoje informacijoje. Sprendimas gali būti persvarstytas, įvykus reikšmingiems teisinės ar faktinės situacijos pokyčiams, kurie reikštų, kad Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalies taikymo sąlygos nebevykdomos,

PRIĖMĖ ŠĮ SPRENDIMĄ:

*1 straipsnis*

Direktyva 2004/17/EB netaikoma perkančiųjų subjektų sudaromoms sutartims, skirtoms suteikti galimybę Švedijoje teikti šias paslaugas:

- a) didelių rūšiuotų neprioritetinių siuntų miestų zonose paslaugas;
- b) vidaus standartinių pašto siuntinių (įmonės įmonei) paslaugas;
- c) vidaus standartinių pašto siuntinių (įmonės vartotojui) paslaugas;

- d) vidaus greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių paslaugas;
- e) vidaus krovinių vežimo ant padėklų (kitai vadinamų lengvų krovinių vežimo) paslaugas;
- f) 3-iosios ir 4-osios šalių logistikos paslaugas;
- g) filatelijos paslaugas;
- h) tarptautines pašto siuntinių paslaugas.

*2 straipsnis*

Šis sprendimas yra skirtas Švedijos Karalystei.

Priimta Briuselyje, 2008 m. gruodžio 19 d.

*Komisijos vardu*  
Charlie McCREEVY  
*Komisijos narys*