

LT

LT

LT



EUROPOS KOMISIJA

Briuselis, 10.5.2010
SEK(2010) 411 galutinis

KOMISIJOS PRANEŠIMAS

Vertikaliųjų apribojimų gairės

KOMISIJOS PRANEŠIMAS

Vertikaliųjų apribojimų gairės

(Tekstas svarbus EEE)

TURINYS		Dalys	Psl.
I.	ĮŽANGA	1–7	
1.	Gairių paskirtis	1–4	
2.	101 straipsnio taikymas vertikaliesiems susitarimams	5–7	
II.	VERTIKALIEJI SUSITARIMAI, KURIE PAPRASTAI NEPATENKA Į 101 STRAIPSNIO 1 DALIES TAIKYMO SRITĮ	8–22	
1.	Nedidelės svarbos susitarimai bei mažosios ir vidutinės įmonės (MVĮ)	8–11	
2.	Atstovavimo susitarimai	12–21	
2.1.	Atstovavimo susitarimų apibrėžimas	12-17	
2.2.	101 straipsnio 1 dalies taikymas atstovavimo susitarimams	18-21	
3.	Subrangos susitarimai	22	
III.	BENDROSIOS IŠIMTIES REGLAMENTO TAIKYMAS	23–73	
1.	Bendrosios išimties reglamentu sukurtas saugus prieglobstis	23	
2.	Bendrosios išimties reglamento taikymo sritis	24–46	
2.1.	Vertikaliųjų susitarimų apibrėžtis	24-26	
2.2.	Vertikalieji konkurentų susitarimai	27-28	
2.3.	Mažmenininkų asociacijos	29-30	
2.4.	Vertikalieji susitarimai, kuriuose yra nuostatų dėl intelektinės nuosavybės teisių (INT)	31-45	
2.5.	Ryšys su kitais bendrosios išimties reglamentais	46	
3.	Pagrindiniai apribojimai pagal bendrosios išimties reglamentą	47–59	

4.	Atskiri pagrindinių pardavimo apribojimų atvejai, kuriems gali būti netaikoma 101 straipsnio 1 dalis arba kurie gali atitikti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas	60–64
5.	Neleistini apribojimai pagal bendrosios išimties reglamentą	65–69
6.	Atskyrimas	70–71
7.	Produktų, platinamų ta pačia platinimo sistema, portfelis	72–73
IV.	BENDROSIOS IŠIMTIES ATŠAUKIMAS IR BENDROSIOS IŠIMTIES REGLAMENTO NETAIKYMAS	74–85
1.	Atšaukimo procedūra	74–78
2.	Bendrosios išimties reglamento netaikymas	79–85
V.	RINKOS APIBRĖŽIMAS IR RINKOS DALIES APSKAIČIAVIMAS	86–95
1.	Komisijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo	86
2.	Atitinkama rinka 30 % rinkos dalies ribai pagal bendrosios išimties reglamentą apskaičiuoti	87–92
3.	Rinkos dalių apskaičiavimas pagal bendrosios išimties reglamentą	93–95
VI.	ĮGYVENDINIMO POLITIKA ATSKIRAIS ATVEJ AIS	96–229
1.	Analizės struktūra	96–127
1.1.	Neigiamas vertikaliųjų apribojimų poveikis	100–105
1.2.	Teigiamas vertikaliųjų apribojimų poveikis	106–109
1.3.	Analizės metodas	110–127
1.3.1.	Svarbūs pagal 101 straipsnio 1 dalį atliekamo vertinimo veiksniai	111–121
1.3.2.	Svarbūs pagal 101 straipsnio 3 dalį atliekamo vertinimo veiksniai	122–127
2.	Konkrečių vertikaliųjų apribojimų analizė	128–229
2.1.	Įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo	129–150
2.2.	Išskirtinis platinimas	151–167
2.3.	Išskirtinio vartotojo paskyrimas	168–173
2.4.	Pasirinktinis platinimas	174–188

2.5.	Franšizė	189–191
2.6.	Išskirtinis tiekimas	192–202
2.7.	Išankstinis prieigos mokestis	203–208
2.8.	Kategorijos valdymo susitarimai	209–213
2.9.	Susiejimas	214–222
2.10.	Perpardavimo kainų apribojimai	223–229

I. IŽANGA

1. Gairių paskirtis

- 1) Šiose gairėse nustatomi vertikaliųjų susitarimų vertinimo pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (toliau – Sutartis) 101 straipsni^{*} principai¹. Vertikaliųjų susitarimų apibrėžtis pateikta 2010 m. balandžio 20 d. Komisijos reglamento (ES) Nr. 330/220 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims² (toliau – bendrosios išimties reglamentas) (žr. 24–46 dalis) 1 straipsnio 1 dalies a punkte. Šios gairės neprieštaruja galimam lygiagrečiam Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 102 straipsnio (toliau – 102 straipsnis) taikymui vertikaliesiems susitarimams. Gairės sudarytos tokiu būdu:
 - II skirsnyje (8–22 dalys) aprašomi vertikalieji susitarimai, kurie paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį;
 - III skirsnyje (23–73 dalys) išaiškinamos bendrosios išimties reglamento taikymo sąlygos;
 - IV skirsnyje (74–85 dalys) aprašomi bendrosios išimties atšaukimo ir bendrosios išimties reglamento netaikymo principai;
 - V skirsnyje (86–95 dalys) pateikiamos rinkos apibrėžimo ir rinkos dalies apskaičiavimo gairės;
 - VI skirsnyje (96–229 dalys) aprašoma bendra analizės struktūra ir Komisijos įgyvendinimo politika atskirais vertikaliųjų susitarimų atvejais.
- 2) Šiose gairėse analizė taikoma ir prekėms, ir paslaugoms, nors tam tikri vertikalieji apribojimai daugiausia yra taikomi prekių platinimui. Be to, gali būti sudaryti vertikalieji susitarimai dėl tarpinių bei galutinių prekių ir paslaugų. Jei nenurodyta kitaip, gairėse pateikta analizė ir argumentai taikomi visoms prekių ir paslaugų grupėms ir visiems prekybos lygiams. Todėl sąvoka „produktai“ apima ir prekes, ir paslaugas. Sąvokos „tiekėjas“ ir „pirkėjas“ vartojamos kalbant apie visus prekybos lygius. Bendrosios išimties reglamentas ir šios gairės netaikomi susitarimams su galutiniais vartotojais, jeigu pastarieji nėra įmonės, nes 101 straipsnis taikomas tik įmonių susitarimams.
- 3) Išleisdama šias gaires, Komisija siekia padėti įmonėms pačioms įvertinti savo vertikaliuosius susitarimus pagal ES konkurencijos taisykles. Toliau šiose gairėse

* Nuo 2009 m. gruodžio 1 d. EB sutarties 81 ir 82 straipsniai tapo atitinkamai Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo („SESV“) 101 ir 102 straipsniais. Abiem atvejais šios nuostatos yra iš esmės tapačios. Prireikus šiame sprendime daromos nuorodos į SESV 101 ir 102 straipsnius turi būti suprantamos kaip nuorodos atitinkamai į EB sutarties 81 ir 82 straipsnius. SESV taip pat padaryta terminijos pakeitimų, pavyzdžiui, terminas „Bendrija“ pakeistas terminu „Sąjunga“, o terminas „bendroji rinka, – terminu „vidaus rinka“. Šiose gairėse vartojama SESV terminija.

¹ Šiomis gairėmis pakeičiamas Komisijos pranešimas „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, OL C 291, 2000 10 13, p. 1.

² OL C 102, 2010 4 23, p. 1.

nustatytų standartų negalima taikyti mechaniškai, jie turi būti taikomi tinkamai atsižvelgiant į konkrečias kiekvieno atvejo aplinkybes. Kiekvienas atvejis turi būti vertinamas pagal jo faktus.

- 4) Šios gairės neprieštarauja Bendrojo Teismo ir Europos Sąjungos Teisingumo Teismo praktikai, susijusiai su 101 straipsnio taikymu vertikaliesiems susitarimams. Komisija, remdamasi iš suinteresuotų šalių ir nacionalinių konkurencijos institucijų gauta informacija, toliau stebės bendrosios išimties reglamento bei gairių įgyvendinimą ir galės peržiūrėti šį pranešimą, atsižvelgdama į būsimus pokyčius ir atsirandančią informaciją.

2. 101 straipsnio taikymas vertikaliesiems susitarimams

- 5) 101 straipsnis taikomas vertikaliesiems susitarimams, kurie gali turėti įtakos prekybai tarp valstybių narių ir kurie trukdo, riboja arba iškraipo konkurenciją³. 101 straipsnis – tai teisinis vertikaliųjų apribojimų vertinimo pagrindas, kuriame atsižvelgiama į antikonkurencinį ir konkurenciją skatinantį poveikį. 101 straipsnio 1 dalimi draudžiami tie susitarimai, kuriais akivaizdžiai ribojama ar iškraipoma konkurencija, tuo tarpu 101 straipsnio 3 dalyje numatyta išimtis susitarimams, kurių teikiama nauda yra reikšmingesnė nei jų antikonkurencinis poveikis⁴.
- 6) Daugeliu vertikaliųjų apribojimų atveju pavojus konkurencijai gali kilti tik jei nėra pakankamos konkurencijos viename ar keliuose prekybos lygiuose, t. y. jei egzistuoja tam tikra rinkos galia tiekėjo arba pirkėjo arba abiem lygiais. Vertikalieji apribojimai paprastai yra mažiau žalingi nei horizontalieji apribojimai ir gali sudaryti esmines sąlygas veiksmingumui didinti.
- 7) 101 straipsnio tikslas – užtikrinti, kad įmonės nesinaudotų susitarimais, šiuo atveju vertikaliaisiais susitarimais, konkurencijai rinkoje riboti pakenkiant vartotojams. Vertinti vertikaliuosius apribojimus taip pat labai svarbu atsižvelgiant į platesnį tikslą siekti integruotos vidaus rinkos. Rinkos integracija didina konkurenciją Europos Sąjungoje. Įmonėms neturėtų būti leidžiama atkurti privačių kliūčių tarp valstybių narių, kuriose sėkmingai buvo pašalintos valstybinės kliūtys.

II. VERTIKALIEJI SUSITARIMAI, KURIE PAPRASTAI NEPATENKA Į 101 STRAIPSNIO 1 DALIES TAIKYMO SRITĮ

1. Nedidelės svarbos susitarimai bei mažosios ir vidutinės įmonės (MVĮ)

- 8) Susitarimai, kurie negali turėti pastebimos įtakos valstybių narių tarpusavio prekybai arba kurių tikslas ar poveikis negali pastebimai apriboti konkurencijos, nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Bendrosios išimties reglamentas taikomas tik susitarimams, kurie patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Šios gairės nedaro

³ Žr. *inter alia* 1966 m. Teisingumo Teismo sprendimą *Grundig-Consten* prieš *Komisiją* sujungtose bylose 56/64 ir 58/64, Rink. p. 299, 1966 m. birželio 30 d. Sprendimą *Technique Minière* prieš *Maschinenbau Ulm*, 56/65, Rink. p. 235, 1994 m. liepos 14 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimą *Parker Pen* prieš *Komisiją*, [1994] T-77/92, Rink. p. II 549.

⁴ Komisijos bendrąją metodiką ir 101 straipsnio 1 dalies ir visų pirma 101 straipsnio 3 dalies taikymo sąlygų aiškinimą žr. Komisijos komunikate – pranešime „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, OL C 101, 2004 4 27, p. 97.

poveikio nei Komisijos pranešimo dėl nedidelės svarbos susitarimų, kurie nežymiai riboja konkurenciją pagal Europos bendrijos steigimo sutarties 81 straipsnio 1 dalį (*de minimis*)⁵, nei bet kokio būsimos *de minimis* pranešimo taikymui.

- 9) Laikantis *de minimis* pranešime nustatytų sąlygų, susijusių su pagrindiniais apribojimais ir bendro poveikio klausimais, nekonkuruojančių įmonių, kiekvienos kurių rinkos dalis atitinkamoje rinkoje nėra didesnė kaip 15 %, vertikalieji susitarimai paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį⁶. Nedaroma prielaidos, kad įmonių, kurių rinkos dalis didesnė kaip 15 %, vertikalieji susitarimai automatiškai pažeidžia 101 straipsnio 1 dalį. Įmonių, kurių rinkos dalis didesnė kaip 15 %, susitarimai vis dar gali neturėti pastebimo poveikio valstybių narių tarpusavio prekybai arba gali pastebimai neriboti konkurencijos⁷. Tokie susitarimai turi būti vertinami atsižvelgiant į jų teisinį ir ekonominį kontekstą. Atskirų susitarimų vertinimo kriterijai išdėstyti 92–229 dalyse.
- 10) Kai yra nustatyti pagrindiniai apribojimai, apibrėžti *de minimis* pranešime, 101 straipsnio 1 dalis gali būti taikoma esant ir mažesnei kaip 15 % rinkos daliai, jeigu daromas pastebimas poveikis valstybių narių tarpusavio prekybai ir konkurencijai. Šiuo atveju atsižvelgiama į taikytiną Teisingumo Teismo ir Bendrojo Teismo praktiką⁸. Taip pat atsižvelgiama į galimą poreikį įvertinti teigiamą ir neigiamą pagrindinių apribojimų poveikį, kaip aprašyta gairių 47 dalyje.
- 11) Be to, Komisija mano, kad priklausomai nuo bendro poveikio ir pagrindinių apribojimų, mažųjų ir vidutinių įmonių vertikalieji susitarimai, kaip apibrėžta 2003 m. gegužės 6 d. Komisijos rekomendacijos dėl labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių apibrėžties⁹ priede, retai gali turėti pastebimą poveikį valstybių narių tarpusavio prekybai ar pastebimai riboti konkurenciją, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje, todėl paprastai tokie susitarimai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Tais atvejais, kai tokie susitarimai vis dėlto atitinka 101 straipsnio 1 dalies taikymo sąlygas, Komisija dėl nepakankamo Europos Sąjungos intereso paprastai nepradės procedūrų, nebent tokios įmonės kartu arba atskirai užima dominuojančią padėtį didelėje vidaus rinkos dalyje.

2. Atstovavimo susitarimai

2.1. Atstovavimo susitarimų apibrėžimas

- 12) Atstovas – tai juridinis arba fizinis asmuo, įgaliojamas kito asmens (atstovaujamojo) vardu derėtis ir (arba) sudaryti toliau nurodytas sutartis paties atstovo vardu arba atstovaujamojo vardu:

– dėl prekių arba paslaugų atstovaujajam pirkimo, arba

⁵ OL C 368, 2001 12 22, p. 13.

⁶ Konkuruojančių įmonių susitarimams „*de minimis*“ rinkos dalies riba – 10 % jų kolektyvinės rinkos dalies kiekvienoje paveiktoje atitinkamoje rinkoje.

⁷ Žr. 1995 m. birželio 8 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimą *Langnese-Iglo* prieš *Komisiją*, T-7/93, Rink. p. II-1533, 98 punktą.

⁸ Žr. 1969 m. liepos 9 d. Teisingumo Teismo sprendimą *Volk* prieš *Vervaecke*, 5/69, Rink. p. 295, 1971 m. gegužės 6 d. Sprendimą *Cadillon* prieš *Höss*, 1/71, Rink. p. 351, ir 1998 m. balandžio 28 d. Sprendimą *Javico* prieš *Yves Saint Laurent*, C-306/96, Rink. p. I-1983, 16 ir 17 punktus.

⁹ OL L 124, 2003 5 20, p. 36.

- atstovaujamojo tiekiamų prekių arba paslaugų pardavimo.
- 13) Lemiamas veiksnys apibrėžiant atstovavimo susitarimą 101 straipsnio 1 dalies taikymo tikslu yra atstovo prisiimta finansinė arba komercinė rizika, susijusi su veikla, kuriai atstovauti jį paskyrė atstovaujamas¹⁰. Šiuo aspektu vertinant nėra svarbu, ar atstovas dirba vienam, ar keliems atstovaujamesiems. Atliekant šį vertinimą taip pat nesvarbu, kaip savo susitarimus kvalifikuoja šalys ar kaip jos kvalifikuojamos nacionalinės teisės aktuose.
- 14) Yra trys finansinės ir komercinės rizikos rūšys, svarbios apibrėžiant atstovavimo susitarimus 101 straipsnio 1 dalies taikymo tikslu. Pirmą, yra sutartims būdinga rizika, tiesiogiai susijusi su atstovaujamojo vardu atstovo sudarytomis ir (arba) suderėtomis sutartimis, pavyzdžiui, sutartys dėl atsargų finansavimo. Antra, egzistuoja rizika, susijusi su rinkos investicijomis. Tai investicijos, kurių reikia tam tikros rūšies atstovo veiklai, kurią vykdyti jį paskyrė atstovaujamas, t. y. investicijos, kurių reikia, kad atstovas galėtų sudaryti ir (arba) suderėti tokios rūšies sutartį. Tokios investicijos paprastai yra prarandamos, tai reiškia, kad jei tam tikra veikla nutraukiama, jų negalima panaudoti kitai veiklai arba parduoti be didelių nuostolių. Trečia, kyla su kitomis veiklos rūšimis, pavyzdžiui, aptarnavimu po pardavimo, remonto paslaugomis arba toje pačioje produkto rinkoje vykdoma veikla, susijusi rizika, jei atstovaujamas reikalauja, kad atstovas imtųsi tokios veiklos, bet ne kaip atstovaujamojo atstovas, o pats rizikuodamas.
- 15) Taikant 101 straipsnio 1 dalį, susitarimas yra laikomas atstovavimo susitarimu, jei atstovas, atstovaujamojo vardu sudarydamas ir (arba) suderėdamas sutartis arba darydamas tam tikras rinkos investicijas, susijusias su ta veiklos sritimi, ir vykdydamas kitą veiklą, kurios reikalauja atstovaujamas toje pačioje produkto rinkoje, visai nerizikuoja arba jo rizika yra minimali. Tačiau rizika, susijusi su atstovavimo paslaugų teikimu, t. y. rizika, susijusi su atstovo pajamų priklausomybe nuo jo sėkmės darbe arba su bendromis investicijomis, pavyzdžiui, nuomojant patalpas arba samdant personalą, atliekant šį vertinimą nėra svarbi.
- 16) Taikant 101 straipsnio 1 dalį, susitarimas paprastai bus laikomas atstovavimo susitarimu, kai pagal sutartį pirktų arba parduotų prekių nuosavybė nepereina atstovui arba kai atstovas pats neteikia sutarties paslaugų, taip pat kai atstovas:
- a) neprisideda prie išlaidų, susijusių su sutarties prekių arba paslaugų teikimu ir (arba) pirkimu, įskaitant prekių pervežimo išlaidas, dengimo. Tai nereiškia, kad atstovas negali teikti transportavimo paslaugų, jeigu išlaidas dengia atstovaujamas;
 - b) savo rizika arba sąskaita nelaiko sutarties prekių atsargų, įskaitant atsargų finansavimo išlaidas ir atsargų praradimo išlaidas, ir gali gražinti neparduotas prekes atstovaujajam be išlaidų, nebent atsiranda atstovo kaltė (pvz., nesilaikė tinkamų saugumo priemonių, kad išvengtų atsargų praradimo);

¹⁰ Žr. 2005 m. rugsėjo 15 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimą *Daimler Chrysler prieš Komisiją*, T-325/01, Rink. II-3319; 2006 m. gruodžio 14 d. Teisingumo Teismo sprendimą *Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio prieš CEPSA*, C-217/05, Rink. I-11987; ir 2008 m. rugsėjo 11 d. Sprendimą *CEPSA Estaciones de Servicio SA prieš LV Tobar e Hijos SL*, C-279/06, Rink. I-6681.

- c) neprisiima atsakomybės už parduoto produkto sukeltą žalą trečiosioms šalims (produkto atsakomybė), nebent jis kaip atstovas yra atsakingas už kaltę šiuo atžvilgiu;
 - d) nėra atsakingas, jeigu pirkėjai nevykdo sutarties, išskyrus atstovo komisinių praradimą, nebent atsiranda atstovo kaltė (pvz., nesilaikė tinkamų saugumo priemonių arba apsisaugojimo nuo vagystės priemonių arba nepranešė apie vagystę atstovaujajam ar policijai, arba nepranešė atstovaujajam visos būtinos turimos informacijos apie pirkėjo finansinį patikimumą);
 - e) nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nėra įpareigotas investuoti į pardavimo skatinimą, t. y. daryti įnašus į reklamai skirtą atstovaujamojo biudžetą;
 - f) nedaro rinkos investicijų į įrangą, patalpas arba personalo mokymą, pavyzdžiui, benzino saugojimo rezervuarus, reikalingus mažmeninėje prekyboje benzinu, ar tam tikrą programinę įrangą, draudimo agentams reikalingą draudimo polisams parduoti, nebent šias sąnaudas visiškai padengia atstovaujамasis;
 - g) toje pačioje produkto rinkoje nevykdo kitos atstovaujamojo reikalaujamos veiklos, nebent už visą šią veiklą atlygina atstovaujамasis.
- 17) Tai nėra išsamus sąrašas. Tačiau kai atstovas patiria vieną ar daugiau 14, 15 ir 16 dalyse paminėtų išlaidų arba rizikos atvejį ar atvejus, atstovo ir atstovaujamojo susitarimas nebus laikomas atstovavimo susitarimu. Rizikos klausimas turi būti vertinamas kiekvienu atveju atskirai ir atsižvelgiant į tikrąją ekonominę padėtį, o ne į teisinę formą. Praktiniais sumetimais rizikos analizė gali būti pradėta nuo sutarčiai būdingos rizikos vertinimo. Jeigu atstovas patiria sutarčiai būdingą riziką, to pakanka nuspręsti, kad atstovas yra nepriklausomas platintojas. Ir priešingai, jeigu atstovas nepatiria jokios su sutartimi susijusios rizikos, bus būtina toliau tęsti analizę vertinant su rinkos investicijomis susijusią riziką. Galiausiai, jeigu atstovas nepatiria jokios su sutartimi susijusios rizikos ir su rinkos investicijomis susijusios rizikos, gali būti nagrinėjama su kitomis reikalaujamomis veiklos rūšimis susijusi rizika toje pačioje produkto rinkoje.

2.2. *101 straipsnio 1 dalies taikymas atstovavimo susitarimams*

- 18) 2.1 skirsnyje apibrėžtų atstovavimo susitarimų atveju atstovo atliekamo pardavimo arba pirkimo funkcijos sudaro dalį atstovaujamojo veiklos. Kadangi atstovaujамasis prisiima komercinę ir finansinę riziką, susijusią su sutarties prekių ir paslaugų pardavimu ir pirkimu, visi atstovui taikomi įpareigojimai, susiję su atstovaujamojo vardu sudarytomis ir (arba) suderėtomis sutartimis, nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Toliau išvardyti atstovo įpareigojimai laikomi neatskiriama atstovavimo susitarimų dalimi, nes kiekvienas iš jų susijęs su atstovaujamojo kompetencija nustatyti atstovo veiklos apimtį sutarties prekių ar paslaugų atžvilgiu, o tai svarbu, jeigu atstovaujамasis pasirengęs imtis atsakomybės, taigi ir nustatyti komercinę strategiją:
- a) teritorijos, kurioje atstovas gali parduoti šias prekes arba paslaugas, apribojimas;

- b) vartotojų, kuriems atstovas gali parduoti šias prekes arba paslaugas, apribojimas;
 - c) kainų ir sąlygų, kuriomis atstovas privalo parduoti šias prekes arba paslaugas, nustatymas.
- 19) Be pagrindinių pirkimo arba pardavimo sąlygų, kuriomis atstovas atstovaujamojo vardu perka arba parduoda sutarties prekes ar paslaugas, atstovavimo susitarimuose neretai numatomos atstovo ir atstovaujamojo tarpusavio santykių nuostatos. Visų pirma juose gali būti nuostata, pagal kurią atstovaujamojam neleidžiama paskirti kito atstovo tam tikros rūšies sandorio, pirkėjo arba teritorijos atžvilgiu (išskirtinio atstovavimo nuostata), ir (arba) nuostata, pagal kurią atstovui neleidžiama dirbti įmonių, konkuruojančių su atstovaujamoju, atstovu arba platintoju (nuostatos dėl pirkimo iš vieno tiekėjo). Kadangi atstovas yra atskira nuo atstovaujamojo įmonė, nuostatos, susijusios su atstovo ir atstovaujamojo tarpusavio santykiais, gali pažeisti 101 straipsnio 1 dalį. Išskirtinio atstovavimo nuostatos paprastai nesukelia antikonkurencinio poveikio. Tačiau nuostatos dėl pirkimo iš vieno tiekėjo, įskaitant nuostatas nekonkuruoti pasibaigus terminui, kurios susijusios su skirtingų prekės ženklų prekių konkurencija, gali pažeisti 101 straipsnio 1 dalį, jei tai sukelia arba prisideda prie (stiprėjančio) išstūmimo iš atitinkamos rinkos, kurioje yra perkamos arba parduodamos sutarties prekės ar paslaugos (žr. VI skirsnio 2.1 dalį). Tokioms nuostatoms gali būti taikomas bendrosios išimties reglamentas, visų pirma tais atvejais, kai tenkinamos to reglamento 5 straipsnio sąlygos. Atskirais atvejais jas galima pagrįsti veiksmingumu pagal 101 straipsnio 3 dalį, kaip, pavyzdžiui, aprašyta 144–148 dalyse.
- 20) Atstovavimo susitarimas taip pat gali patekti į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, net jei atstovaujamojam tenka visa susijusi finansinė ir komercinė rizika, kai tokiu susitarimu sudaroma galimybė sudaryti slaptą susitarimą. Pavyzdžiui, tai gali būti atvejis, kai keli atstovaujantieji kartu turi tuos pačius atstovus, kitiems neleisdami naudotis tų atstovų paslaugomis, arba kai jie naudojami atstovų paslaugomis, kad slapta susitartų dėl rinkodaros strategijos arba tarpusavyje pasikeistų slapta rinkos informacija.
- 21) Jeigu atstovas prisiima vieną susijusios rizikos dalį ar keletą, kaip apibūdinta 16 dalyje, atstovo ir atstovaujamojo susitarimas nelaikomas atstovavimo susitarimu taikant 101 straipsnio 1 dalį. Tokiomis aplinkybėmis atstovas bus laikomas nepriklausoma įmone, o atstovo ir atstovaujamojo susitarimui, kaip ir bet kuriam kitam vertikaliajam susitarimui, bus taikoma 101 straipsnio 1 dalis.

3. Subrangos susitarimai

- 22) Subranga yra tada, kai rangovas subrangovą aprūpina technologija arba įranga, o subrangovas tuo pagrindu išsipareigoja gaminti tam tikrus produktus (išskirtinai) rangovui. Subrangai taip pat taikomas 1978 m. gruodžio 18 d. Komisijos pranešimas dėl tam tikrų subrangos sutarčių, susijusių su EEB sutarties 85 straipsnio 1 dalimi, įvertinimo¹¹ (toliau – subrangos pranešimas). Remiantis šiuo pranešimu, kuris lieka galioti, subrangos susitarimai, pagal kuriuos subrangovas išsipareigoja gaminti tam

¹¹ OLC 1, 1979 1 3, p. 2.

tikrus produktus išskirtinai rangovui, paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, jei būtinai reikia technologijos ar įrangos, kad subrangovas galėtų gaminti produktus. Tačiau į 101 straipsnio taikymo sritį gali būti patekti kiti apribojimai, kurie nustatomi subrangovui, pvz., kaip prievolė nevykdyti tyrimų arba plėtos savo paties iniciatyva ir jais nesinaudoti, arba apskritai negaminti trečiosioms šalims¹².

III. BENDROSIOS IŠIMTIES REGLAMENTO TAIKYMAS

1. Bendrosios išimties reglamentu sukurtas saugus prieglobstis

23) Daugeliu vertikaliųjų apribojimų atvejų pavojus konkurencijai gali kilti tik jei nėra pakankamos konkurencijos viename ar keliuose prekybos lygiuose, t. y. jei egzistuoja tam tikra rinkos galia tiekėjo arba pirkėjo arba abiem lygiais. Jei jie nėra pagrindiniai konkurencijos apribojimai, t. y. apribojimai, kurių tikslas apriboti konkurenciją, bendrosios išimties reglamentu sukuriama vertikaliųjų susitarimų teisėtumo prielaida, priklausomai nuo tiekėjo ir pirkėjo rinkos dalies. Remiantis bendrosios išimties reglamento 3 straipsniu, bendrosios išimties taikymą lemia tiekėjo rinkos dalis rinkoje, kurioje jis parduoda sutarties prekes ar paslaugas, ir pirkėjo rinkos dalis rinkoje, kurioje jis perka sutarties prekes ar paslaugas. Kad būtų galima taikyti bendrąją išimtį, ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis turi neviršyti 30 %. Šių gairių V skirsnyje pateikiamos atitinkamos rinkos apibrėžimo ir rinkos dalių apskaičiavimo gairės. Jei rinkos dalis viršija 30 % ribą, prielaida, kad vertikalieji susitarimai patenka į 101 straipsnio 1 dalie taikymo sritį ir kad jie neatitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygų, nedaroma, tačiau taip pat nedaroma prielaida, kad vertikalieji susitarimai, kurie patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, dažniausiai atitiks 101 straipsnio 3 dalies sąlygas.

2. Bendrosios išimties reglamento taikymo sritis

2.1. Vertikaliųjų susitarimų apibrėžtis

24) Bendrosios išimties reglamento 1 straipsnio 1 dalies a punkte vertikalusis susitarimas apibrėžtas kaip „dviejų arba daugiau įmonių, kurių kiekviena, vykdydama susitarimo ar suderinto veiksmo sąlygas, veikia skirtingame gamybos arba platinimo grandinės lygyje, susitarimas arba suderintas veiksmas, susijęs su sąlygomis, kuriomis šalys gali pirkti, parduoti arba perparduoti tam tikras prekes arba paslaugas“.

25) 24 dalyje nurodyta vertikaliojo susitarimo apibrėžtis apima keturis pagrindinius elementus:

- a) Bendrosios išimties reglamentas taikomas susitarimams ir suderintiems veiksams. Bendrosios išimties reglamentas netaikomas vienašaliams susijusių įmonių veiksams. Tokie vienašaliai veiksmai gali patekti į 102 straipsnio, kuriame nustatytas draudimas piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi, taikymo sritį. Kad susitarimui būtų taikomas 101 straipsnis, šalims pakanka pareikšti savo bendrą ketinimą veiksmus rinkoje vykdyti tam tikru būdu. Nesvarbu, kaip ketinimas bus pareikštas, jei tik pareiškimas yra

¹² Žr. Pranešimo dėl subrangos 3 punktą.

sąžininga šalių ketinimo išraiška. Tuo atveju, jei nėra aiškaus susitarimo, kuriame būtų pareikštas bendras ketinimas, Komisija turės įrodyti, kad viena šalis pritaria kitos šalies vienašališkai politikai. Vertikaliuosiuose susitarimuose pritarimas konkrečiai vienašališkai politikai gali būti pareikštas dviem būdais. Pirma, apie pritarimą gali būti sprendžiama iš įgaliojimų, kurie suteikiami šalims iš anksto parengtame bendrame susitarime. Jei iš anksto parengto susitarimo sąlygose numatyta, kad vėliau bus taikoma tam tikra vienašališka politika, arba šalis įgaliojama taikyti tokią politiką, kuri bus privaloma kitai šaliai, tuo remiantis gali būti nustatomas kitos šalies pritarimas tokiai politikai¹³. Antra, jei nėra tokio aiškaus pritarimo, Komisija gali įrodyti, kad yra tylusis pritarimas. Tam būtina įrodyti, pirma, kad viena šalis aiškiai ar numanomai reikalauja kitos šalies bendradarbiavimo įgyvendinant jos vienašališką politiką, ir antra, kad kita šalis laikosi to reikalavimo praktiškai įgyvendindama tą vienašališką politiką¹⁴. Pavyzdžiui, jei po to, kai tiekėjas paskelbia apie vienašališką tiekiamų prekių kiekio sumažinimą, siekdamas užkirsti kelią lygiagrečiai prekybai, platintojai iš karto sumažina savo užsakymus ir nebevykdo lygiagrečios prekybos – tokiu atveju platintojai tyliauju pritarimu pritaria tiekėjo vienašališkai politikai. Tačiau tokia išvada negali būti daroma, jei platintojai toliau vykdo lygiagrečią prekybą arba ieško naujų lygiagrečios prekybos vykdymo būdų. Apie tylųjį pritarimą vertikaliesiems susitarimams gali būti sprendžiama ir iš to, kiek viena šalis verčia kitą susitarimo šalį arba šalis drauge su platintojais, kurie jau vykdo tiekėjo vienašališką politiką, taikyti tą vienašališką politiką. Pavyzdžiui, tiekėjo nustatyta stebėjimo ir nuobaudų sistema, kuria jis naudojasi skirdamas nuobaudas tiems platintojams, kurie nesilaiko jo vienašališkos politikos, rodo tylųjį pritarimą tiekėjo vienašališkai politikai, jei tokia sistema leidžia tiekėjui praktiškai įgyvendinti savo politiką. Abu šioje dalyje apibūdinti pritarimo nustatymo būdai gali būti taikomi kartu;

- b) Susitarimą arba suderintus veiksmus vykdo dvi ar daugiau įmonių. Bendrosios išimties reglamentas netaikomas vertikaliesiems susitarimams su galutiniais vartotojais, kurie nėra veikiančios įmonės. Apskritai susitarimai su galutiniais vartotojais nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, nes šis straipsnis taikomas tik įmonių susitarimams, įmonių asociacijų sprendimams ir suderintiems įmonių veiksams. Tai nepažeidžia galimybės taikyti 102 straipsnį;
- c) susitarimą arba suderintus veiksmus vykdo įmonės, kurių kiekviena, vykdydama susitarimo sąlygas, veikia skirtingame gamybos arba platinimo grandinės lygyje. Tai, pavyzdžiui, reiškia, kad viena įmonė gamina žaliavas, kurias kita įmonė naudoja savo gamybai, arba kad pirmoji įmonė yra gamintoja, antroji – didmenininkė, o trečioji – mažmenininkė. Tai neužkerta kelio įmonei veikti daugiau nei viename gamybos ar platinimo grandinės lygyje;

¹³ 2006 m. liepos 13 d. Teisingumo Teismo sprendimas *Komisija prieš Volkswagen AG*, C-74/04 P, Rink. I-6585.

¹⁴ 2000 m. spalio 26 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimas *Bayer AG prieš Komisiją*, T-41/96, Rink. I-3383.

d) susitarimai arba suderinti veiksmai susiję su sąlygomis, kuriomis susitarimo šalys, tiekėjas ir pirkėjas, „gali pirkti, parduoti arba perparduoti tam tikras prekes arba paslaugas“. Tai atspindi bendrosios išimties reglamento tikslą apimti pirkimo ir platinimo susitarimus. Tai susitarimai, kuriuose apibrėžiamos tiekėjo tiekiamų prekių ar teikiamų paslaugų pirkimo, pardavimo arba perpardavimo sąlygos ir (arba) pirkėjo prekių ar paslaugų, į kurias yra įtrauktos tos (tiekėjo) prekės ar paslaugos, pardavimo sąlygos. Pagal bendrosios išimties reglamentą ir tiekėjo tiekiamos prekės ar teikiamos paslaugos, ir galutinės prekės ar paslaugos yra laikomos sutarties prekėmis ar paslaugomis. Reglamentas taip pat apima vertikaliosios susitarimus, susijusius su visomis galutinėmis ir tarpinėmis prekėmis ir paslaugomis. Vienintelė išimtis – automobilių sektorius, kol šiam sektoriui galioja atskira bendroji išimtis, nustatyta 2002 m. liepos 31 d. Komisijos reglamentu (EB) Nr. 1400/2002 dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliosios susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims motorinių transporto priemonių sektoriuje¹⁵ ar jį pakeičiančiu aktu. Tiekėjo tiekiamas prekes ar teikiamas paslaugas pirkėjas gali perparduoti arba naudoti kaip išteklius savo paslaugų ar prekių gamybai.

26) Bendrosios išimties reglamentas taip pat taikomas prekėms, kurios parduodamos arba perkamos, kad būtų išnuomos trečiosioms šalims. Tačiau reglamentas neapima pačių nuomos ir išperkamosios nuomos sutarčių, nes tiekėjas neparduoda pirkėjui nei prekių, nei paslaugų. Apskritai bendrosios išimties reglamentas neapima apribojimų arba įsipareigojimų, nesusijusių su pirkimo, pardavimo arba perpardavimo sąlygomis, pavyzdžiui, įsipareigojimo, kuriuo susitarimo šalims neleidžiama vykdyti nepriklausomų tyrimų ir plėtros, kuriuos šalys šiaip jau galėtų įtraukti į vertikaliosios susitarimą. Be to, bendrosios išimties reglamento 2 straipsnio 2-5 dalys iš to reglamento taikymo srities tiesiogiai arba netiesiogiai išskiria tam tikrus vertikaliosios susitarimus.

2.2. *Vertikalieji konkurentų susitarimai*

27) Bendrosios išimties reglamento 2 straipsnio 4 dalis iš reglamento taikymo srities aiškiai išskiria „konkuruojančių įmonių vertikaliosios susitarimus“. Vertikalieji konkurentų susitarimai, kuriais gali būti sudarytos sąlygos slaptam susitarimui, aptariami Komisijos rekomendacijose dėl EB steigimo sutarties 81 straipsnio taikymo horizontalaus bendradarbiavimo susitarimams¹⁶. Tačiau tokių susitarimų vertikalieji aspektai turi būti vertinami vadovaujantis šiomis gairėmis. Bendrosios išimties reglamento 1 straipsnio 1 dalies c punkte konkuruojanti įmonė apibrėžiama kaip „esamas arba galimas konkurentas“. Dvi įmonės laikomos esamomis konkurentėmis, jei jos veikia toje pačioje atitinkamoje rinkoje. Įmonė laikoma galima kitos įmonės konkurentė, jei, nesant susitarimo, nedaug bet nuolat didėjant santykinėms kainoms per trumpą (paprastai ne ilgesnį kaip vienerių metų) laikotarpį greičiausiai padarytų būtinas papildomas investicijas ar skirtų kitų būtinų keitimo sąnaudų, kad patektų į atitinkamą rinką, kurioje veikia kita įmonė. Tas vertinimas turi būti pagrįstas realistiniais pagrindais, tik teorinės galimybės patekti į rinką

¹⁵ OL L 203, 2002 8 1, p. 30.

¹⁶ OL C 3, 2001 1 6, p. 2. Šios gairės netrukus bus peržiūrėtos.

neužtenka¹⁷. Platintojas, kuris teikia gamintojui specifikacijas gaminti tam tikras prekes su platintojo prekės ženklu, pats neturi būti laikomas tokių jo prekės ženklą turinčių prekių gamintoju.

- 28) Bendrosios išimties reglamento 2 straipsnio 4 dalyje nustatytos dvi išimties, susijusios su bendru vertikaliųjų konkurentų susitarimų išskyrimu iš reglamento taikymo srities. Šios išimties susijusios su neabipusiais susitarimais. Bendrosios išimties reglamentas taikomas neabipusiems konkurentų susitarimams, kai, a) tiekėjas yra prekių gamintojas ir tiekėjas, o pirkėjas yra tik platintojas, bet ne konkuruojanti įmonė gamybos lygiu, arba, b) tiekėjas teikia paslaugas keliuose prekybos lygiuose, o pirkėjas veikia mažmeniniu lygiu ir nėra konkuruojanti įmonė tame prekybos lygyje, kuriame jis perka sutartyje nurodytas paslaugas. Pirmoji išimtis apima dvejopą platinimą, t. y. tam tikrų prekių gamintojas taip pat platina savo prekes, konkuruodamas su nepriklausomais savo prekių platintojais. Dvejopo platinimo atveju laikoma, kad iš esmės bet koks galimas poveikis konkurenciniams gamintojo ir mažmenininko ryšiams mažmeniniu lygiu yra ne toks svarbus kaip galimas bendras vertikaliuoju tiekimo susitarimo poveikis konkurencijai gamybos ar mažmeniniu lygiu. Antroji išimtis apima panašius dvejopo platinimo atvejus, tačiau šiuo atveju kalbama apie paslaugas, kai tiekėjas yra ir produktų tiekėjas mažmeniniame lygyje, kuriame veikia pirkėjas.

2.3. *Mažmenininkų asociacijos*

- 29) Remiantis bendrosios išimties reglamento 2 straipsnio 2 dalimi, į šio reglamento taikymo sritį įtraukiami tam tikras sąlygas tenkinančių įmonių asociacijų vertikalieji susitarimai, o visų kitų asociacijų sudarytiems vertikaliesiems susitarimams bendrosios išimties reglamentas netaikomas. Bendrosios išimties reglamentas taikomas įmonių asociacijos ir jos narių arba tokios asociacijos ir jos tiekėjų vertikaliesiems susitarimams taikoma tik tuo atveju, jeigu visi jos nariai yra prekių (ne paslaugų) mažmenininkai ir nė vieno asociacijos nario metinė apyvarta neviršija 50 mln. EUR. Mažmenininkai yra platintojai, perparduodantys prekes galutiniams vartotojams. Jei tik nedaugelio asociacijos narių apyvarta viršija 50 mln. EUR ribą ir jei bendra šių narių apyvarta sudaro mažiau kaip 15 % bendros visų narių apyvartos, tai paprastai neturėtų daryti įtakos vertinimui pagal 101 straipsnį.
- 30) Įmonių asociacija gali sudaryti ir horizontaliuosius, ir vertikaliuosius susitarimus. Horizontalieji susitarimai turi būti vertinami pagal Rekomendacijas dėl EB steigimo sutarties 81 straipsnio taikymo horizontalaus bendradarbiavimo susitarimams¹⁸. Jei taip įvertinus padaroma išvada, kad įmonių bendradarbiavimas pirkimo arba pardavimo srityje yra priimtinas, tiriant asociacijų sudarytus vertikaliuosius susitarimus su jų tiekėjais ar jų atskirais nariais reikalingas tolesnis vertinimas. Pastarasis vertinimas turi būti atliekamas vadovaujantis bendrosios išimties reglamento taisyklėmis ir šiomis gairėmis. Pavyzdžiui, asociacijos narių sudaryti susitarimai arba asociacijų sprendimai, kaip antai sprendimas reikalauti, kad nariai pirkėtų iš asociacijos, arba sprendimas nariams paskirti išskirtines teritorijas,

¹⁷ Žr. Komisijos pranešimo dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams, OL C 372, 1997 12 9, p. 5, 20–24 dalis, Komisijos tryliktosios konkurencijos politikos ataskaitos 55 punktą, ir Komisijos sprendimą 90/410/EEB byloje *Elopak/Metal Box-Odin*, IV/32.009, OL L 209, 1990 8 8, p. 15.

¹⁸ Žr. 27 dalį.

pirmausia turi būti vertinami kaip horizontalieji susitarimai. Jei atlikus tokį vertinimą darytina išvada, kad horizontalusis susitarimas yra priimtinas, būtina atlikti vertikaliųjų asociacijos ir atskirų narių arba asociacijos ir tiekėjų susitarimų vertinimą.

2.4. *Vertikalieji susitarimai, kuriuose yra nuostatų dėl intelektinės nuosavybės teisių (INT)*

31) Bendrosios išimties reglamento 2 straipsnio 3 dalimi į jo taikymo sritį įtraukiami vertikalieji susitarimai, kuriuose numatyta tam tikrų nuostatų, susijusių su INT perleidimu pirkėjui arba pirkėjo naudojimusi INT, o visiems kitiems vertikaliesiems susitarimams, kuriuose numatyta nuostatų dėl INT, bendrosios išimties reglamentas netaikomas. Bendrosios išimties reglamentas taikomas vertikaliesiems susitarimams, kuriuose numatyta nuostatų dėl INT, kai tenkinamos šios penkios sąlygos:

- a) INT nuostatos turi būti vertikaliojo susitarimo dalis, t. y. susitarimo su sąlygomis, kuriomis šalys gali pirkti, parduoti arba perparduoti tam tikras prekes ar paslaugas;
- b) INT turi būti perleistas pirkėjui arba pirkėjas turi jomis naudotis pagal licenciją;
- c) INT nuostatos neturi būti pagrindinis susitarimo objektas;
- d) INT nuostatos turi būti tiesiogiai susijusios su tuo, kad pirkėjas arba jo klientai naudoja, parduoda arba perparduoda prekes ar paslaugas. Franšizės atveju, kai INT naudojimo tikslas yra rinkodara, prekes arba paslaugas platina pagrindinis franšizės gavėjas arba gavėjai;
- e) INT nuostatose, susijusiose su sutarties prekėmis arba paslaugomis, neturi būti konkurencijos apribojimų, kurių tikslas būtų identiškas vertikaliųjų apribojimų, kuriems pagal bendrosios išimties reglamentą išimtis netaikoma, tikslui.

32) Tokiomis sąlygomis užtikrinama, kad bendrosios išimties reglamentas taikomas vertikaliesiems susitarimams, kai prekių ar paslaugų naudojimas, pardavimas arba perpardavimas gali būti efektyvesnis, nes pirkėjui yra perleistas INT arba suteikta teisė INT naudotis pagal licenciją. Kitaip tariant, apribojimams, susijusiems su INT perleidimu arba naudojimu, reglamentas gali būti taikomas tuomet, kai pagrindinis susitarimo objektas yra prekių ar paslaugų pirkimas arba platinimas.

33) Iš pirmosios sąlygos aišku, kad kontekstas, kuriame yra numatytos INT, yra susitarimas pirkti arba platinti prekes arba susitarimas pirkti ar teikti paslaugas, bet ne susitarimas, susijęs su INT perleidimu arba licencijos INT suteikimu, kad būtų galima gaminti prekes, ir ne tiesiog licencinė sutartis. Pavyzdžiui, bendrosios išimties reglamentas netaikomas:

- a) susitarimams, kai viena šalis kitai šaliai perduoda receptą ir suteikia licencijas gaminti gėrimą pagal tą receptą;
- b) susitarimams, kai viena šalis suteikia kitai šaliai šabloną arba originalą ir suteikia licenciją gaminti arba platinti kopijas;

- c) paprastai prekės ženklo arba simbolio licencijai, suteikiamai prekiavimo tikslu;
 - d) rėmimo sutartims dėl teisės reklamuoti save kaip oficialų renginio rėmėją;
 - e) autorių teisių licencijoms, pavyzdžiui, transliavimo sutartims, susijusioms su teise įrašyti ir (arba) transliuoti renginį.
- 34) Iš antrosios sąlygos aišku, kad bendrosios išimties reglamentas netaikomas, kai pirkėjas suteikia INT tiekėjui, – nesvarbu, ar INT yra susijusios su gamybos, ar su platinimo būdu. Bendrosios išimties reglamentas netaikomas susitarimams dėl INT perleidimo tiekėjui ir nustatantiems galimus tiekėjo pardavimų apribojimus. Tai reiškia, kad subranga, įskaitant praktinės patirties (angl. *know-how*) perdavimą subrangovui¹⁹ nepatenka į bendrosios išimties reglamento taikymo sritį (taip pat žr. 22 dalį). Tačiau į bendrosios išimties reglamento taikymo sritį patenka vertikalieji susitarimai, pagal kuriuos pirkėjas tiekėjui perduoda tik specifikacijas, kuriose aprašytos tiekimos prekės arba teiktinos paslaugos.
- 35) Iš trečiosios sąlygos aišku, kad tam, jog būtų taikomas bendrosios išimties reglamentas, pagrindinis susitarimo objektas neturi būti INT perleidimas arba licencijos suteikimas. Pagrindinis objektas turi būti prekių ar paslaugų pirkimas, pardavimas arba perpardavimas, o nuostatos dėl INT turi padėti įgyvendinti vertikalųjį susitarimą.
- 36) Pagal ketvirtąją sąlygą reikalaujama, kad nuostatos dėl INT sudarytų pirkėjui arba jo klientams geresnes sąlygas naudoti, parduoti arba perparduoti prekes ar paslaugas. Paprastai licencijos suteikėjas tiekia prekes arba teikia paslaugas naudojimo arba perpardavimo tikslu, bet licencijos gavėjas gali jas įsigyti ir iš trečiojo tiekėjo. Nuostatos dėl INT paprastai susijusios su prekių ar paslaugų rinkodara. Pavyzdžiu galėtų būti franšizės sutartis, kai franšizės teisių suteikėjas parduoda franšizės gavėjui prekes, kad šis jas perparduotų, ir suteikia franšizės gavėjui licenciją naudotis jo prekės ženklu bei praktine patirtimi parduodant prekes, arba kai koncentruoto ekstrakto tiekėjas suteikia pirkėjui licenciją ekstraktą skiesti bei pilstyti į tarą prieš parduodant jį kaip gėrimą.
- 37) Penktoji sąlyga pabrėžia faktą, kad nuostatų dėl INT tikslas negali būti toks pats kaip pagrindinių apribojimų, išvardytų bendrosios išimties reglamento 4 straipsnyje, arba kaip kurio nors apribojimo, kuriam bendrosios išimties reglamentas, remiantis to reglamento 5 straipsniu, netaikomas (žr. šių gairių 47–69 dalis).
- 38) Intelektinės nuosavybės teisės, susijusios su vertikaliuoju susitarimu, kaip apibrėžta bendrosios išimties reglamento 2 straipsnio 3 dalyje, paprastai yra susijusios su trimis pagrindinėmis sritimis: prekės ženklais, autoriaus teisėmis ir praktine patirtimi.

Prekės ženklas

- 39) Prekės ženklo licencijos suteikimas platintojui gali būti susijęs su licencijos turėtojo produktų platinimu tam tikroje teritorijoje. Jei tai yra išskirtinė licencija, susitarimas prilygsta išskirtiniam platinimui.

¹⁹ Žr. subrangos pranešimą (nurodytas 22 dalyje).

Autoriaus teisės

- 40) Autoriaus teisių savininkas gali įpareigoti prekių, kurioms taikomos autoriaus teisės (knygos, programinė įranga ir kt.), perpardavėjus perparduoti prekes tik jei pirkėjas, kuris yra kitas perpardavėjas arba galutinis vartotojas, nepažeidžia autoriaus teisių. Tokiam perpardavėjo įsipareigojimui, jei jis iš viso patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, taikomas bendrosios išimties reglamentas.
- 41) Susitarimai, pagal kuriuos perparduoti tiekiamos programinės įrangos spausdintinės kopijos, ir kai perpardavėjas neįgyja licencijos, suteikiančios kokias nors teises į programinę įrangą, o turi tik teisę perparduoti spausdintines kopijas, taikant bendrosios išimties reglamentą yra laikomi perparduoti skirtų prekių tiekimo susitarimais. Tokio platinimo atveju autoriaus teisių savininkas programinės įrangos licenciją perduoda tik programinės įrangos naudotojui. Tai tokia licencija, kai sąlygos įtrauktos į spausdintinės kopijos paketą, kurį atidarydamas galutinis naudotojas patvirtina, kad sutinka su tomis sąlygomis.
- 42) Autoriaus teisių turėtojas gali įpareigoti techninės kompiuterių įrangos, kurioje įdiegta autoriaus teisėmis saugoma programinė įranga, pirkėjus nepažeisti autoriaus teisių ir todėl nedaryti kopijų ir neperparduoti programinės įrangos arba nedaryti kopijų ir nenaudoti programinės įrangos su kita technine kompiuterių įranga. Tokiems naudojimo apribojimams, jei jie iš viso patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, taikomas bendrosios išimties reglamentas.

Praktinė patirtis

- 43) Franšizės sutartys, išskyrus pramoninės franšizės sutartis, yra akivaizdžiausias pavyzdys, kai praktinė patirtis perduodama pirkėjui rinkodaros tikslu²⁰. Franšizės sutartys apima intelektinės nuosavybės teisių, susijusių su prekių ženklais arba simboliais ir praktinės patirties taikymu naudojant ir platinant prekes arba teikiant paslaugas, licencijas. Be INT licencijos, franšizės teisių suteikėjas franšizės gavėjui visą sutarties galiojimo laikotarpį paprastai teikia komercinę ir techninę pagalbą, kaip antai pirkimo paslaugas, mokymą, konsultacijas dėl nekilnojamojo turto, finansų planavimo ir pan. Licencija ir pagalba yra neatskiriami verslo būdo, kuriam taikoma franšizė, komponentai.
- 44) Bendrosios išimties reglamentas taikomas franšizės sutarčių licencijavimui, jei tenkinamos visos penkios 31 dalyje išvardytos sąlygos. Paprastai šios sąlygos tenkinamos, kadangi pagal daugumą franšizės sutarčių, įskaitant pagrindines franšizės sutartis, franšizės teisių suteikėjas tiekia prekes ir (arba) teikia paslaugas, pirmiausia komercinės ar techninės pagalbos paslaugas, franšizės gavėjui. INT padeda franšizės gavėjui perparduoti franšizės teisių suteikėjo arba jo paskirto tiekėjo tiekiamus produktus, arba panaudoti tuos produktus ir parduoti galutines prekes ar paslaugas. Kai franšizės sutartys susijusios tik (ar iš esmės) su INT licencijavimu, jos nepatenka į bendrosios išimties reglamento taikymo sritį, tačiau Komisija tokioms sutartims paprastai taikys šiame bendrosios išimties reglamente ir šiose gairėse nustatytus principus.

²⁰ 43–45 dalys tokiu pačiu būdu taikomos kitų rūšių platinimo susitarimams, pagal kuriuos didelė tiekėjo praktinės patirties dalis perduodama pirkėjui.

- 45) Toliau išvardyti su INT susiję įsipareigojimai paprastai laikomi būtiniais franšizės teisių suteikėjo INT apsaugoti ir, jei jie patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, jiems taikomas bendrosios išimties reglamentas:
- a) franšizės gavėjo įsipareigojimas tiesiogiai arba netiesiogiai nedalyvauti jokiame panašiam versle;
 - b) franšizės gavėjo įsipareigojimas neįgyti su konkuruojančios įmonės kapitalu susijusių finansinių interesų, dėl kurių franšizės gavėjas įgytų galią daryti įtaką tos įmonės ekonominei elgsenai;
 - c) franšizės gavėjo įsipareigojimas trečiosioms šalims neatskleisti franšizės teisių suteikėjo praktinės patirties, kol ji nėra viešai žinoma;
 - d) franšizės gavėjo įsipareigojimas perduoti franšizės teisių suteikėjui bet kokią patirtį, įgytą naudojant franšizę, ir suteikti franšizės teisių suteikėjui bei kitiems franšizės gavėjams neišskirtinę licenciją naudotis praktine patirtimi, kylančia iš tos patirties;
 - e) franšizės gavėjo įsipareigojimas informuoti franšizės teisių suteikėją apie licencijuotos intelektinės nuosavybės teisių pažeidimus, imtis teisinių veiksmų pažeidėjų atžvilgiu arba padėti franšizės teisių suteikėjui vykdyti bet kokius teisinius veiksmus prieš pažeidėjus;
 - f) franšizės gavėjo įsipareigojimas nesinaudoti franšizės teisių suteikėjo licencijuota praktine patirtimi kitu tikslu nei franšizės naudojimas;
 - g) franšizės gavėjo įsipareigojimas be franšizės teisių suteikėjo sutikimo neperduoti pagal franšizės sutartį įgytų teisių ir įsipareigojimų.

2.5. *Ryšys su kitais bendrosios išimties reglamentais*

- 46) 2 straipsnio 5 dalyje teigiama, kad bendrosios išimties reglamentas „netaikomas vertikaliesiems susitarimams, kuriems taikomas bet kuris kitas bendrosios išimties reglamentas, nebent tokia reglamente numatyta kitaip“. Todėl bendrosios išimties reglamentas netaikomas vertikaliesiems susitarimams, kuriems taikomas 2004 m. balandžio 7 d. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 772/2004 dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo technologijų perdavimo susitarimų kategorijoms²¹, 2002 m. liepos 31 d. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 1400/2002 dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims motorinių transporto priemonių sektoriuje²², arba 2000 m. lapkričio 29 d. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 2658/2000 dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo specializacijos susitarimų grupėms²³ ir 2000 m. lapkričio 29 d. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 2659/2000 dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo mokslinių tyrimų ir technologijų plėtros susitarimų grupėms²⁴, pagal kuriuos išimtis suteikiama vertikaliesiems susitarimams, susijusiems su horizontaliaisiais

²¹ OL L 123, 2004 4 27, p. 11.

²² Žr. 25 dalį.

²³ OL L 304, 2000 12 5, p. 3.

²⁴ OL L 304, 2000 12 5, p. 7.

susitarimais, arba kokie nors kiti būsimi panašūs reglamentai, nebent tokia reglamente numatyta kitaip.

3. Pagrindiniai apribojimai pagal bendrosios išimties reglamentą

- 47) Bendrosios išimties reglamento 4 straipsnyje pateikiamas sąrašas pagrindinių apribojimų, kuriems esant visam vertikaliajam susitarimui netaikomas bendrosios išimties reglamentas²⁵. Kai toks pagrindinis apribojimas įtraukiamas į susitarimą, daroma prielaida, kad susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Taip pat daroma prielaida, kad susitarimas greičiausiai neatitiks 101 straipsnio 3 dalies sąlygų, todėl bendroji išimtis netaikoma. Tačiau įmonės gali kiekvienu atskiru atveju nurodyti konkurenciją skatinantį poveikį pagal 101 straipsnio 3 dalį²⁶. Jeigu įmonės pagrindžia, kad veiksmingumą tikriausiai lėmė tai, kad į susitarimą įtrauktas pagrindinis apribojimas, ir įrodo, kad tenkinamos 101 straipsnio 3 dalyje nustatytos sąlygos, Komisijai reikės veiksmingai įvertinti galimą neigiamą poveikį konkurencijai, ir tik tada ji galės atlikti galutinį vertinimą, ar tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos²⁷.
- 48) Pagrindinis apribojimas, nurodytas bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio a punkte, susijęs su perpardavimo kainos palaikymu, – tai yra susitarimai arba suderinti veiksmai, kuriais tiesiogiai arba netiesiogiai siekiama nustatyti fiksuotas ar minimalias perpardavimo kainas arba fiksuotą ar minimalų kainų lygį, kurio turi laikytis pirkėjas. Kai pagal sutarties nuostatas arba suderintais veiksmais perpardavimo kaina nustatoma tiesiogiai, apribojimas yra visiškai akivaizdus. Tačiau perpardavimo kainos palaikymas gali būti pasiektas ir netiesioginėmis priemonėmis. Tokių priemonių pavyzdys yra susitarimas, nustatantis platinimo maržą, maksimalią nuolaidą, kurią nuo nurodyto kainos lygio gali suteikti platintojas, taip pat nustatantis, kad tiekėjas taikys nuolaidas arba kompensuos pardavimo skatinimo išlaidas, jeigu laikomasi nurodyto kainos lygio, susiejantis nurodytas perpardavimo kainas su konkurento perpardavimo kainomis, grasinimai, bauginimai, įspėjimai, baudos, tiekimo uždelsimas ar nutraukimas arba sutarties nutraukimas dėl nurodyto kainų lygio laikymosi. Tiesioginės arba netiesioginės priemonės, kuriomis siekiama nustatyti kainas, gali būti dar veiksmingesnės, kai jos derinamos su priemonėmis, skirtomis platintojams, kurie nesilaiko nurodytų kainų, nustatyti, kaip antai kainų stebėsenos sistema arba mažmenininkų įsipareigojimas pranešti kitiems platinimo tinklo nariams, kas nukrypo nuo standartinio kainų lygio. Panašiai ir tiesioginis arba netiesioginis kainų nustatymas gali būti dar veiksmingesnis, kai jis derinamas su priemonėmis, kuriomis galima sumažinti pirkėjo suinteresuotumą mažinti

²⁵ Šis pagrindinių apribojimų sąrašas taikomas vertikaliesiems susitarimams dėl prekybos Sąjungoje. Jei vertikalieji susitarimai yra susiję su eksportu už Sąjungos ribų ar importu ir (arba) pakartotiniu importu iš Sąjungai nepriklausančių šalių, žr. 1998 m. balandžio 28 d. Teisingumo Teismo sprendimą *Javico* prieš *Yves Saint Laurent*, C-306/96, Rink. I-1983. Teisingumo Teismas šio sprendimo 20 dalyje nustatė, kad „susitarimas, kuriuo perpardavėjas įsipareigoja gamintojui parduoti sutarties prekes už Bendrijos rinkos ribų, negali būti laikomas susitarimu, kuriuo siekiama pastebimai apriboti konkurenciją bendrojoje rinkoje arba kuriuo gali būti paveikta valstybių narių prekyba“.

²⁶ Visų pirma žr. 106–109 dalis, kuriose bendrai aprašomas galimas veiksmingumas, susijęs su vertikaliaisiais apribojimais, ir VI.2.10 skirsnį dėl perpardavimo kainų apribojimų. Žr. bendras gaires, Komisijos komunikate – pranešime „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, OL C 101, 2004 4 27, p. 97.

²⁷ Nors teisiškai tai yra du atskiri etapai, praktiškai – tai gali būti pasikartojantis procesas, kurio metu šalys ir Komisija keletą kartų pakeičia ir patobulina savo atitinkamus argumentus.

perpardavimo kainą, pavyzdžiui, tiekėjas išspausdina rekomenduojamą pardavimo kainą ant produkto arba tiekėjas įpareigoja pirkėją taikyti palankiausiai vertinamo kliento sąlygą. Tokios pačios netiesioginės priemonės ir tokios pačios „paramos“ priemonės gali būti taikomos siekiant maksimaliomis arba rekomenduojamomis kainomis palaikyti pardavimo kainas. Tačiau nelaikoma, kad konkrečios paramos priemonės arba tiekėjo rekomenduojamų ar maksimalių kainų sąrašo pateikimas pirkėjui yra pardavimo kainos palaikymo priemonė.

- 49) Atstovavimo susitarimų atveju atstovaujamas paprastai nustato pardavimo kainą, kadangi atstovas netampa prekių savininku. Tačiau kai taikant 101 straipsnio 1 dalį (žr. 12–21 dalis) toks susitarimas negali būti laikomas atstovavimo susitarimu, įsipareigojimas, kuriuo atstovui apribojama arba draudžiama galimybė pasidalyti fiksuotais arba kintančiais komisiniais su klientu, remiantis bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio a punktu bus pagrindinis apribojimas. Siekiant išvengti tokio pagrindinio apribojimo įtraukimo į susitarimą, atstovui turi būti leidžiama savo nuožiūra sumažinti galiojančią kliento mokamą kainą nesumažinant atstovaujamojo pajamų²⁸.
- 50) Pagrindiniai apribojimai, išdėstyti bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio b punkte, susiję su susitarimais arba suderintais veiksmais, kuriais tiesiogiai arba netiesiogiai siekiama riboti pirkėjo, kuris yra susitarimo šalis, arba jo klientų atliekamą pardavimą, jei tie apribojimai susiję su teritorija, kurioje pirkėjas arba jo klientai gali parduoti sutarties prekes ar paslaugas, arba su klientais, kuriems pirkėjas gali parduoti sutarties prekes ar paslaugas. Šis pagrindinis apribojimas susijęs su rinkos pasidalijimu pagal teritorijas arba klientų grupę. Tai gali būti tiesioginių įsipareigojimų rezultatas, pavyzdžiui, įsipareigojimas neparduoti tam tikriems klientams arba klientams tam tikroje teritorijoje, arba įsipareigojimas perduoti tokių klientų užsakymus kitiems platintojams. Tai taip pat gali lemti netiesioginės priemonės, kuriomis siekiama paskatinti platintoją neparduoti tokiems klientams, pavyzdžiui, premijų arba nuolaidų panaikinimas ar jų sumažinimas, atsisakymas tiekti, tiekiamo kiekio sumažinimas arba jo apribojimas iki poreikio priskirtoje teritorijoje ar priskirtose klientų grupėse, grasinimas nutraukti sutartį, reikalaujant didesnės kainos už eksportuojamus produktus ir taip ribojant prekių, kurios gali būti eksportuotos, pardavimo apimtį, arba įpareigojimas perduoti pelną. Tai gali kilti ir dėl to, kad tiekėjas neteikia garantinių paslaugų visoje Sąjungoje, kadangi visi platintojai paprastai yra įsipareigoję teikti garantines paslaugas ir už šias paslaugas tiekėjas jiems atlygina, net ir tada, kai garantinės paslaugos teikiamos produktams, kuriuos jų teritorijoje parduoda kiti platintojai²⁹. Tokia praktika netgi labiau turėtų būti laikoma ribojančia pirkėjo pardavimą, kai naudojama kartu su tiekėjo įgyvendinama stebėsenos sistema, kuria siekiama tikrinti tiekiamų prekių tikrąją paskyrimo vietą, pvz., naudojant skirtingas etiketes arba serijos numerius. Tačiau

²⁸ Žr., pvz., Komisijos sprendimą 91/562/EEB byloje Nr. IV/32.737, *Eirpage*, ypač 6 konstatuojamąją dalį, OL L 306, 1991 11 7, p. 22.

²⁹ Jei tiekėjas nusprendžia neatlyginti platintojams už paslaugas, suteiktas pagal visoje Sąjungoje galiojančią garantiją, su šiais platintojais gali būti sudaromas susitarimas, pagal kurį platintojas, kuris parduoda prekes ar paslaugas ne savo teritorijoje, turės sumokėti platintojui, kuriam ta teritorija paskirta, mokesčių, pagrįstą teikiamų paslaugų sąnaudomis, įskaitant pagrįstą pelno maržą. Tokio pobūdžio sistema negali būti laikoma platintojų pardavimo už savo teritorijos ribų ribojimu (žr. 2004 m. sausio 13 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *JCB Service* prieš *Komisiją*, T-67/01, Rink. II-49, 136-145 punktus).

pagrindiniu apribojimu taip pat nelaikomas perpardavėjo išipareigojimas, susijęs su tiekėjo ženklo demonstravimu. Kadangi 4 straipsnio b punktas susijusi tik su pirkėjo arba jo klientų pardavimo apribojimais, tai reiškia, kad tiekėjo pardavimo apribojimai taip pat nėra pagrindinis apribojimas, atsižvelgiant į tai, kas numatyta 59 dalyje dėl atsarginių dalių pardavimo remiantis bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio e punktu. 4 straipsnio b punktas taikoma nepažeidžiant pirkėjo įsisteigimo vietos apribojimo. Todėl bendrosios išimties reglamentu nustatyta išimtis tebetaikoma, jei susitariama dėl pirkėjo platinimo punkto (-u) ir sandėlio (-iu) konkretaus adreso, vietos ar teritorijos.

51) Esama keturių bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio b punkte nurodyto pagrindinio ribojimo taikymo išimčių. Pagal 4 straipsnio b punkto i papunkčiu nustatytą pirmąją išimtį tiekėjui leidžiama riboti aktyvų pirkėjo, kuris yra susitarimo šalis, pardavimą teritorijoje arba klientų grupei, kuri buvo išskirtinai paskirta kitam pirkėjui arba rezervuota paties tiekėjo. Teritorija arba klientų grupė išskirtinai priskiriama, kai tiekėjas sutaria savo produktą parduoti tik vienam platintojui platinti tam tikroje teritorijoje arba tam tikrai klientų grupei, o išskirtinis platintojas apsaugomas nuo tiekėjo arba visų kitų Sąjungoje veikiančių tiekėjo pirkėjų aktyvaus pardavimo jo teritorijoje arba jo klientų grupei, nepriklausomai nuo tiekėjo pardavimų. Tiekėjui leidžiama derinti išskirtinės teritorijos ir išskirtinės klientų grupės paskyrimą, pvz., tam tikrai klientų grupei tam tikroje teritorijoje paskiriant išskirtinį tiekėją. Tokia išskirtinai paskirtų teritorijų arba klientų grupių apsauga turi būti leidžiama vykdyti pasyvų pardavimą tokiose teritorijose arba tokioms klientų grupėms. Komisija, taikydama bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio b punktą, taip aiškina „aktyvius“ ir „pasyvius“ pardavimus:

- „Aktyvūs“ pardavimai – tai aktyvus kreipimasis į atskirus klientus, pavyzdžiui, tiesiogiai jiems siunčiant laiškus, įskaitant neužsakytus e. laiškus, arba juos lankant; arba aktyvus kreipimasis į klientų grupę ar klientus tam tikroje teritorijoje, reklamuojantis žiniasklaidos priemonėse, internete arba kitomis pardavimo skatinimo priemonėmis, nukreiptomis būtent į tą klientų grupę arba tuos klientus toje teritorijoje. Reklama ar pardavimo skatinimo priemonės, kurios pirkėjui patrauklios tik tuo atveju, jei ta reklama ar pardavimo skatinimo priemonės (taip pat) prieinamos konkrečioms klientų grupėms ar klientams konkrečioje teritorijoje, laikomos aktyviu pardavimu tai klientų grupei ar klientams toje teritorijoje.
- „Pasyvūs“ pardavimai – tai reagavimas į atskirų klientų savo valia pareikštus prašymus, įskaitant prekių ar paslaugų pristatymą tokiems klientams. Bendra reklama arba pardavimo skatinimas, prieinami klientams kitų platintojų (išskirtinių) teritorijose arba klientų grupėms, tačiau kurie yra ir racionalus būdas pasiekti klientus už tų teritorijų arba klientų grupių ribų, pavyzdžiui, pasiekti klientus savo paties teritorijoje, laikomi pasyviu pardavimu. Laikoma, kad bendra reklama arba pardavimo skatinimas yra racionalus būdas tokiems klientams pasiekti, jei daryti tokias investicijas pirkėjui būtų patrauklu, taip pat jei tai nepasiektų klientų kitų platintojų (išskirtinių) teritorijoje arba klientų grupėse.

52) Internetas – galinga priemonė, kuria galima pasiekti daugiau ir įvairesnių klientų nei naudojantis tik įprastesniais pardavimo būdais, todėl tam tikri interneto naudojimo apribojimai laikomi perpardavimo ir (arba) pardavimo apribojimais. Iš principo,

visiems platintojams turi būti leidžiama naudotis internetu, kaip produktų pardavimo priemone. Apskritai, kai platintojas prekėms parduoti naudoja interneto svetainę, tai laikoma pasyvaus pardavimo priemone, nes tai yra racionalus būdas, kuriuo klientams suteikiama galimybė pasiekti platintoją. Interneto svetainės naudojimas gali turėti poveikį už platintojui priklausančios, tačiau tokie rezultatai atsiranda dėl technologijų, leidžiančių lengvai pasiekti informaciją iš bet kur. Jei klientas apsilanko platintojo interneto svetainėje, bendrauja su platintoju ir dėl to įvyksta pardavimas, įskaitant pristatymą, tai vadinama pasyviu pardavimu. Tos pačios nuomonės laikomasi, jei klientas pasirenka, kad platintojas siųstų (automatinius) panešimus, ir dėl to pasirinkimo įvyksta pardavimas. Galimybė pasirinkti skirtingas kalbas svetainėje savaime nepakeičia tokio pardavimo pasyvaus pobūdžio. Todėl Komisija, atsižvelgdama į tai, kad šie apribojimai gali apriboti platintojo galimybes pasiekti daugiau ir įvairesnių klientų, juos laiko pagrindinių pasyvaus pardavimo apribojimų pavyzdžiais:

- a) susitarimą, kad (išskirtinis) platintojas neleistų kitoje (išskirtinėje) teritorijoje esantiems klientams matyti jo svetainės, arba automatiškai nukreiptų klientus į gamintojo arba kitų (išskirtinių) platintojų svetaines. Tuo nedraudžiamas susitarti, kad platintojo svetainėje būtų pateikiamos kelios papildomos nuorodos į kitų platintojų ir (arba) tiekėjo svetaines;
 - b) susitarimą, kad (išskirtinis) platintojas nutrauktų klientų sandorius internete, jei iš jų kreditinės kortelės duomenų matyti, kad adresas yra ne platintojo (išskirtinio) teritorijoje;
 - c) susitarimą, kad platintojas ribotų bendrą pardavimo internetu dalį. Tuo nedraudžiama tiekėjui reikalauti, neribojant platintojo pardavimo internetu, kad pirkėjas parduotų ne internetu (savo fizinėje parduotuvėje) bent jau tam tikrą absoliutų prekių kiekį, siekiant užtikrinti sėkmingą jo fizinės parduotuvės veiklą, taip pat tiekėjui neužkertamas kelias įsitikinti, kad platintojo veikla internetu atitinka tiekėjo nustatytą platinimo modelį (žr. 54 ir 56 dalis). Šis absoliutus ne internetu parduotų prekių kiekis gali būti toks pats visiems pirkėjams arba kiekvienam pirkėjui nustatytas atskirai, remiantis objektyviais kriterijais, kaip antai pirkėjo dydis tinklo ar geografinės vietovės atžvilgiu;
 - d) susitarimą, kad už produktus, kuriuos platintojas ketina perparduoti internetu platintojas mokėtų didesnę kainą, nei už produktus, kuriuos jis ketina perparduoti ne internetu. Tuo nedraudžiama tiekėjui susitarti su pirkėju dėl fiksuoto mokesčio (t. y. nekintamo mokesčio, kurio suma ne internetu parduotų prekių apyvartai padidėjus nesikeičia, nes tai prilygtų netiesioginei dvigubai kainodarai) internetu ir ne internetu vykdomam pardavimui skatinti.
- 53) Interneto naudojimo apribojimas, kurį taiko susitarimą sudarę platintojai, suderinamas su bendrosios išimties reglamentu, jei pardavimo skatinimo internetu ar naudojimosi internetu rezultatas – aktyvus pardavimas, pavyzdžiui, išskirtinėse kitų platintojų teritorijose ar klientų grupėms. Komisija mano, kad specialiai tam tikriems klientams skirta reklama yra aktyvaus pardavimo tam tikriems klientams būdas. Pavyzdžiui, teritorinės reklamjuostės trečiųjų šalių svetainėse – aktyvaus pardavimo priemonė toje teritorijoje, kurioje tos reklamjuostės rodomos. Apskritai, konkrečios tam tikrai teritorijai ar tam tikrai klientų grupei skirtos priemonės laikomos aktyviu pardavimu toje teritorijoje ar tai klientų grupei. Pavyzdžiui, paieškos sistemos ar

interneto reklamos paslaugų teikėjui mokėti už klientams konkrečioje teritorijoje skirtą reklamą reiškia vykdyti aktyvų pardavimą toje teritorijoje.

- 54) Tačiau remdamasis bendrąja išimtimi tiekėjas gali reikalauti laikytis jo prekių perpardavimo interneto svetainėje kokybės standartų, taip pat gali kelti kokybės standartų reikalavimus parduotuvei, parduodant prekes pagal katalogus arba apskritai reklamuojant ir skatinant jo prekių pardavimą. Tai gali būti svarbu visų pirma pasirinktinio platinimo atveju. Pavyzdžiui, pagal bendrąją išimtį tiekėjas gali reikalauti, kad platintojai, norintys tapti jo platinimo sistemos nariais, turėtų vieną ar kelias fizines parduotuves ar demonstravimo sales. Tokią sąlygą pagal bendrąją išimtį galima vėliau pakeisti, nebent tokiais pakeitimais būtų siekiama tiesiogiai ar netiesiogiai apriboti platintojų vykdomą pardavimą internetu. Tiekėjas taip pat gali reikalauti, kad jo platintojai sutarties produktus platintų naudodamiesi trečiųjų šalių platformomis ir laikydamiesi tik tiekėjo ir platintojų sutartų naudojimosi internetu standartų ir sąlygų. Pavyzdžiui, jei platintojo svetainė įkeliama į trečiosios šalies platformą, tiekėjas gali reikalauti, kad klientai į platintojo svetainę patektų ne per svetainę su trečiosios šalies platformos pavadinimu ar logotipu.
- 55) Numatytos ir trys kitos bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio b punkte nustatyto pagrindinio apribojimo išimtys. Visomis trimis išimtimis leidžiama riboti aktyvų ir pasyvų pardavimą. Pagal pirmąją išimtį leidžiama riboti didmenininko pardavimą galutiniams vartotojams, tai leidžia tiekėjui atskirti didmeninio lygio ir mažmeninio lygio prekybą. Tačiau pagal šią išimtį didmenininkams leidžiama parduoti prekes tam tikriems galutiniams vartotojams, kaip antai, didesniems galutiniams vartotojams, tačiau neleidžiama parduoti prekių (visiems) kitiems galutiniams vartotojams. Pagal antrąją išimtį tiekėjui leidžiama riboti pasirinktinio platinimo sistemoje paskirto platintojo pardavimą bet kuriuo prekybos lygiu neįgaliesiems platintojams, esantiems bet kurioje teritorijoje, kurioje šiuo metu veikia sistema arba kurioje tiekėjas dar neparduoda sutarties prekių (4 straipsnio b punkto iii papunktyje nurodyta, kad tai teritorija, kurioje tiekėjas taiko tokią sistemą). Pagal trečiąją išimtį tiekėjui leidžiama riboti sudedamųjų dalių, kurios tiekiamos surinkimui, pirkėjo galimybes jas perparduoti tiekėjo konkurentams. „Sudedamoji dalis“ – tai bet kuri tarpinė prekė, o „surinkimas“ – tai bet kokių išteklių naudojimas prekėms gaminti.
- 56) Bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio c punkte nustatytas pagrindinis apribojimas neapima apribojimo, kuris nustatytas pasirinktinio platinimo tinklo narių atliekamam aktyviam ir pasyviai pardavimui galutiniams vartotojams (nesvarbu, ar tai profesionalūs galutiniai vartotojai, ar tiesiog galutiniai vartotojai), nepažeidžiant galimybės uždrausti tinklo nariui veikti neįgalioje steigimo vietoje. Atitinkamai pasirinktinio platinimo sistemoje, kaip apibrėžta bendrosios išimties reglamento 1 straipsnio 1 dalies e punkte, negali būti ribojamas prekiautojo vartotojų arba pirkimo atstovų, dirbančių tų vartotojų, kuriems jis gali parduoti, vardu, pasirinkimas, išskyrus tuos atvejus, kai siekiama apsaugoti kitur taikomą išskirtinę platinimo sistemą (žr. 51 dalį). Pasirinktinio platinimo sistemoje prekiautojai turi turėti galimybę savo nuožiūra aktyviai ir pasyviai parduoti visiems galutiniams vartotojams, taip pat internetu. Todėl Komisija pagrindiniais apribojimais laiko visus įsipareigojimus, kuriais paskirtiesiems prekiautojams, norintiems pasiekti daugiau ir įvairesnių klientų, trukdoma naudotis internetu nustatant pardavimo internetu kriterijus, kurie iš esmės nėra lygiaverčiai kriterijams, nustatytiems pardavimui fiziniame parduotuvėje. Tai nereiškia, kad pardavimui internetu nustatyti kriterijai turi

būti tokie patys kaip nustatyti pardavimui ne internetu, tačiau jais turi būti siekiama tų pačių tikslų ir palyginamų rezultatų, o kriterijų skirtumai turi būti pagrįsti skirtingų šių dviejų platinimo būdų pobūdžiu. Pavyzdžiui, siekdamas užkirsti kelią pardavimui neigaliojusiems prekyautojams, tiekėjas gali reikalauti, kad jo pasirinkti prekyautojai individualiems galutiniams vartotojams neparduotų didesnio sutarties prekių kiekio už nustatytą. Toks reikalavimas gali būti griežtesnis parduodant prekes internetu, jei neigaliojantį prekyautojų jų lengviau gauti internetu. Ir atvirkščiai, toks reikalavimas gali būti griežtesnis parduodant prekes ne internetu, jei jų lengviau gauti fiziniame parduotuvėje. Kad būtų užtikrintas sutarties prekių pristatymas laiku, tiekėjas gali reikalauti, kad ne internetu parduodamos prekės būtų pristatytos nedelsiant. Kadangi tokio reikalavimo negalima nustatyti parduodant prekes internetu, tiekėjas gali nurodyti tam tikrus įvykdomus tokiam pardavimui taikomus terminus. Dali prireikti nustatyti konkrečius internetinės vėlesnio aptarnavimo tarnybos reikalavimus, susijusius su išlaidų padengimu prekes gražinantiesiems klientams ir saugių mokėjimo sistemų taikymu.

- 57) Toje teritorijoje, kurioje tiekėjas taiko pasirinktinį platinimą, negalima taikyti išskirtinio platinimo, nes tai būtų prekyautojų vykdomo aktyvaus arba pasyvaus pardavimo pagrindinis apribojimas pagal bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio c punktą, tačiau galima apriboti galimybę prekyautojui pasirinkti savo verslo patalpų vietą. Pasirinktiems platintojams gali būti neleidžiama užsiimti veikla kitose patalpose arba atidaryti naujo punkto kitoje vietoje. Tokiomis aplinkybėmis platintojo naudojimas savo svetaine negali būti prilyginamas naujo punkto atidarymui kitoje vietoje. Jeigu prekyautojo punktas yra mobilus, gali būti nustatyta teritorija, už kurios ribų mobilus punktas negali veikti. Be to, tiekėjas gali įsipareigoti tiekti tik vienam prekyautojui arba ribotam prekyautojų skaičiui konkrečioje teritorijos, kurioje taikoma pasirinktinio platinimo sistema, dalyje.
- 58) Bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio d punkte nustatytas pagrindinis apribojimas susijęs su kryžminio tiekimo ribojimu tarp paskirtų platintojų, priklausančių pasirinktinio platinimo sistemai. Atitinkamai susitarimu arba suderintais veiksmais nėra siekiama tiesiogiai ar netiesiogiai kliudyti sutarties produktų aktyviam ar pasyviai pardavimui tarp pasirinktų platintojų arba riboti juos. Pasirinkti platintojai privalo turėti galimybę savo nuožiūra pirkti sutarties produktus iš kitų tinklui priklausančių paskirtų platintojų, veikiančių tame pačiame arba skirtinguose prekybos lygiuose. Dėl šių priežasčių pasirinktinis platinimas negali būti derinamas su vertikaliaisiais apribojimais, kuriuos taikant platintojai verčiami pirkti sutarties prekes išskirtinai tik iš nustatyto šaltinio. Tai taip pat reiškia, kad pasirinktinio platinimo tinkle negali būti ribojamas paskirtų didmenininkų produkto pardavimas paskirtiems mažmenininkams.
- 59) Bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio e punkte nustatytas pagrindinis apribojimas susijęs su susitarimais, kuriais kliudoma galutiniams vartotojams, nepriklausomiems remontootojams ir paslaugų teikėjams įsigyti atsarginių dalių tiesiogiai iš šių atsarginių dalių gamintojų ar tai ribojama. Atsarginių dalių gamintojo ir pirkėjo, kuris šias dalis panaudoja savo produktuose (originalių įrenginių gamintojas) susitarimu negali tiesiogiai arba netiesiogiai būti kliudoma šių atsarginių dalių gamintojui parduoti jas galutiniam vartotojui, nepriklausomam remontootojui arba paslaugų teikėjui arba tai riboti. Netiesioginių apribojimų visų pirma gali atsirasti, kai ribojamas atsarginių dalių tiekėjo techninės informacijos ir specialios įrangos, kuri būtina, kad vartotojai, nepriklausomi remontootojai arba paslaugų

teikėjai galėtų naudoti atsargines dalis. Susitarimu gali būti ribojamas atsarginių dalių tiekimas remontotojams arba paslaugų teikėjams, kuriems originalių įrenginių gamintojas pavedė vykdyti savo prekių remontą arba jų techninę priežiūrą. Kitaip sakant, originalių įrenginių gamintojas gali reikalauti, kad jo remonto ir paslaugų tinklas atsargines dalis pirktų iš jo.

4. Atskiri pagrindinių pardavimo apribojimų atvejai, kurie gali būti nepatekti į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį arba kurie gali atitikti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas

- 60) Išskirtiniais atvejais pagrindiniai apribojimai gali būti objektyviai būtini tam tikros rūšies ar pobūdžio susitarimams³⁰ ir dėl šios priežasties jie gali nepatekti į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Pavyzdžiui, pagrindinis apribojimas yra objektyviai būtinas siekiant užtikrinti, kad būtų laikomasi viešojo draudimo parduoti pavojingas medžiagas tam tikriems klientams saugos ar sveikatos sumetimais. Be to, įmonės gali atskiru atveju pasitelkti argumentus dėl veiksmingumo pagal 101 straipsnio 3 dalį. Šiame skirsnyje pateikiami keli perpardavimo ir (arba) pardavimo apribojimų pavyzdžiai, o perpardavimo kainų palaikymo klausimai nagrinėjami VI.2.10 skirsnyje.
- 61) Platintojui, kuris pirmas pradės prekiauti naujo prekės ženklo prekėmis arba esamo prekės ženklo prekėmis naujoje rinkoje ir taip užsitikrins tikrą patekimą į atitinkamą rinką, kurioje anksčiau apskritai nebuvo tokios rūšies produkto paklausos arba tokio gamintojo gaminamo tokios rūšies produkto paklausos, gali tekti daug investuoti. Tokios išlaidos dažnai gali negrįžti ir tokiomis aplinkybėmis platintojas gali nesudaryti platinimo susitarimo, jei jis nebus tam tikrą laiką apsaugotas nuo (aktyvaus ir) pasyvaus kitų platintojų pardavimo jo teritorijoje arba jo klientų grupei. Pavyzdžiui, tokia situacija gali susidaryti, kai gamintojas, įsisteigęs tam tikroje nacionalinėje rinkoje, patenka į kitą nacionalinę rinką ir pristato savo produktus rinkai per išskirtinį platintoją, o tam platintojui reikia investuoti, kad jis galėtų pradėti pardavinėti to prekės ženklo prekes ir įtvirtinti tą prekės ženklą naujojoje rinkoje. Jeigu platintojui reikia daug investuoti, kad sukurtų ir (arba) plėtotų naują rinką, kitų platintojų pasyvaus pardavimo tokioje teritorijoje ar tokiai klientų grupei apribojimams, kurių reikia, kad platintojas galėtų atgauti šias investicijas, 101 straipsnio 1 dalis paprastai netaikoma pirmuosius dvejus metus, per kuriuos šis platintojas parduoda sutarties prekes ar paslaugas toje teritorijoje ar tai klientų grupei, nors apskritai manoma, kad tokie pagrindiniai apribojimai patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį.
- 62) Jei naujas produktas realiai išbandomas tam tikroje teritorijoje ar tam tikroje klientų grupėje arba jei naujas produktas pristatomas rinkai laipsniškai, produkto bandymo ar pristatymo rinkai laikotarpiu gali būti ribojamos platintojų, paskirtų parduoti naująjį produktą bandomojoje rinkoje ar dalyvauti pirmajame ir (arba) pirmuosiuose laipsniško pristatymo rinkai etapuose, galimybės vykdyti aktyvų pardavimą už tos bandomosios rinkos ar rinkos ir (arba) rinkų, kuriai (-ioms) tas produktas pirmiausia pristatomas, netaikant 101 straipsnio 1 dalies.

³⁰ Žr. Komisijos komunikato – pranešimo „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, OL C 101, 2004 4 27, p. 97, 18 dalį.

- 63) Pasirinktinio platinimo sistemos atveju paprastai kryžminis tiekimas tarp paskirtųjų platintojų turi būti neribojamas (žr. 58 dalį). Tačiau jei skirtingose teritorijose esantys paskirtieji didmenininkai privalo investuoti į pardavimo skatinimo veiklą savo teritorijose, kad paskatintų paskirtųjų mažmenininkų vykdomą pardavimą, ir pardavimo skatinimo reikalavimų nustatymas susitarimu yra nenaudingas, didmenininkų aktyvaus pardavimo paskirtiesiems mažmenininkams kitų didmenininkų teritorijose apribojimai, nustatyti siekiant išvengti pasinaudojimo, atskirais atvejais gali atitikti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas.
- 64) Apskritai susitarimas, kad už produktus, kuriuos ketinama perparduoti internetu, platintojas mokėtų didesnę kainą nei už produktus, kuriuos ketinama perparduoti ne internetu (dviguba kainodara), yra pagrindinis apribojimas (žr. 52 dalį). Tačiau tam tikromis aplinkybėmis tokie susitarimai gali tenkinti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas. Tokios aplinkybės gali būti, kai gamintojas susitaria dėl tokios dvigubos kainodaros su savo platintojais, dėl to, kad parduodant prekes internetu gamintojas patiria gerokai didesnes išlaidas nei parduodant prekes ne internetu. Pavyzdžiui, kai pardavimas ne internetu apima platintojo atliekamus įrengimo darbus namuose, o pardavimas internetu – ne, parduodant pastaruoju būdu gamintojas gali gauti daugiau klientų skundų ir garantinių pretenzijų. Tokiomis aplinkybėmis Komisija taip pat vertins, kiek apribojimas gali riboti pardavimą internetu ir sudaryti kliūčių platintojui pasiekti daugiau ir įvairesnių klientų.

5. Neleistini apribojimai pagal bendrosios išimties reglamentą

- 65) Bendrosios išimties reglamento 5 straipsnyje nustatyta, kad tam tikriems įsipareigojimams bendrosios išimties reglamentą netaikomas, net jei nėra viršijama rinkos dalies riba. Tačiau bendrosios išimties reglamentą taikomas likusiai vertikaliojo susitarimo daliai, jei tą dalį galima atskirti nuo įsipareigojimų, kuriems išimtis netaikoma.
- 66) Pirmoji tokia galimybė netaikyti bendrosios išimties reglamento yra numatyta jo 5 straipsnio 1 dalies a punkte, ir yra susijusi su įsipareigojimais nekonkuruoti. Įsipareigojimai nekonkuruoti – tai susitarimai, pagal kuriuos pirkėjas turi pirkti iš tiekėjo arba iš kitos tiekėjo nurodytos įmonės daugiau kaip 80 % visų pirkėjo perkamų sutartyje nurodytų prekių ar paslaugų arba jų pakaitalų praėjusiais kalendoriniais metais (kaip apibrėžta bendrosios išimties reglamento 1 straipsnio 1 dalies d punkte), taip kliudant pirkėjui pirkti konkuruojančias prekes ar paslaugas arba apribojant tokį pirkimą iki mažiau kaip 20 % visų jo pirkimų. Kai pirmaisiais metais po susitarimo sudarymo nėra atitinkamų duomenų apie pirkėjo pirkimus per metus iki sudarant sutartį, gali būti naudojamas tinkamiausias pirkėjo metinio viso poreikio apskaičiavimas. Tokiems įsipareigojimams nekonkuruoti bendrosios išimties reglamentą netaikomas, kai jų trukmė nėra nustatyta ar yra ilgesnė kaip penkeri metai. Įsipareigojimams nekonkuruoti, kurie tyliu sutikimu pratęsimi po penkerių metų, bendrosios išimties reglamentą taip pat netaikomas (žr. 5 straipsnio 1 dalies antrą pastraipą). Apskritai įsipareigojimams nekonkuruoti pagal tą reglamentą taikomos išimtys, kai jų trukmė yra penkeri metai arba mažiau ir nėra jokių kliūčių, kurios trukdytų pirkėjui veiksmingai nutraukti įsipareigojimą nekonkuruoti pasibaigus penkerių metų laikotarpiui. Jeigu, pavyzdžiui, susitarime numatytas įsipareigojimas penkerius metus nekonkuruoti ir tiekėjas suteikia pirkėjui paskolą, tos paskolos grąžinimas neturi trukdyti pirkėjui veiksmingai nutraukti įsipareigojimo nekonkuruoti pasibaigus penkerių metų laikotarpiui. Taip pat, kai

tiekėjas aprūpina pirkėją įranga, kuri nėra konkrečiai susijusi, pirkėjas turi turėti galimybę pasibaigus išpareigojimo nekonkuruoti terminui įsigyti šią įrangą rinkos kaina.

- 67) Penkerių metų laikotarpio apribojimas netaikomas, kai pirkėjas perparduoda prekes ar paslaugas „tiekėjui priklausančiose patalpose ir žemėje ar patalpose ir žemėje, kuriuos tiekėjas nuomoja iš trečiųjų šalių, nesusijusių su pirkėju“. Tokiais atvejais išpareigojimas nekonkuruoti gali trukti tiek pat, kiek ir laikotarpis, kuriuo pirkėjas naudojasi pardavimo vieta (bendrosios išimties reglamento 5 straipsnio 2 dalis). Tokios išimties priežastis yra ta, kad paprastai neprotinga tikėtis, jog tiekėjas leis be jo sutikimo parduoti konkuruojančius produktus savo nuosavose patalpose arba žemėje. Tokie patys principai taikomi tais atvejais, kai pirkėjas veikia mobiliajame punkte, kuris priklauso tiekėjui arba tiekėjas jį nuomoja iš trečiųjų šalių, nesusijusių su pirkėju. Netikros nuosavybės pastatams, pavyzdžiui, platintojui perdavus žemės ir patalpų nuosavybės teises tiekėjui tik tam tikram laikotarpiui, siekiant išvengti penkerių metų laikotarpio taikymo, ši išimtis negali būti taikoma.
- 68) Antroji galimybė netaikyti bendrosios išimties numatyta bendrosios išimties reglamento 5 straipsnio 1 dalies b punkte ir yra susijusi su pirkėjo išpareigojimais nekonkuruoti terminui pasibaigus. Paprastai tokiems išpareigojimams bendrosios išimties reglamentas netaikomas, nebent išpareigojimas būtinai reikalingas siekiant apsaugoti tiekėjo pirkėjui perduotą praktinę patirtį ir apsiriboja tik pardavimo vieta, kurioje pirkėjas dirba sutarties laikotarpiu, ir šis išpareigojimas galioja ilgiausiai vienerius metus (žr. bendrosios išimties reglamento 5 straipsnio 3 dalį). Pagal bendrosios išimties reglamento 1 straipsnio 1 dalies g punkte pateiktą apibrėžtį, praktinė patirtis turi būti „svarbi“ – tai reiškia, jog praktinė patirtis apima informaciją, kuri yra svarbi ir naudinga pirkėjui naudojant, parduodant ar perparduodant sutarties prekes ar paslaugas.
- 69) Trečioji bendrosios išimties netaikymo galimybė numatyta bendrosios išimties reglamento 5 straipsnio 1 dalies c punkte ir yra susijusi su konkuruojančių prekių pardavimu pasirinktinio platinimo sistemoje. Bendrosios išimties reglamente numatytas pasirinktinio platinimo derinimas su išpareigojimu nekonkuruoti, kai platintojai išpareigojami visai neperpardavinėti konkuruojančių prekių ženklų. Tačiau jeigu tiekėjas tiesiogiai arba netiesiogiai trukdo savo paskirtiems platintojams iš konkretaus konkuruojančio tiekėjo pirkti produktus perparduoti, tokiam išpareigojimui bendrosios išimties reglamentas negali būti taikomas. Jo netaikymo tokiam išpareigojimui tikslas – išvengti situacijos, kai keletas tiekėjų, naudodamiesi tais pačiais pasirinktinio platinimo punktais, trukdo vienam konkrečiam konkurentui arba keliems konkretiems konkurentams naudotis tais punktais savo produktų pardavimui (naudojimosi teisės atėmimas iš konkuruojančio tiekėjo kolektyvinio boikoto forma)³¹.

³¹ Netiesioginių priemonių, turinčių tokį pašalinimo poveikį, pavyzdį galima rasti Komisijos sprendime 92/428/EEB byloje Nr. IV/33.542, *Parfum Givenchy*, OL L 236, 1992 8 19, p. 11.

6. Atskyrimas

- 70) Bendrosios išimties reglamentu vertikaliesiems susitarimams suteikiama išimtis, jeigu susitarime nenumatyta arba praktikoje nevykdomi pagrindiniai apribojimai, nustatyti to reglamento 4 straipsnyje. Jeigu esama vieno ar daugiau pagrindinių apribojimų, bendroji išimtis netaikoma visam vertikaliam susitarimui. Pagrindinių apribojimų atveju atskyrimas netaikomas.
- 71) Tačiau atskyrimo taisyklė taikoma neleistiniams apribojimams, nustatytiems bendrosios išimties reglamento 5 straipsnyje. Todėl bendroji išimtis netaikoma tik tai vertikaliojo susitarimo daliai, kuri netenkina 5 straipsnyje nustatytų sąlygų.

7. Produktų, platinamų ta pačia platinimo sistema, portfelis

- 72) Kai tiekėjas naudojami ta pačia platinimo sutartimi keletui prekių ar paslaugų platinti, vienoms jų, atsižvelgiant į rinkos dalies ribą, gali būti taikomas bendrosios išimties reglamentas, o kitoms – ne. Tokiu atveju bendrosios išimties reglamentas taikomas tokioms prekėms ir paslaugoms, kurių atžvilgiu tenkinamos taikymo sąlygos.
- 73) Prekių ar paslaugų, kurios nepatenka į bendrosios išimties reglamento taikymo sritį, atžvilgiu taikomos įprastos konkurencijos taisyklės, o tai reiškia, kad:
- a) bendroji išimtis netaikoma, bet taip pat nedaroma ir prielaida dėl neteisėtumo;
 - b) jei esama 101 straipsnio 1 dalies pažeidimo, kuriam negali būti taikoma išimtis, gali būti svarstoma, ar esama tinkamų priemonių konkurencijos problemai veikiančioje platinimo sistemoje išspręsti;
 - c) jei tokių tinkamų priemonių nėra, atitinkamas tiekėjas turės sudaryti kitą platinimo susitarimą.

Tokia situacija gali susiklostyti ir tada, jeigu vieniems produktams 102 straipsnis taikomas, o kitiems – ne.

IV. BENDROSIOS IŠIMTIES ATŠAUKIMAS IR BENDROSIOS IŠIMTIES REGLAMENTO NETAIKYMAS

1. Atšaukimo procedūra

- 74) Bendrosios išimties reglamentu pripažinta teisėtumo prielaida gali būti atšaukta, jeigu manoma, kad vertikalusis susitarimas atskirai arba kartu su kitais panašiais konkuruojančių tiekėjų arba pirkėjų vykdomais susitarimais patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir netenkina visų 101 straipsnio 3 dalies sąlygų.
- 75) 101 straipsnio 3 dalies sąlygos gali būti netenkinamos pirmiausia tuo atveju, kai patekimas į atitinkamą rinką ar konkurencija joje yra gerokai apribota dėl konkuruojančių tiekėjų arba pirkėjų vykdomų panašių vertikalųjų susitarimų lygiagrečių tinklų bendro poveikio. Vertikalųjų susitarimų lygiagretūs tinklai laikomi panašiais, jei jie nustato apribojimus, kurie rinkoje sukelia panašų poveikį. Pavyzdžiui, tokia padėtis gali susiklostyti, kai tam tikroje rinkoje tam tikri tiekėjai vykdo tik kokybinį pasirinktinį platinimą, o kiti tiekėjai vykdo kiekybinį pasirinktinį

platinimą. Tokia padėtis taip pat gali susiklostyti, kai tam tikroje rinkoje, nustatant bendruosius kokybinius kriterijus, sudaromos kliūtys veiksmingesniems platintojams. Tokiomis aplinkybėmis vertinant susitarimą reikia atsižvelgti į antikonkurencinį poveikį, priskiriamą kiekvienam atskiram susitarimų tinklui. Atitinkamais atvejais gali būti atšaukiamas tik konkretus kokybinis kriterijus arba tik kiekybiniai apribojimai, taikomi tam tikram įgaliotųjų platintojų skaičiui.

- 76) Atsakomybė už bendrą antikonkurencinį poveikį gali būti priskirta tik toms įmonėms, dėl kurių jis daugiausia atsirado. Įmonių, kurios neturėjo didelės įtakos bendram poveikiui, sudaryti susitarimai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalyje numatyto draudimo sritį³², todėl jie nėra atšaukimo mechanizmo dalykas. Tokia įtaka bus vertinama vadovaujantis 128–229 dalyse išdėstytais kriterijais.
- 77) Kai taikoma atšaukimo procedūra, Komisijai tenka pareiga įrodyti, kad susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir kad susitarimas netenkina vienos ar kelių 101 straipsnio 3 dalies sąlygų. Sprendimas dėl atšaukimo gali turėti tik *ex nunc* poveikį – tai reiškia, kad atitinkamam susitarimui išimtis nebus taikoma iki tos dienos, kai pradės galioti atšaukimas.
- 78) Kaip nurodyta bendrosios išimties reglamento 14 konstatuojamoje dalyje, valstybės narės konkurencijos institucija gali atšaukti bendrosios išimties reglamento taikymą vertikaliesiems susitarimams, dėl kurių tos valstybės narės teritorijoje ar jos dalyje, turinčioje visus atskiros geografinės rinkos požymius, jaučiamas antikonkurencinis poveikis. Komisija turi išskirtinę teisę atšaukti bendrosios išimties reglamento taikymą vertikaliesiems susitarimams, kuriais apribojama konkurencija atitinkamoje geografinėje rinkoje, kuri yra didesnė nei vienos valstybės narės teritorija. Kai vienos valstybės narės teritorija arba jos dalis yra atitinkama geografinė rinka, Komisija ir susijusi valstybė narė turi vienodą kompetenciją atšaukti.

2. Bendrosios išimties reglamento netaikymas

- 79) Bendrosios išimties reglamento 6 straipsnis įgalina Komisiją reglamentu paskelbti, kad bendrosios išimties reglamentas netaikomas lygiagretiems panašių vertikaliųjų apribojimų tinklams, kai tokie tinklai apima daugiau nei 50 % atitinkamos rinkos. Tokia priemonė netaikoma atskiroms įmonėms – ji taikoma visoms įmonėms, kurių susitarimai yra apibrėžti bendrosios išimties reglamento netaikymo reglamente.
- 80) Kadangi bendrosios išimties reglamento taikymo atšaukimas reiškia sprendimo, kuriuo nustatoma, kad atskira įmonė pažeidė 101 straipsnį, priėmimą, reglamentu, priimtu pagal 6 straipsnį, turi būti tik panaikintas bendrosios išimties reglamento taikymas ir atkurtas viso 101 straipsnio 1 ir 3 dalių taikymas apribojimams bei atitinkamai rinkai. Priėmus reglamentą dėl bendrosios išimties netaikymo tam tikriems vertikaliesiems apribojimams tam tikroje rinkoje, atskiriems susitarimams 101 straipsnis turi būti taikomas vadovaujantis atitinkamose Teisingumo Teismo ir Bendrojo Teismo bylose nustatytais ir Komisijos pranešimuose bei ankstesniuose sprendimuose numatytais kriterijais. Atitinkamais atvejais Komisija priims

³² 1991 m. vasario 28 d. Teisingumo Teismo sprendimas *Stergios Delimitis prieš Henninger Bräu AG*, C-234/89, Rink. I-935.

sprendimą konkrečioje byloje, kuriuo galės vadovautis visos susijusioje rinkoje veikiančios įmonės.

- 81) Norint apskaičiuoti 50 % rinkos aprėpties koeficientą, turi būti atsižvelgiama į kiekvieną vertikalųjų susitarimų, kuriuose numatyta apribojimų, tinklą arba į apribojimų derinį, kuris rinkai daro panašų poveikį. Bendrosios išimties reglamento 6 straipsnis neįpareigoja Komisijos imtis veiksmų, kai viršijama 50 % rinkos dalis. Paprastai netaikymas tinkamas, kai yra tikimybė, kad patekimas į atitinkamą rinką arba konkurencija joje yra pastebimai ribojama. Taip pirmiausia gali būti, kai pasirinktinio platinimo lygiagretūs tinklai, apimantys daugiau kaip 50 % rinkos, yra atsakingi už rinkos apribojimą taikant pasirinkimo kriterijus, kurie nėra reikalingi dėl atitinkamų prekių pobūdžio ar yra diskriminuojantys tam tikrų platinimo būdų, pritaikytų tokių prekių pardavimui, atžvilgiu.
- 82) Vertindama būtinybę taikyti bendrosios išimties reglamento 6 straipsnį, Komisija svarstys, ar individualus atšaukimas būtų priimtinesnė priemonė. Tai ypač gali priklausyti nuo konkuruojančių įmonių, prisidedančių prie bendro poveikio rinkoje, skaičiaus, arba nuo paveiktų geografinių rinkų Sąjungoje skaičiaus.
- 83) Kiekviename reglamente, nurodytame Bendrosios išimties reglamento 6 straipsnyje, turi būti aiškiai nustatyta taikymo sritis. Todėl Komisija, pirma, turi apibrėžti atitinkamą (-as) produkto ir geografinę rinką (-as), ir, antra, turi nustatyti vertikaliojo apribojimo, kuriam nebeturi būti taikomas bendrosios išimties reglamentas, pobūdį. Pastarojo aspekto atžvilgiu Komisija gali moduluoti savo reglamento taikymo sritį atsižvelgdama į konkurencijos klausimą, kurį ji ketina nagrinėti. Pavyzdžiui, nors nustatant 50 % rinkos dalį atsižvelgiama į visus įsipareigojimų pirkti iš vieno tiekėjo susitarimų lygiagrečius tinklus, Komisija vis tiek gali pritaikyti reglamentą dėl netaikymo tik įsipareigojimui nekonkuruoti, kurio trukmė viršija tam tikrą laikotarpį. Taigi trumpesnio laikotarpio ar mažiau ribojantys susitarimai gali būti palikti dėl mažesnio pašalinimo iš rinkos laipsnio, priskirtino tokiems apribojimams. Jeigu tam tikroje rinkoje pasirinktinis platinimas derinamas su papildomais apribojimais, t. y. nekonkuravimu arba kiekybiniu pirkėjo apribojimu, netaikymo reglamentas gali būti taikomas tik tokiems papildomiems apribojimams. Atitinkamais atvejais Komisija taip pat gali pateikti gaires, nustatydamas rinkos dalies lygį, kuris, atsižvelgiant į konkrečią rinką, gali būti laikomas nepakankamu, kad atskira įmonė galėtų pastebimai prisidėti prie bendro poveikio.
- 84) Pagal 1965 m. kovo 2 d. Tarybos reglamentą Nr. 19/65/EEB dėl Sutarties 85 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikroms susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims³³ Komisija turės nustatyti ne trumpesnę kaip šešių mėnesių pereinamąjį laikotarpį, kol bendrosios išimties reglamento netaikymo reglamentas bus pradėtas taikyti. Taip susijusioms įmonėms turėtų būti sudarytos galimybės pakeisti savo susitarimus atsižvelgiant į bendrosios išimties reglamento netaikymo reglamentą.
- 85) Reglamentas dėl bendrosios išimties netaikymo neturės įtakos susijusiems susitarimams laikotarpiu iki jo taikymo pradžios datos.

³³ OL 36, 1965 3 6, p. 533/65, specialusis leidimas lietuvių kalba: skyrius 08 tomas 01 p. 11.

V. RINKOS APIBRĖŽIMAS IR RINKOS DALIES APSKAIČIAVIMAS

1. Komisijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo

86) Komisijos pranešime dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams³⁴ pateikiamos taisyklių, kriterijų ir įrodymų, kuriuos Komisija taiko sprendžiant rinkos apibrėžimo klausimus, gairės. Šis pranešimas šiose gairėse toliau nebus aiškinamas, juo bus remiamasi sprendžiant rinkos apibrėžimo klausimus. Šiose gairėse nagrinėjami tik konkretūs klausimai, kurie susiję su vertikaliais apribojimais ir kurie nėra nagrinėjami tame pranešime.

2. Atitinkama rinka 30 % rinkos dalies ribai pagal bendrosios išimties reglamentą apskaičiuoti

87) Remiantis bendrosios išimties reglamento 3 straipsniu, tiekėjo ir pirkėjo rinkos dalis yra pagrindiniai rodikliai sprendžiant, ar taikoma bendroji išimtis. Kad būtų galima taikyti bendrąją išimtį, ir tiekėjo rinkos dalis rinkoje, kurioje jis parduoda pardavėjui sutarties produktus, ir pirkėjo rinkos dalis rinkoje (-ose), kurioje (-iose) jis perka sutarties produktus, turi neviršyti 30 %. Mažų ir vidutinių įmonių susitarimų atveju paprastai nebūtina apskaičiuoti rinkos dalių (žr. 11 dalį).

88) Siekiant apskaičiuoti įmonės rinkos dalį, būtina nustatyti atitinkamą rinką, kurioje ta įmonė atitinkamai parduoda ar perka sutarties produktus. Atitinkamai turi būti apibrėžtos atitinkamos produkto ir geografinė rinka. Atitinkama produkto rinka apima tokias prekes arba paslaugas, kurias pirkėjas dėl jų savybių, kainų ir numatomos paskirties laiko lygiavertėmis. Atitinkama geografinė rinka apima teritoriją, kurioje susijusios įmonės yra susijusios su atitinkamų prekių ar paslaugų pasiūla arba paklausa, kurioje konkurencijos sąlygos yra gana vienodos ir kuri gali būti atskirta nuo gretimų geografinių teritorijų, nes visų pirma konkurencijos sąlygos tose teritorijose akivaizdžiai skiriasi.

89) Produkto rinka pirmiausia priklauso nuo produkto pakeičiamumo pirkėjo požiūriu. Jeigu tiekiamas produktas yra naudojamas kitam produktui gaminti ir paprastai nėra atpažįstamas galutiniame produkte, produkto rinka paprastai apibrėžiama atsižvelgiant į tiesioginių pirkėjų teikiamą pirmenybę. Pirkėjų klientai paprastai neturi tvirtos nuomonės dėl pirmenybės teikimo produktams, kuriuos pirkėjas naudoja galutiniam produktui gaminti. Paprastai vertikalieji apribojimai, dėl kurių yra susitarę tiekėjas ir toliau gamyboje naudojamo produkto pirkėjas, susiję tik su tarpinio produkto pardavimu ir pirkimu, bet ne su galutinio produkto pardavimu. Galutinių prekių platinimo atveju tai, kokias prekes tiesioginiai pirkėjai laiko pakaitalu, paprastai priklauso nuo galutinių vartotojų teikiamos pirmenybės. Platintojas, kaip perpardavėjas, pirksdamas galutines prekes negali ignoruoti galutinių vartotojų teikiamos pirmenybės. Be to, platinimo lygiu vertikalieji apribojimai paprastai susiję ne tik su produktų pardavimu tarp tiekėjo ir pirkėjo, bet ir su jų perpardavimu. Kadangi paprastai konkuruoja skirtingi platinimo būdai, rinkos apskritai nėra apibrėžiamos pagal taikomą platinimo būdą. Tiekėjai paprastai parduoda produktų portfelį, todėl visas portfelis gali sudaryti produkto rinką, kai pirkėjas pakaitalu laiko visą portfelį, o ne atskirus produktus. Kadangi platintojai yra

³⁴ OL C 372, 1997 12 9, p. 5.

profesionalūs pirkėjai, geografinė didmeninė rinka paprastai yra platesnė už mažmeninę rinką, kurioje produktai perparduodami galutiniam vartotojui. Dažnai tokiu atveju būtina apibrėžti nacionalinę arba platesnę didmeninę rinką. Tačiau mažmeninės rinkos gali būti didesnės nei galutinių vartotojų paieškos teritorijos, jei rinkos sąlygos yra vienodos, ir egzistuoja iš dalies sutampančios vietos ar regioninės rinkos teritorijos.

- 90) Jeigu vertikaliuosius susitarimus sudaro trys šalys, kurių kiekviena veikia skirtingame prekybos lygyje, kiekvienos jų rinkos dalis turi neviršyti 30 %, kad joms būtų taikoma bendroji išimtis. Kaip nurodyta bendrosios išimties reglamento 3 straipsnio 2 dalyje, jei pagal daugiašalį susitarimą įmonė perka sutarties prekes ar paslaugas iš vienos įmonės, kuri yra susitarimo šalis, ir parduoda tas sutarties prekes ar paslaugas kitai įmonei, kuri yra susitarimo šalis, bendroji išimtis taikoma tik tuo atveju, jei jos, ir kaip pirkėjo, ir kaip tiekėjo, rinkos dalis neviršija 30 %. Jeigu, pavyzdžiui, gamintojo, didmenininko (arba mažmenininkų asociacijos) ir mažmenininko susitarime numatytas įsipareigojimas nekonkuruoti, gamintojo ir didmenininko (arba mažmenininkų asociacijos) atitinkamos vartotojų rinkos dalis turi neviršyti 30 %, o didmenininko (arba mažmenininkų asociacijos) ir mažmenininko rinkos dalis turi neviršyti 30 % atitinkamos pirkimo rinkos, kad būtų galima taikyti bendrąją išimtį.
- 91) Kai tiekėjas gamina ir originalią įrangą, ir tos įrangos atsargines arba pakeičiamas dalis, jis neretai bus vienintelis arba didžiausias atsarginių ar pakeičiamų dalių tiekėjas jų aptarnavimo po pardavimo rinkoje. Taip pat taip gali nutikti, kai tiekėjas sudaro rangos sutartį dėl atsarginių arba pakeičiamų dalių gaminimo. Kad būtų taikomas bendrosios išimties reglamentas, atitinkama rinka gali būti originalios įrangos, įskaitant atsargines dalis, rinka, arba atskira originalios įrangos rinka ir aptarnavimo po pardavimo rinka, atsižvelgiant į aplinkybes, pavyzdžiui, į esamų apribojimų poveikį, įrangos eksploatavimo trukmę ir remonto arba pakeitimo sąnaudų svarbą³⁵. Iš esmės, reikia nuspręsti, ar daug pirkėjų rinkdamiesi produktą atsižvelgia į jo eksploatavimo laikotarpio sąnaudas. Jei taip, tai reiškia, kad originalios įrangos ir atsarginių dalių rinka yra bendra.
- 92) Jeigu vertikaliajame susitarime esama nuostatų ne tik dėl sutarties prekių tiekimo, bet ir dėl INT, pavyzdžiui, nuostata dėl tiekėjo prekės ženklo naudojimo siekiant padėti pirkėjui prekiauti sutarties prekėmis, tada tiekėjo rinkos dalis rinkoje, kurioje jis parduoda sutarties prekes, svarbi bendrosios išimties reglamento taikymo požiūriu. Kai franšizės teisių suteikėjas netiekia prekių perparduoti, bet teikia keletą paslaugų ir prekių drauge laikantis nuostatų dėl INT, o tai kartu sudaro verslo būdą, dėl kurio sudaroma franšizės sutartis, franšizės teisių suteikėjui reikia atsižvelgti į savo, kaip verslo būdo suteikėjo, rinkos dalį. Šiuo tikslu franšizės teisių turėtoju suteikėjui reikia apskaičiuoti savo rinkos dalį rinkoje, kurioje taikomas šis verslo būdas, t. y. rinkoje, kurioje franšizės teisių suteikėjas taiko verslo būdą prekėms tiekti ar paslaugoms galutiniam vartotojui teikti. Franšizės teisių suteikėjas savo rinkos dalį turi pagrįsti franšizės gavėjo tiekiamų prekių arba teikiamų paslaugų verte toje

³⁵ Pvz., žr. Komisijos sprendimą *Pelikan/Kyocera* (1995 m.), COM(96) 126 (nepaskelbtas), 87 punktą, ir Komisijos sprendimą 91/595/EEB byloje Nr. IV/M.12, *Varta/Bosch*, OL L 320, 1991 11 22, p. 26, Komisijos sprendimą byloje Nr. IV/M.1094, *Caterpillar/Perkins Engines*, OL C 94, 1998 3 28, p. 23, ir Komisijos sprendimą byloje Nr. IV/M.768, *Lucas/Varity*, OL C 266, 1996 9 13, p. 6. Taip pat žr. pranešimo dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisėje 56 punktą (žr. 86 dalį).

rinkoje. Tokioje rinkoje konkurentai gali būti ne tik kitų franšize perduodamų verslo būdų teikėjai, bet ir pakaitinių prekių arba paslaugų, kurioms franšizė netaikoma, tiekėjai. Pavyzdžiui, nepažeidžiant tokios rinkos apibrėžimo, jei tai būtų greitojo maisto paslaugų rinka, tokioje rinkoje veikiančiam franšizės teisių suteikėjui savo rinkos dalį reikėtų apskaičiuoti remiantis atitinkamais savo franšizės gavėjų duomenimis apie pardavimus toje rinkoje.

3. Rinkos dalių apskaičiavimas pagal bendrosios išimties reglamentą

- 93) Rinkos dalių apskaičiavimą iš esmės reikia pagrįsti vertės duomenimis. Kai vertės duomenų nėra, gali būti atlikti kitokie pagrįsti skaičiavimai. Tokie skaičiavimai gali būti paremti kita patikima rinkos informacija, pavyzdžiui, pardavimų apimties duomenimis (žr. bendrosios išimties reglamento 7 straipsnio a punktą).
- 94) Atliekant konkurencijos analizę, labai svarbus veiksnys gali būti vidaus produkcija, t. y. savo reikmėms naudojami tarpiniai produktai, nes tai vienas iš konkurencijos suvaržymų arba būdas pabrėžti įmonės padėtį rinkoje. Tačiau apibrėžiant rinką ir apskaičiuojant tarpinių prekių ir paslaugų rinkos dalį į vidaus produkciją nebus atsižvelgiama.
- 95) Tačiau esant galutinių produktų dvejojam platinimui, t. y. kai galutinių produktų gamintojas rinkoje veikia ir kaip platintojas, apibrėžiant rinką ir apskaičiuojant rinkos dalį reikia įtraukti jo paties prekių pardavimus, kuriuos gamintojai atliko per savo vertikalčiai integruotus platintojus ir atstovus (žr. bendrosios išimties reglamento 7 straipsnio 2 dalies b punktą). Integruoti platintojai yra susijusios įmonės, kaip apibrėžta bendrosios išimties reglamento 1 straipsnio 1 dalyje³⁶.

VI. ĮGYVENDINIMO POLITIKA ATSKIRAIS ATVEJ AIS

1. Analizės struktūra

- 96) Kai bendroji išimtis netaikoma, svarbu išanalizuoti, ar konkrečiu atveju susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir, jei taip, ar tenkinamos 101 straipsnio 3 dalyje nustatytos sąlygos. Jei jų tikslas nėra riboti konkurenciją ir jei tai visų pirma nėra pagrindiniai konkurencijos apribojimai, nedaroma prielaidos, kad vertikalieji susitarimai, kuriems netaikoma bendroji išimtis, nes viršijama rinkos dalies riba, patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį arba neatitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygų. Reikia atlikti atskirą tikėtino susitarimo poveikio vertinimą. Įmonės skatinamos pačios atlikti vertinimą. Susitarimai, kuriais neribojama konkurencija, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje, arba kurie atitinka 101 straipsnio 3 dalyje nustatytas sąlygas, galioja ir yra vykdytini. Remiantis 2002 m. gruodžio 16 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 1/2003 dėl konkurencijos taisyklių, nustatytų Sutarties 81 ir 82 straipsniuose, įgyvendinimo³⁷ 1 straipsnio 2 dalimi, kad būtų galima pasinaudoti atskira išimtimi pagal 101 straipsnio 3 dalį, pranešimo pateikti nereikia. Kai Komisija nagrinėja atskirą atvejį, ji turi įrodyti, kad nagrinėjamu susitarimu pažeidžiamos 101 straipsnio 1 dalies nuostatos. Įmonės,

³⁶ Siekiant nustatyti šį rinkos apibrėžimą ir apskaičiuoti rinkos dalį, nėra svarbu, ar integruoti platintojai papildomai prekiauja ir konkurentų produktais.

³⁷ OL L 1, 2003 1 4, p. 1.

kurios siekia pasinaudoti 101 straipsnio 3 dalimi, turi įrodyti, kad jos atitinka toje dalyje nustatytas sąlygas. Kai yra įrodomas tikėtinas antikonkurencinis poveikis, prieš Komisijai priimant sprendimą, ar susitarimas atitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygas, įmonės gali pasitelkti veiksmingumo argumentą ir paaiškinti, kodėl tikėtina, kad tam tikra platinimo sistema būtina siekiant suteikti vartotojams naudos nepanaikinant konkurencijos.

- 97) Vertinimas, ar vertikaliuoju susitarimu ribojama konkurencija, bus atliekamas lyginant faktinę padėtį ar ateityje galimą padėtį atitinkamoje rinkoje, kurioje galioja vertikalieji apribojimai, su padėtimi, kuri vyrautų, jeigu susitarime nebūtų numatyta vertikalųjų apribojimų. Vertindama atskirus atvejus Komisija prirėikis atsižvelgs ir į faktinį, ir į galimą poveikį. Kad vertikalieji susitarimai savo poveikiu ribotų konkurenciją, faktinei arba potencialiai konkurencijai jie turi daryti tokį poveikį, kad egzistuoūt gana didelė tikimybė, jog atitinkamoje rinkoje bus neigiamai veikiamos kainos, gamybos apimtis, naujovių diegimas arba prekių ir paslaugų asortimentas arba kokybė. Tikėtinas neigiamas poveikis konkurencijai turi būti pastebimas³⁸. Tikėtina, kad pastebimas neigiamas poveikis konkurencijai atsiranda tuo atveju, kai bent viena iš šalių turi arba įgyja tam tikrą rinkos galią, o susitarimu tą rinkos galią padedama sukurti, išlaikyti arba sustiprinti, arba šalims suteikiama galimybių ja pasinaudoti. Rinkos galia yra galimybė gana ilgą laikotarpį išlaikyti didesnes nei konkurentų kainas, didesnę nei konkurentų kiekybinę produktų gamybos apimtį, produktų kokybę ir asortimentą arba žemesnį nei konkurentų naujovių diegimo lygį. Rinkos galios lygis, kurio paprastai reikia, kad būtų nustatytas 101 straipsnio 1 dalies nuostatų pažeidimas, yra žemesnis už rinkos galios lygį, kuris reikalingas, kad būtų nustatytas dominavimas pagal 102 straipsnį.
- 98) Vertikalieji apribojimai paprastai mažiau žalingi nei horizontalieji. Pagrindinė priežastis, dėl kurios didesnis dėmesys skiriamas horizontaliesiems susitarimams yra ta, kad tokie susitarimai gali būti susiję su konkurentų, gaminančių vienodas arba pakeičiamas prekes ar paslaugas, susitarimu. Esant tokiems horizontaliems ryšiams, vienos įmonės panaudojama rinkos galia (didesnė jos produktų kaina) gali būti naudinga jos konkurentams. Tai gali paskatinti konkurentus skatinti vienas kitą veikti pažeidžiant konkurenciją. Esant vertikaliesiems ryšiams vieno produkto yra kito ištekliai, kitaip tariant, susitarimo šalių veikla papildo viena kitą. Todėl tiekėjų arba gamintojų rinkose veikiančios įmonės rinkos galios panaudojimas paprastai mažins kitos įmonės produkto paklausą. Todėl susitarimą sudariusios įmonės dažniausiai stengiasi sukliudyti kitoms pasinaudoti rinkos galia.
- 99) Tačiau tokia savireguliacijos ypatybė neturėtų būti pervertinama. Kai įmonė neturi rinkos galios, ji gali tik stengtis padidinti savo pelną optimizuodama gamybos ir platinimo procesą pasitelkdama vertikaliosius apribojimus arba be jų. Kalbant bendriau, dėl to, kad vertikaliojo susitarimo šalys papildo viena kitos veiklą siekdamas, kad produktas pasiektų rinką, vertikalieji apribojimai gali sudaryti esmines sąlygas veiksmingumui didėti. Tačiau turėdama rinkos galią įmonė taip pat gali stengtis didinti savo pelną savo tiesioginių konkurentų sąskaita – padidindama jų išlaidas pirkėjų ir galiausiai vartotojų sąskaita, stengdamasi pasisavinti dalį jų perteklinių lėšų. Taip gali atsitikti, kai tiekėjų arba vartotojų rinkoje veikianti įmonė

³⁸

Žr. II.1 skirsnį.

dalijasi papildomu pelnu arba kai viena iš tokių įmonių naudojami vertikaliaisiais viso papildomo pelno pasisavinimo apribojimais.

1.1. Neigiamas vertikaliųjų apribojimų poveikis

- 100) Neigiamas poveikis rinkai, kurį gali sukelti vertikalieji apribojimai ir kuriam siekiama užkirsti kelią remiantis ES konkurencijos teise, yra toks:
- a) antikonkurencinis rinkos apribojimas kitiems tiekėjams arba pirkėjams, didinant patekimo į rinką ar plėtimosi kliūtis;
 - b) tiekėjo ir jo konkurentų konkurencijos mažinimas ir (arba) geresnės galimybės šiems tiekėjams sudaryti slaptą susitarimą, dažnai reiškiantis skirtingų prekės ženklų prekių konkurencijos mažinimą³⁹;
 - c) pirkėjo ir jo konkurentų konkurencijos mažinimas ir (arba) geresnės galimybės šiems konkurentams sudaryti slaptą susitarimą, dažnai reiškiantis tam tikrų prekės ženklų prekių konkurencijos mažinimą, jei tai susiję su platintojų konkurencija dėl to paties tiekėjo prekės ženklo arba produkto;
 - d) rinkos integracijos kliūčių kūrimas, įskaitant visų pirma vartotojų galimybių pirkti prekes arba paslaugas bet kurioje jų pasirinktoje valstybėje narėje apribojimą.
- 101) Rinkos apribojimas, konkurencijos mažinimas ir slaptas susitarimas gamintojų lygmeniu gali pakenkti vartotojams, visų pirma dėl to, kad didinamos didmeninės produktų kainos, ribojamas produktų pasirinkimas, bloginama kokybė arba mažinamas produkto naujovių lygis. Rinkos apribojimas, konkurencijos mažinimas ir slaptas susitarimas platintojų lygmeniu gali pakenkti vartotojams visų pirma dėl to, kad didinamos mažmeninės produktų kainos, ribojamas kainų ir aptarnavimo derinio ir platinimo būdų pasirinkimas, mažinamas mažmeninių paslaugų prieinamumas ir kokybė, taip pat mažinamas platinimo naujovių lygis.
- 102) Rinkoje, kurioje atskiri platintojai platina tik vieno tiekėjo prekės ženklą (-us), dėl to paties prekės ženklo platintojų konkurencijos sumažėjimo sumažės šių platintojų prekės ženklų konkurencija, bet tai gali neturėti neigiamo poveikio platintojų konkurencijai apskritai. Tokiu atveju, jei vyksta arši to paties prekės ženklo prekių konkurencija, nepanašu, kad dėl to paties prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimo atsirastų neigiamas poveikis vartotojams.
- 103) Išskirtiniai sandoriai paprastai yra labiau antikonkurenciniai nei neišskirtiniai. Išskirtiniais sandoriais pagal aiškiai išreikštas sutarties sąlygas arba jos praktinį poveikį viena šalis su kita šalimi sudaro sutartis išskirtinai arba beveik išskirtinai. Pvz., esant įsipareigojimui nekonkuruoti, pirkėjas perka tik vieno prekės ženklo prekes. Kita vertus, privalomo kiekio nustatymas suteikia pirkėjui galimybę pirkti tam tikrą kiekį konkuruojančių prekių. Todėl taikant privalomo kiekio nustatymą rinka apribojama mažiau.

³⁹ Slaptas susitarimas – tai ir aiškus, ir tylus slaptas susitarimas (sąmoninga paralelinė elgsena).

- 104) Vertikalieji apribojimai, taikomi prekėms ir paslaugoms be prekės ženklo, paprastai mažiau žalingi negu apribojimai, kurie turi poveikį prekių ir paslaugų su prekės ženklu platinimui. Naudojant prekės ženklus, didinama produktų diferenciacija ir mažinamas produkto pakeičiamumas, dėl to sumažėja paklausos elastingumas ir padidėja galimybė padidinti kainą. Prekių arba paslaugų su prekės ženklu atskyrimas nuo prekių arba paslaugų be prekės ženklo dažnai sutampa su tarpinių prekių ir paslaugų atskyrimu nuo galutinių prekių ir paslaugų.
- 105) Vertikaliųjų apribojimų derinys paprastai sustiprina neigiamą atskirų apribojimų poveikį. Tačiau kai kurie vertikaliųjų apribojimų deriniai yra mažiau antikoncepciniai, nei atskiras tų apribojimų taikymas. Pvz., išskirtinio platinimo sistemoje platintojas gali susivilioti galimybe didinti produktų kainas, nes sumažėjo to paties prekės ženklo prekių konkurencija. Tokie kainų didinimai gali būti ribojami nustatant privalomą kiekį arba maksimalią perpardavimo kainą. Galimas neigiamas vertikaliųjų apribojimų poveikis sustiprinamas, kai keli tiekėjai ir jų pirkėjai organizuoja savo prekybą panašiu būdu, ir sukeliama vadinamasis bendras poveikis.

1.2. Teigiamas vertikaliųjų apribojimų poveikis

- 106) Svarbu pripažinti, kad vertikalieji apribojimai gali turėti teigiamą poveikį, ypač dėl to, kad skatinama konkuruoti ne kainomis ir gerinti paslaugų kokybę. Kai įmonė neturi rinkos galios, ji gali mėginti didinti savo pelną tik optimizuodama gamybos ir platinimo procesus. Daugeliu atvejų vertikalieji apribojimai gali būti naudingi tuo požiūriu, kad dėl įprastų nepriklausomų tiekėjo ir pirkėjo ryšių, kai nustatoma tik tam tikrų sandorių kaina ir kiekis, gali būti pasiekiamas beveik optimalus investicijų ir pardavimo lygis.
- 107) Nors šiose gairėse siekiama pateikti sąžiningą įvairaus vertikaliųjų apribojimų pagrindimo apžvalgą, jos nepretenduoja į baigtumą arba išsamumą. Tam tikrų vertikaliųjų apribojimų taikymas gali būti pateisinamas toliau išvardytomis priežastimis:
- a) „Pasinaudojimo“ (*angl. free-rider*) problemos sprendimas. Vienas platintojas gali pasinaudoti kito platintojo pastangomis, susijusiomis su pardavimo skatinimu. Ši problema dažniausiai pasitaiko didmenininkų ir mažmenininkų lygiu. Siekiant užkirsti kelią tokiam pasinaudojimui, gali praversti išskirtinis platinimas arba panašūs apribojimai. Siekiančiųjų pasinaudoti kitų šalių pastangomis gali pasitaikyti tarp tiekėjų, pavyzdžiui, kai tiekėjas investuoja į pardavimo skatinimą pirkėjo patalpose, paprastai mažmeniniu lygiu, tai gali būti pritraukti pirkėjų ir jo konkurentams. Šią pasinaudojimo galimybę galima panaikinti nekonkuravimo pobūdžio apribojimais⁴⁰.

Problema atsiranda tik tada, kai iškyla reali pasinaudojimo galimybė. Pasinaudojimo problema tarp pirkėjų gali atsirasti tik teikiant paslaugas iki pardavimo ir vykdant kitą pardavimo skatinimo veiklą, bet ne teikiant paslaugas po pardavimo, už kurias platintojas gali nustatyti kainą atskirai

⁴⁰ Ar klientai apskritai iš viso gauna naudos dėl papildomo pardavimo skatinimo priklauso nuo to, ar papildomu skatinimu informuojama ir įtikinama – taigi, jis yra naudingas daugumai naujų klientų, ar juo daugiausia pasiekiami klientai, kurie jau žino, ką nori pirkti ir kuriems papildomas skatinimas tik arba daugiausia reiškia didesnę kainą.

kiekvienam savo klientui. Paprastai produktas turi būti palyginti naujas arba techniškai sudėtingas, arba lemiamas produkto paklausos veiksnys turi būti jo įvaizdis, nes kitaip vartotojas, atsižvelgdamas į ankstesnę pirkimo patirtį, labai gerai žinos, ko jis nori. Be to, produktas turi būti pakankamai vertingas, nes kitaip vartotojui nevertėtų eiti į vieną parduotuvę informacijos, o į kitą – pirkti. Pagaliau tiekėjui dėl praktinių sumetimų turi būti nepatogu sutartyje nustatyti reikalavimą visiems pirkėjams veiksmingai skatinti pardavimus arba teikti paslaugas.

Pasinaudojimo problema tarp tiekėjų gali kilti esant konkrečioms situacijoms, būtent tuo atveju, kai pardavimo skatinimas vykdomas pirkėjo patalpose ir yra bendro pobūdžio, o ne skirtas konkrečiam prekės ženklui.

- b) „Naujų rinkų atvėrimas arba patekimas į jas“. Kai gamintojas nori patekti į naują geografinę rinką, pavyzdžiui, pirmą kartą eksportuoti į kitą šalį, platintojui dėl to gali prireikti atlikti specialias pradines investicijas, būtinas prekės ženklui rinkoje įtvirtinti. Siekiant įtikinti vietos platintoją vykdyti tokias investicijas, gali prireikti jam suteikti tokią teritorinę apsaugą, kad jis galėtų atgauti šias investicijas, laikinai nustatęs didesnę kainą. Kitose rinkose veikiantiems platintojams turėtų būti tam tikru laikotarpiu neleidžiama prekiauti naujose rinkose (taip pat žr. III.4 skirsnio 61 dalį). Tai ypatingas aprašytas a punkte apibūdintos pasinaudojimo problemos atvejis.
- c) „Pasinaudojimo pripažinimu klausimas“. Kai kuriuose sektoriuose tam tikri mažmenininkai turi tik „kokybiškų“ produktų pardavėjų reputaciją. Tokiu atveju pristatant naują produktą gali būti svarbu pardavimą vykdyti naudojantis šių mažmenininkų paslaugomis. Jeigu gamintojas iš pradžių negali parduoti savo gaminių tik aukštos klasės parduotuvėse, jis rizikuoja būti nepastebėtas, o produkto pristatymas gali nepasisiekti. Todėl gali atsirasti pagrindas tam tikru laikotarpiu leisti taikyti apribojimą, kaip antai išskirtinis arba pasirinktinis platinimas. Apribojimas turi būti pakankamas naujo produkto pristatymui užtikrinti, bet trukti ne taip ilgai, kad nebūtų trukdoma didelio masto platinimui. Tokia nauda labiau tikėtina „patikrintų“ arba sudėtingų prekių, kurių gana daug parduodama galutiniams vartotojams, atveju.
- d) Vadinamoji „palaikymo“ (angl. *hold-up*) problema. Kartais tiekėjas arba pirkėjas turi vykdyti su klientu susijusias investicijas, kaip antai skirtas specialiai įrangai arba mokymui. Pavyzdžiu gali būti sudedamųjų dalių gamintojas, kuris turi gaminti naujas mašinas arba įrankius tam, kad patenkintų konkrečius vieno iš savo klientų reikalavimus. Investuotojas gali nevykdyti reikiamų investicijų tol, kol nebus sudaryti konkretūs tiekimo susitarimai.

Tačiau, kaip ir kitais pasinaudojimo atvejais, turi būti įvykdyta nemažai sąlygų, kol rizika, kad investicijos bus nepakankamos, netapo reali arba akivaizdi. Pirmiausia investicijos privalo būti konkrečiai susijusios. Tiekėjo investicijos yra laikomos konkrečiai susijusiomis, kai, pasibaigus sutarčiai, tiekėjas negali jų panaudoti tiekdamas kitiems klientams, o tik gali jas parduoti patirdamas nemažą nuostolį. Pirkėjo investicijos yra laikomos konkrečiai susijusiomis, kai, pasibaigus sutarčiai, pirkėjas negali jų panaudoti kitų tiekėjų prekėms įsigyti ir (arba) naudoti, o tik gali jas parduoti patirdamas nemažą nuostolį. Taigi investicijos yra konkrečiai susijusios, kai, pavyzdžiui, jas galima panaudoti tik

tam tikro prekės ženklo sudedamosioms dalims gaminti arba tam tikro prekės ženklo prekėms saugoti ir todėl negali būti pelningai panaudotos alternatyvioms prekėms gaminti arba perparduoti. Antra, tai privalo būti ilgalaikės investicijos, kurios neatsiperka per trumpą laiką. Trečia, investicijos turi būti asimetrinės, t. y. viena sutarties šalis investuoja daugiau negu kita šalis. Kai šios sąlygos tenkinamos, paprastai esama pakankamo pagrindo taikyti vertikalųjį apribojimą tokiu laikotarpiu, kiek trunka investicijų nuvertėjimas. Kai investuoja tiekėjas, atitinkamas vertikalusis apribojimas turi būti įsipareigojimas nekonkuruoti arba privalomo kiekio nustatymas, kai investuoja pirkėjas – išskirtinis platinimas, išskirtinio pirkėjo paskyrimas arba išskirtinis tiekimas.

- e) „Specifinė sulaikymo problema, kuri gali kilti perduodant svarbią praktinę patirtį“. Kartą suteikus praktinę patirtį, ji negali būti susigražinta, o šios patirties suteikėjas gali nenorėti, kad ji būtų panaudota jo konkurentų atžvilgiu arba ja pasinaudotų jo konkurentai. Jeigu praktinė patirtis nebuvo lengvai prieinama pirkėjui ir yra svarbi ir būtina vykdant susitarimą, toks praktinės patirties perdavimas gali pateisinti apribojimo (įsipareigojimo nekonkuruoti rūšies), kuris paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, taikymą.
- f) „Vertikaliųjų išorės veiksnių klausimas“. Mažmenininkas gali nepasinaudoti visa nauda, kurią teikia jo pastangos gerinti pardavimą – tam tikra nauda gali tekti gamintojui. Kiekvienu papildomu vienetu, kurį mažmenininkas parduoda sumažinęs jo perpardavimo kainą ar padidindamas pastangas tą vienetą parduoti, pasinaudoja gamintojas, jeigu jo didmeninė kaina yra didesnė už jo ribines gamybos sąnaudas. Taigi, tokie mažmenininko veiksmai gali būti teigiamas išorės veiksnys gamintojui, o vertinant iš gamintojo pozicijų mažmenininkas gali nustatyti per dideles kainas ir (arba) dėti per mažai pastangų parduoti. Neigiamas per didelių mažmenininko nustatytų kainų išorės veiksnys kartais vadinamas „dvigubos maržos problema“ ir jo galima išvengti mažmenininkui nustatant maksimalias perpardavimo kainas. Siekiant padidinti mažmenininko pastangas parduoti, gali praversti pasirinktinis platinimas, išskirtinis platinimas arba panašūs apribojimai⁴¹.
- g) „Masto ekonomija platinimo srityje“. Norėdamas pasinaudoti masto ekonomijos pranašumais ir taip sumažinti savo produkto kainą, gamintojas gali pageidauti, kad jo produkciją perparduotų ribotas platintojų skaičius. Tuo tikslu jis galėtų naudoti išskirtinį platinimą, įsipareigojimą pirkti nustatytą minimalų kiekį, pasirinktinį platinimą, kuriame būtų numatytas minėtasis įsipareigojimas, arba išskirtinį pirkimą.
- h) „Kapitalo rinkos trūkumai“. Įprasti kapitalo teikėjai (bankai, kapitalo rinkos) gali nepakankamai aprūpinti kapitalu, kai jie turi nepakankamai informacijos apie asmenį, kuris skolinasi, arba kai paskolos garantijos yra nepakankamos. Pirkėjas arba tiekėjas gali turėti daugiau informacijos ir, naudodamasis išskirtiniais santykiais, gauti papildomą apsaugą savo investicijoms. Kai tiekėjas suteikia pirkėjui paskolą, pastarajam dėl to gali būti nustatytas

⁴¹ Tačiau žr. pirmesnę išnašą.

įsipareigojimas nekonkuruoti arba pirkti nustatytą kiekį. Kai pirkėjas suteikia tiekėjui paskolą, pastarajam dėl to gali būti nustatytas išskirtinio tiekimo reikalavimas arba įsipareigojimas tiekti nustatytą kiekį.

- i) „Vienodumas ir kokybės standartizacija“. Taikant vertikalųjį apribojimą gali būti sukuriama prekės ženklo įvaizdis, kai platintojams nustatomas tam tikras vienodumo ir kokybės standartizacijos reikalavimas, taip padidinant produkto patrauklumą galutiniam vartotojui ir jo pardavimą. Tai, pavyzdžiui, galima pastebėti pasirinktinio platinimo ir franšizės atveju.
- 108) Iš devynių 107 dalyje išvardytų situacijų aiškiai matyti, kad tam tikromis sąlygomis vertikaliais susitarimais gali būti padedama realizuoti veiksmingumą ir skatinti naujų rinkų plėtrą, ir tai gali kompensuoti neigiamą poveikį. Geriausias to pavyzdys – ribotos trukmės vertikalieji apribojimai, kuriais padedama kurti naujus sudėtingus produktus arba apsaugoti konkrečiai susijusias investicijas. Vertikalūs apribojimai kartais reikalingas tol, kol tiekėjas parduoda savo produktą pirkėjui (žr. 107 dalies a, e, f, g ir i punktuose aprašytas situacijas).
- 109) Daugumą vertikalųjų apribojimų galima vieną kitu pakeisti. Dėl šios priežasties ta pati neveiksmingumo problema gali būti sprendžiama taikant skirtingus vertikaluosius apribojimus. Pavyzdžiui, masto ekonomiją galima pasiekti taikant išskirtinį platinimą, pasirinktinį platinimą, privalomo kiekio nustatymą arba išskirtinį pirkimą. Tačiau skirtingi vertikalieji apribojimai gali turėti skirtingą neigiamą poveikį konkurencijai, o tai svarbu vertinant apribojimo būtinumą pagal 101 straipsnio 3 dalį.

1.3. *Analizės metodas*

- 110) Vertikaliojo apribojimo vertinimas paprastai apima šiuos keturis etapus⁴²:
- Pirmiausia, dalyvaujančios įmonės turi nustatyti tiekėjui ir pirkėjui tenkančias rinkos dalis rinkose, kuriose jie atitinkamai parduoda ir perka sutarties produktus.
 - Jeigu ir tiekėjo, ir pirkėjo atitinkamos rinkos dalis neviršija 30 % ribos, vertikalūs susitarimas patenka į bendrosios išimties reglamento taikymo sritį, atsižvelgiant į pagrindinius apribojimus ir apribojimus, kuriems taikoma išimtis, išdėstyta tame reglamente.
 - Jeigu tiekėjo ir (arba) pirkėjo atitinkamos rinkos dalis viršija 30 % ribą, būtina įvertinti, ar vertikalūs susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį.
 - Jeigu vertikalūs susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, būtina išnagrinėti, ar jis tenkina 101 straipsnio 3 dalyje nustatytas išimties taikymo sąlygas.

⁴² Šie etapai nėra teisinis pagrindimas, kuriuo Komisija išdėstyta tvarka turėtų vadovautis siekdama priimti sprendimą.

1.3.1. Svarbūs vertinimo pagal 101 straipsnio 1 dalį veiksniai

- 111) Vertindama atvejus, kai rinkos dalis viršija 30 %, Komisija atliks išsamią konkurencijos analizę. Svarbiausi vertinimo, ar vertikalusis susitarimas pastebimai riboja konkurenciją, kaip apibūdinta 101 straipsnio 1 dalyje, veiksniai yra šie:
- a) susitarimo pobūdis;
 - b) šalių padėtis rinkoje;
 - c) konkurentų padėtis rinkoje;
 - d) sutarties prekių pirkėjų padėtis rinkoje;
 - e) patekimo į rinką kliūtys;
 - f) rinkos brandumas;
 - g) prekybos lygis;
 - h) produkto pobūdis;
 - i) kiti veiksniai.
- 112) Tam tikrų veiksmų svarba tam tikrais atvejais gali skirtis ir priklausyti nuo visų kitų veiksmų. Pvz., didelė šalių rinkos dalis paprastai yra tinkamas rinkos galios nustatymo rodiklis, tačiau esant mažoms patekimo į rinką kliūtims ji gali ir neatspindėti rinkos galios. Todėl neįmanoma nustatyti griežtų taisyklių dėl atskirų veiksmų svarbos.
- 113) Vertikalieji susitarimai gali būti įvairios struktūros ir pavidalo. Todėl svarbu išanalizuoti susitarimo pobūdį, atsižvelgiant į susitarime numatytus apribojimus, tų apribojimų trukmę ir bendro pardavimo rinkoje, kurios atžvilgiu taikomi apribojimai, procentą. Gali prireikti vertinti ne tik susitarime tiesiogiai nustatytas sąlygas. Tai, kad egzistuoja netiesioginiai apribojimai, galima suprasti iš to, kaip šalys įgyvendina susitarimą ir su kokiomis paskatomis susiduria.
- 114) Iš šalių padėties rinkoje galima spręsti, kokią rinkos galią, jei tokia yra, turi tiekėjas, pirkėjas arba šios abi šalys. Kuo didesnė jų rinkos dalis, tuo didesnę rinkos galią jie gali turėti. Taip yra visų pirma tais atvejais, kai rinkos dalies dydis priklauso nuo sąnaudų pranašumo arba kitų konkurencinių pranašumų prieš konkurentus. Tokie konkurenciniai pranašumai gali kilti, pavyzdžiui, dėl to, kad konkurentas rinkoje turi pradininko pranašumą (užima geriausią vietą ir pan.), turi svarbius patentus arba pažangiausias technologijas, pirmauja pagal prekės ženklus arba turi geresnį produktų portfelį.
- 115) Tokie rodikliai, būtent rinkos dalis ir galimi konkurenciniai pranašumai, taikomi ir konkurentų padėčiai rinkoje vertinti. Kuo stipresni konkurentai ir kuo jų daugiau, tuo mažesnė rizika, kad šalys sugebės vienos pačios pasinaudoti rinkos galia ir rinką riboti arba mažinti konkurenciją. Taip pat svarbu išnagrinėti, ar esama veiksmingų ir laiku įgyvendinamų atsakomųjų strategijų, kuriomis konkurentai greičiausiai pasinaudotų. Tačiau jeigu konkurentų skaičius tampa gana mažas ir jų padėtis rinkoje

(dydis, sąnaudos, mokslinių tyrimų ir taikomosios veiklos potencialas ir pan.) yra gana panaši, dėl tokios rinkos struktūros gali išaugto slapto susitarimo sudarymo galimybė. Iš rinkos dalių svyravimo arba sparčių pokyčių paprastai galima spręsti, kad vyksta intensyvi konkurencija.

- 116) Iš šalių klientų padėties rinkoje galima spręsti, ar vienas arba keli pirkėjai turi pirkėjo galią. Pirmasis pirkėjo galios rodiklis – kliento rinkos dalis pirkimo rinkoje. Ši dalis atspindi, kokią reikšmę galimiems tiekėjams turės kliento paklausa. Kiti rodikliai susiję su pirkėjo padėtimi perpardavimo rinkoje, įskaitant tokius požymius, kaip antai platus jam priklausančių prekybos punktų geografinis pasiskirstymas, jo prekės ženklai, įskaitant nuosavus prekės ženklus, ir jų įvaizdis tarp galutinių vartotojų. Tam tikromis aplinkybėmis pirkėjo galia gali užkirsti kelią šalių galimybei pasinaudoti rinkos galia ir taip išspręsti konkurencijos problemą, kuri kitu atveju būtų egzistavusi. Taip yra visų pirma tuo atveju, kai tvirtą padėtį užimantys klientai turi galimybių ir akstiną siekti, kad, vykstant nedideliame, bet nuolatiniame santykinių kainų didėjimui, į rinką patektų nauji tiekėjai. Jeigu tvirtą padėtį užimantys klientai vien tik reikalauja sau palankių sąlygų arba kainų didėjimo našta perkelia savo klientams, šie klientai neužima tokios padėties, kad galėtų užkirsti kelią šalių galimybei pasinaudoti savo rinkos galia.
- 117) Patekimo į rinką kliūtys vertinamos pagal tai, kiek tai rinkai priklausančios įmonės, nepritraukdamos naujo rinkos dalyvio, gali kelti savo kainas virš konkurencinio lygio. Jeigu kliūčių patekti į rinką nėra, didinti kainas taps nepelninga, nes į rinką galima patekti lengvai ir greitai. Jeigu veiksmingai patekti į rinką, užkertant kelią rinkos galios naudojimui arba šią galią sumažinant, bus galima po vienerių arba dvejų metų, paprastai laikoma, kad patekimo į rinką kliūtys yra nedidelės. Įėjimo į rinką kliūtys gali atsirasti dėl įvairių veiksnių, kaip antai masto ekonomija ir apimtis, vyriausybės reglamentai, ypač kai jais nustatomos išskirtinės teisės, valstybės pagalba, importo tarifai, intelektinės nuosavybės teisės, išteklių valdymas, kai tiekimas ribojamas dėl, pvz., natūralių apribojimų⁴³, pagrindinė infrastruktūra, pradininko pranašumas bei aktyvia tam tikrą laiką vykdyta reklama pasiektas vartotojų lojalumas prekės ženklui. Vertikalieji apribojimai ir vertikali integracija gali taip pat būti patekimo į rinką kliūtys, dėl kurių patekimas yra sunkesnis ir rinką (potencialiems) konkurentams ribojama. Patekimo į rinką kliūtys gali egzistuoti tik tiekėjo, tik pirkėjo arba abiem lygiais. Ar kai kurie iš šių veiksnių turėtų būti apibrėžti kaip patekimo kliūtys visų pirma priklauso nuo to, ar jie susiję su negrįžtamosiomis sąnaudomis. Negrįžtamosios sąnaudos – tai sąnaudos, patiriamos siekiant patekti į rinką arba veikti joje, kurios prarandamos, kai išeinama iš rinkos. Reklamos, skirtos vartotojų lojalumui pasiekti, sąnaudos paprastai yra negrįžtamosios sąnaudos, nebent rinką paliekanti įmonė galėtų savo prekės ženklą parduoti arba kaip nors kitaip jį panaudoti nepatirdama nuostolių. Kuo didesnė tikimybė, kad sąnaudos bus negrįžtamos, tuo labiau potencialūs rinkos dalyviai turi pasverti patekimo į rinką riziką, ir tuo labiau tikėtina, kad rinkos dalyviams reikės konkuruoti su naujais konkurentais, kadangi dėl negrįžtamųjų sąnaudų rinkos dalyviams tampa brangu palikti rinką. Kai, pvz., platintojai yra susieti su gamintoju įsipareigojimu nekonkuruoti, rinkos apribojimo poveikis bus didesnis, jeigu savo platinimo punktam steigti potencialiems rinkos dalyviams reikės negrįžtamųjų sąnaudų. Apskritai patekimui į rinką reikalingos negrįžtamosios sąnaudos kartais gali

⁴³ Žr. Komisijos sprendimą 97/26/EB (Byla Nr. IV/M.619, *Gencor/Lonrho*), OL L 11, 1997 1 14, p. 30.

būti mažesnės, o kartais – didesnės. Todėl tikroji konkurencija paprastai yra veiksmingesnė ir vertinant atskirus atvejus yra svarbesnė, nei potenciali konkurencija.

- 118) Brandi rinka – tai rinka, kuri tam tikrą laiką jau egzistavo, kurioje taikoma technologija yra gerai žinoma, plačiai paplitusi ir per daug nesikeičianti, kurioje nėra svarbių naujovių prekės ženklų atžvilgiu ir kurioje paklausa yra palyginti pastovi arba mažėjanti. Tokioje rinkoje neigiamas poveikis yra labiau tikėtinas negu dinamiškesnėse rinkose.
- 119) Nustatant prekybos lygį, skiriamos tarpinės ir galutinės prekės bei paslaugos. Tarpinės prekės ir paslaugos parduodamos įmonėms kaip ištekliai kitoms prekėms arba paslaugoms gaminti ir paprastai neatpažįstamos galutinėse prekėse arba paslaugose. Tarpinių produktų pirkėjai paprastai yra gerai informuoti, sugeba įvertinti kokybę, todėl jiems mažesnę įtaką daro prekės ženklas ir įvaizdis. Galutinės prekės yra tiesiogiai arba netiesiogiai parduodamos galutiniams vartotojams, kuriems prekės ženklas arba įvaizdis daro didesnę įtaką. Kadangi platintojai (mažmenininkai, didmenininkai) turi atsižvelgti į galutinių vartotojų paklausą, konkurencija gali labiau nukentėti, kai platintojams neleidžiama parduoti vieno ar daugiau prekės ženklų prekių, negu kai tarpinių produktų pirkėjams neleidžiama pirkti konkuruojančių produktų iš tam tikrų tiekimo šaltinių.
- 120) Produkto pobūdis yra ypač svarbus galutiniams produktams, vertinant tiek galimą neigiamą, tiek teigiamą poveikį. Vertinant galimą neigiamą poveikį svarbu, ar produktai rinkoje yra labiau vienaarūšiai, ar įvairiarūšiai, ar produktas yra brangus (jam nupirkti išleidžiama didelė dalis vartotojų biudžeto), ar nebrangus, ar produktas yra perkamas vieną kartą, ar kelis kartus. Paprastai, kai produktas yra labiau įvairiarūšis, pigesnis ir atrodo, kad bus perkamas vieną kartą, tikėtina, kad vertikalieji apribojimai veikiau turės neigiamą poveikį.
- 121) Vertinant tam tikrus apribojimus gali prireikti atsižvelgti į kitus veiksnius. Tokie veiksniai gali būti bendras poveikis, t. y. panašių kitų susitarimų apimama rinkos dalis, ar susitarimas būtų „primestas“ (apribojimai arba išipareigojimai priskiriami daugiausia tik vienai šaliai), ar „sutartas“ (su apribojimais arba ipareigojimais sutinka abi šalys), taip pat reguliavimo aplinka ir elgsena, iš kurios galima spręsti apie slaptą susitarimą ar jo sudarymo galimybę, pvz., kainų diktavimas, kainų keitimas iš anksto nepranešus, „teisingų“ kainų aptarimas, kainų nelankstumas esant pertekliniams pajėgumams, diskriminacija kainomis ir praeityje buvę slapti susitarimai.

1.3.2. Svarbūs vertinimo pagal 101 straipsnio 3 dalį veiksniai

- 122) Ribojantys vertikalieji susitarimai taip pat gali turėti teigiamą poveikį konkurencijai, nes jais skatinamas veiksmingumas, o tai gali nusverti neigiamą susitarimų antikonkurencinį poveikį. Toks vertinimas atliekamas pagal 101 straipsnio 3 dalį, kurioje numatyta 101 straipsnio 1 dalyje nustatytos draudimo taisyklės taikymo išimtis. Tam, kad ši išimtis būtų taikoma, vertikaliuoju susitarimu turi būti teikiama objektyvi ekonominė nauda, konkurencijos apribojimai turi būti būtini siekiant veiksmingumo, vartotojai turi gauti sąžiningą sukurtos naudos dalį, susitarimu

įmonėms neturi būti suteikta galimybė panaikinti konkurenciją didelės atitinkamų produktų dalies atžvilgiu⁴⁴.

- 123) Ribojančių susitarimų vertinimas pagal 101 straipsnio 3 dalį atliekamas atsižvelgiant į faktines šių susitarimų sudarymo aplinkybes⁴⁵ ir į aplinkybes konkrečiu metu. Atliekant vertinimą, didelę įtaką turi esminis faktų pasikeitimas. 101 straipsnio 3 dalyje numatyta taisyklės išimtis taikoma tol, kol tenkinamos visos keturios sąlygos, ir nustoja būti taikoma, kai šios sąlygos nebetenkinamos⁴⁶. Taikant 101 straipsnio 3 dalį pagal šiuos principus, būtina atsižvelgti į bet kurios šalies investicijas, reikiamą laikotarpį ir apribojimus, kuriuos reikia įveikti, kad būtų atliktos ir susigražintos veiksmingumą skatinančios investicijos.
- 124) Pagal pirmąją 101 straipsnio 3 dalies sąlygą reikalaujama įvertinti, kokią objektyvią naudą, kalbant apie veiksmingumą, teikia susitarimas. Šiuo atžvilgiu vertikalieji susitarimai dažnai gali padėti siekti veiksmingumo, kaip paaiškinta 1.2 skirsnyje, gerinant būdą, kuriuo šalys vykdo savo papildomą veiklą.
- 125) Taikydama būtinumo kriterijų, nustatytą 101 straipsnio 3 dalyje, Komisija visų pirma analizuos, ar konkrečiais apribojimais suteikiama galimybė sutarties produktų gamybą, pirkimą ir (arba) pardavimą arba perpardavimą vykdyti veiksmingiau, nei nesant atitinkamo apribojimo. Atliekant tokį vertinimą, būtina atsižvelgti į rinkos sąlygas ir aplinkybes, su kuriomis šalys susiduria. Įmonės, siekiančios pasinaudoti 101 straipsnio 3 dalies taikymu, neprivalo svarstyti hipotetinių ir teorinių alternatyvų. Tačiau jos turi paaiškinti ir įrodyti, kodėl beveik realios ir kur kas mažiau ribojančios alternatyvos būtų ne tokios veiksmingos. Jeigu alternatyvos, kuri komerciniu požiūriu atrodo esanti reali ir mažiau ribojanti, taikymas lemtų reikšmingą veiksmingumo sumažėjimą, analizuojamas apribojimas būtų vertinamas kaip būtinas.
- 126) Sąlyga, kad pirkėjai turi gauti sąžiningą naudos dalį, reiškia, kad pagal vertikalųjį susitarimą perkamų ir (arba) parduodamų arba perparduodamų produktų pirkėjams turi būti atlyginamas bent jau neigiamas susitarimo poveikis⁴⁷. Kitaip tariant, gaunama nauda turi kompensuoti tikėtiną susitarimo neigiamą poveikį kainoms, produkcijai ir kitiems svarbiems veiksniams.
- 127) Remiantis paskutiniąja 101 straipsnio 3 dalyje nurodyta sąlyga, kad susitarimas neturi suteikti galimybės panaikinti konkurenciją didelei atitinkamų produktų daliai, preziumuojama likusio konkurencinio spaudimo rinkoje ir susitarimo poveikio tokiems konkurencijos šaltiniams analizė. Taikant paskutiniąją 101 straipsnio 3 dalies sąlygą, būtina atsižvelgti į 101 straipsnio 3 dalies ir 102 straipsnio ryšį. Pagal nusistovėjusią teismų praktiką, 101 straipsnio 3 dalies taikymas negali trukdyti

⁴⁴ Žr. Komisijos komunikatą – pranešimą „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, OL C 101, 2004 4 27, p. 97.

⁴⁵ Žr. 1985 m. rugsėjo 17 d. Teisingumo Teismo sprendimą *Ford* sujungtose bylose 25/84 ir 26/84, Rink. p. 2725.

⁴⁶ Žr., pavyzdžiui, Komisijos sprendimą 1992/242/EB (byla Nr. IV/36.237-TPS), OL L 90, 1999 4 2, p. 6. Taip pat ir 101 straipsnio 1 dalyje numatytas draudimas taikomas tol, kol susitarimas turi ribojantį tikslą arba poveikį.

⁴⁷ Žr. Komisijos komunikatą – pranešimą „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, OL C 101, 2004 4 27, p. 97, 85 dalį.

taikyti 102 straipsnį⁴⁸. Be to, kadangi ir 101, ir 102 straipsnio tikslas – išlaikyti veiksmingą konkurenciją rinkoje, siekiant nuoseklumo reikalaujama, kad 101 straipsnio 3 dalis būtų aiškinama kaip draudžianti taikyti išimtį ribojantiems susitarimams, kurie suteikia galimybę piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi⁴⁹. Vertikaliuoju susitarimu negali būti panaikinta veiksminga konkurencija pašalinant visus ar daugumą esamų faktinės ar galimos konkurencijos šaltinių. Įmonių konkurencija yra pagrindinis veiksnys, skatinantis ekonomikos veiksmingumą, įskaitant dinamišką veiksmingumą, pasireiškiantį naujovėmis. Be šios konkurencijos dominuojanti įmonė nebus pakankamai motyvuota toliau didinti veiksmingumo ir perduoti pažangos kitiems. Kai nėra konkurencijos ir jokios iš anksto numatomos patekimo į rinką grėsmės, konkurencijos apsauga ir konkurencinis procesas yra svarbesni už galimą veiksmingumo padidėjimą. Ribojantis susitarimas, kuriuo išsaugoma, sukuriama arba sustiprinama į monopoliją vis labiau panaši rinkos padėtis, paprastai negali būti pateisinamas veiksmingumo didinimu.

2. Konkrečių vertikalųjų apribojimų analizė

128) Labiausiai paplitę vertikalieji apribojimai ir vertikalųjų apribojimų deriniai likusioje gairių dalyje analizuojami pagal 92–127 dalyse pateiktą analizės struktūrą. Yra kitų apribojimų ir jų derinių, dėl kurių nepateikiama nurodymų šiose gairėse. Tačiau jie bus nagrinėjami pagal tuos pačius principus, daugiausia dėmesio taip pat skiriant poveikiui rinkai.

2.1. Įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo (angl. „single branding“)

129) Į įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo kategoriją patenka tie susitarimai, kurių pagrindinis elementas yra faktas, kad pirkėjas įsipareigojamas arba skatinamas daugiau savo užsakymų tam tikrai produkto rūšiai teikti vienam tiekėjui. Šis elementas, be visa kita, gali būti vertinamas kaip nekonkuravimas arba kiekybinis pirkėjo apribojimas. Įsipareigojimas nekonkuruoti pagrįstas įsipareigojimu arba skatinimo sistema, pagal kurią pirkėjas verčiamas įsigyti daugiau kaip 80 % jam reikalingų produktų tam tikroje rinkoje tik iš vieno tiekėjo. Tai nereiškia, kad pirkėjas gali tiesiogiai pirkti tik iš tam tikro tiekėjo, tai reiškia, kad pirkėjas negali pirkti ir perparduoti arba panaudoti gamybai konkuruojančių prekių arba paslaugų. Privalomo kiekio nustatymas pirkėjui yra ne toks griežtas įsipareigojimas nekonkuruoti, kai dėl paskatų arba įsipareigojimų, dėl kurių susitaria tiekėjas su pirkėju, pastarasis priverstas pirkti daugiausia iš vieno tiekėjo. Privalomo kiekio nustatymas gali būti taikomas įvairiai, pavyzdžiui, kaip minimalaus pirkimo reikalavimas, atsargų laikymo reikalavimas arba nelinijinis kainų nustatymas taikant sąlyginių nuolaidų schemas arba dviejų dalių tarifus (fiksiuotas mokestis kartu su vieneto kaina). Tikėtina, kad vadinamoji „angliška sąlyga“, pagal kurią reikalaujama,

⁴⁸ Žr. 2000 m. kovo 16 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Compagnie Maritime Belge* sujungtose bylose C-395/96 P ir C-396/96 P, Rink. I-1365, 130 punktą. Panašiai ir 101 straipsnio 3 dalies taikymas netrukdo taikyti Sutartyje nustatytą laisvo prekių, paslaugų, asmenų ir kapitalo judėjimo taisyklių. Šios nuostatos tam tikromis aplinkybėmis taikomos susitarimams, sprendimams ir suderintiems veiksams, nurodytiems 101 straipsnio 1 dalyje; žr. 2002 m. vasario 19 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Wouters*, C-309/99, Rink. I-1577, 120 punktą.

⁴⁹ Žr. 1990 m. vasario 21 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimą *Tetra Pak (I)*, T-51/89, Rink. p. II-309. Taip pat žr. Komisijos komunikato – pranešimo „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, OL C 101, 2004 4 27, p. 97, 106 dalį.

kad pirkėjas praneštų apie kiekvieną geresnį pasiūlymą, ir tokį pasiūlymą leidžiama priimti tik tuomet, kai tiekėjas tokio pasiūlymo pateikti negali, gali turėti tokį pat poveikį, kaip ir įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo, ypač dėl to, kad pirkėjas turi atskleisti, kas pateikia geresnį pasiūlymą.

- 130) Galimas įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo pavojus konkurencijai yra toks, kad bus apribota rinka konkuruojantiems tiekėjams ir potencialiems tiekėjams, susilpninta konkurencija ir sudarytos palankios sąlygos slaptam tiekėjų susitarimui (bendras poveikis) ir, kai pirkėjas yra mažmenininkas, parduodantis galutiniam vartotojui, pardavimo vietose neliks skirtingų prekės ženklų prekių konkurencijos. Visi šie trys ribojantys veiksniai turi tiesioginį poveikį skirtingų prekės ženklų prekių konkurencijai.
- 131) Įsipareigojimui pirkti iš vieno tiekėjo bendrosios išimties reglamentas taikomas tuo atveju, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, ir jeigu įsipareigojimas nekonkuruoti trunka ne ilgiau kaip penkerius metus. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų atvejų, kai rinkos dalis yra didesnė arba trukmė ilgesnė nei penkeri metai, vertinimo gairės.
- 132) Galimybė, kad vieno konkretaus tiekėjo taikomas įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo gali sukelti antikonkurencinį galimybių apribojimą pirmiausia atsiranda tada, kai, nesant tų įsipareigojimų, nemenką konkurencinį spaudimą daro konkurentai, kurių arba dar nėra rinkoje tuo metu, kai atsiranda minėtieji įsipareigojimai, arba jie negali konkuruoti dėl visiško klientų aprūpinimo. Konkurentai gali neturėti galimybių konkuruoti dėl visos tokio konkretaus tiekėjo paklausos, nes dominuojanti įmonė yra neišvengiamas prekybos partneris bent jau rinkos paklausos dalies atžvilgiu, pavyzdžiui, todėl, kad jos gaminamomis prekėmis tiesiog būtina prekiauti, nes jas renkasi daugelis galutinių vartotojų (angl. *must stock item*), arba todėl, kad kitų tiekėjų pajėgumai yra tokie riboti, kad tik toks konkretus tiekėjas gali patenkinti paklausos dalį⁵⁰. Todėl tiekėjo padėtis rinkoje yra vienas svarbiausių veiksnių vertinant galimą įsipareigojimų pirkti iš vieno tiekėjo antikonkurencinį poveikį.
- 133) Jeigu konkurentai gali vienodomis sąlygomis konkuruoti dėl visos kiekvieno individualaus kliento paklausos, vieno konkretaus tiekėjo taikomi įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo tikriausiai nepakenks veiksmingai konkurencijai, nebent klientams būtų sunku pasirinkti kitą tiekėją dėl įsipareigojimų pirkti iš vieno tiekėjo trukmės arba rinkos aprėpties. Kuo didesnė tokiu įsipareigojimu susietos rinkos dalis, t. y. ta tiekėjo rinkos dalis, kurioje taikomas įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo, tuo didesnė tikimybė, kad bus apribota didesnė rinkos dalis. Taip pat kuo ilgiau trunka įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo, tuo didesnė rinkos dalis gali būti apribota. Įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo, kurie trunka mažiau nei vienerius metus ir kuriuos sudaro nedominuojančios įmonės, paprastai nesukelia pastebimo antikonkurencinio poveikio arba bendro neigiamo poveikio. Kai įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo, kuriuos prisiėmė nedominuojančios įmonės, trunka nuo vienerių iki penkerių metų, paprastai reikia rasti tinkamą teigiamo ir neigiamo antikonkurencinio poveikio pusiausvyrą. Tuo tarpu įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo, kurie trunka ilgiau nei penkerius metus, daugelio rūšių investicijų atveju nėra

⁵⁰ 2003 m. spalio 23 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Van den Bergh Foods* prieš *Komisiją*, T-65/98, Rink. p. II-4653, 104 ir 156 punktai.

laikomi būtini, kad būtų galima pasiekti reikiamo veiksmingumo, arba veiksmingumas yra nepakankamas, kad nusvertų rinkos apribojimo poveikį. Labiau tikėtina, kad įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo paskatins antikonkurencinį rinkos apribojimą tuo atveju, kai juos prisiima dominuojančios įmonės.

- 134) Vertinant tiekėjo rinkos galią svarbi jo konkurentų padėtis rinkoje. Jeigu konkurentų pakankamai daug ir jie stiprūs, pastebimas antikonkurencinis poveikis nėra tikėtinas. Rinkos apribojimas konkurentams mažai tikėtinas, kai jų padėtis rinkoje panaši ir jie siūlo tiek pat patrauklius produktus. Tačiau tokiu atveju rinkos apribojimas potencialiems konkurentams įmanomas, kai atitinkamoje rinkoje nemaža dalis pagrindinių tiekėjų su daugeliu pirkėjų sudaro sutartis, kuriose numatytas įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo (bendro poveikio atvejis). Esant tokiai situacijai susitarimais, kuriuose numatytas įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo, taip pat gali būti sudarytos palankesnės sąlygos slaptiems konkuruojančių tiekėjų susitarimams. Jeigu šiems tiekėjams atskirai yra taikomas bendrosios išimties reglamentas, atšaukti bendrąją išimtį gali būti būtina tam, kad būtų galima panaikinti tokį neigiamą bendrą poveikį. Jeigu įsipareigojimu susieta rinkos dalis yra mažesnė nei 5 %, paprastai nemanoma, kad ji galėtų svariai prisidėti prie bendro rinkos apribojimo poveikio.
- 135) Tais atvejais, kai didžiausio tiekėjo rinkos dalis yra mažesnė nei 30 %, o penkių didžiausių tiekėjų rinkos dalis yra mažesnė nei 50 %, atskiras arba bendras antikonkurencinis poveikis mažiau tikėtinas. Jeigu potencialus rinkos dalyvis negali pelningai patekti į rinką, taip gali būti dėl kitokių veiksnių, o ne dėl įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo – pvz., dėl vartotojų teikiamos pirmenybės tam tikriems produktams.
- 136) Patekimo į rinką kliūtys – svarbus veiksnys siekiant nustatyti, ar esama antikonkurencinio rinkos apribojimo. Jeigu konkuruojantys tiekėjai savo produktams gali palyginti lengvai surasti naujų arba alternatyvių pirkėjų, rinkos apribojimas neturėtų būti didelė problema. Tačiau neretai patekimo kliūčių esama tiek gamybos, tiek platinimo lygiu.
- 137) Pasipriešinimo galia yra svarbi, kadangi pajėgūs pirkėjai taip lengvai neatsisakys pirkti konkuruojančių prekių arba paslaugų. Dar bendriau tariant, siekiant įtikinti klientus sutikti pirkti iš vieno tiekėjo, pastarajam gali tekti pirkėjams visiškai ar iš dalies kompensuoti tai, kad dėl išskirtinumo nebelieka konkurencijos. Jeigu tokia kompensacija suteikiama, klientas gali turėti savų interesų prisiimti tiekėjo nustatytą įsipareigojimą pirkti iš vieno tiekėjo. Bet būtų neteisinga dėl to iš karto daryti išvadą, kad apskritai visi įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo yra naudingi tos rinkos klientams ir galutiniams vartotojams. Ypač nepanašu, kad naudos turės visi vartotojai, jeigu vartotojų esama daug, o dėl įsipareigojimų pirkti iš vieno tiekėjo konkuruojančioms įmonėms trukdoma patekti į rinką arba plėstis.
- 138) Galiausiai yra svarbus prekybos lygis. Antikonkurencinis rinkos apribojimas mažiau tikėtinas tarpinių produktų atveju. Kai tarpinio produkto tiekėjas nėra dominuojantis, konkuruojantys tiekėjai vis dar turi nemažą dalį paklausos, kuri yra „laisva“. Tačiau esant žemesniam nei dominavimo lygiui bendro poveikio aplinkybėmis gali atsirasti antikonkurencinio rinkos apribojimo poveikis. Tol, kol įsipareigojimu susieta mažiau nei 50 % rinkos, bendras antikonkurencinis poveikis mažai tikėtinas.

- 139) Kai susitarimas susijęs su galutinio produkto tiekimu didmeninės prekybos lygiu, klausimas, ar gali atsirasti konkurencijos problema, daugiausia priklauso nuo didmeninės prekybos rūšies ir patekimo į didmeninės prekybos rinką. Jeigu konkuruojantys gamintojai gali patys lengvai sukurti savo didmeninės prekybos sistemą, realaus antikonkurencinio rinkos apribojimo pavojaus nėra. Ar įėjimo į rinką kliūtys yra žemos, iš dalies priklauso nuo didmeninės prekybos rūšies, t. y. nuo to, ar didmenininkai gali, ar negali efektyviai veikti prekiaudami tik susitarimo produktu (pvz., ledais), ar efektyviau yra prekiauti visu produkto asortimentu (pvz., šaldytais maisto produktais). Pastaruoju atveju gamintojui, parduodančiam tik vieną produktą, neracionalu steigti savo didmeninės prekybos sistemos. Tokiu atveju gali atsirasti antikonkurencinis poveikis. Be to, jeigu keletas tiekėjų įsipareigojimu susaisto daugumą esamų didmenininkų, gali atsirasti bendras poveikis.
- 140) Apskritai galutinių produktų rinkos apribojimas labiau tikėtinas mažmeninės prekybos lygiu, atsižvelgiant į nemažas patekimo į rinką kliūtis, kuriomis daugumai gamintojų trukdoma steigti mažmeninės prekybos taškus tik jų pačių produktams parduoti. Be to, mažmeninės prekybos lygiu susitarimai pirkti iš vieno tiekėjo gali lemti skirtingų prekės ženklų prekių konkurencijos pardavimo vietoje sumažėjimą. Dėl šių priežasčių gali atsirasti didelis antikonkurencinis poveikis galutiniams produktams mažmeninės prekybos lygiu, atsižvelgiant į visus kitus atitinkamus veiksnius, jeigu nedominuojantis tiekėjas įsipareigojimu susieja 30 % ir daugiau atitinkamos rinkos. Jeigu įmonė yra dominuojanti, net dėl nedidelės įsipareigojimu susietos rinkos dalies gali atsirasti didelis antikonkurencinis poveikis.
- 141) Mažmeninės prekybos lygiu taip pat gali atsirasti bendras rinkos apribojimo poveikis. Kai visų tiekėjų rinkos dalys yra mažesnės nei 30 %, bendras rinkos antikonkurencinio apribojimo poveikis nėra tikėtinas, jeigu bendra įsipareigojimu susietos rinkos dalis yra mažesnė nei 40 %, todėl bendrosios išimties atšaukimas nėra tikėtinas. Šis skaičius gali būti didesnis, kai atsižvelgiama į kitus veiksnius, pvz., į konkurentų skaičių, patekimo į rinką kliūtis ir pan. Kai ne visų įmonių rinkos dalys yra mažesnės už bendrosios išimties reglamente nustatytą ribą, tačiau nė viena jų nėra dominuojanti, bendras rinkos antikonkurencinio apribojimo poveikis nėra tikėtinas, jeigu bendra įsipareigojimu susietos rinkos dalis yra mažesnė nei 30 %.
- 142) Kai pirkėjas veikia patalpose arba žemėje, kurios priklauso tiekėjui arba yra tiekėjo išnuomos iš trečiosios šalies, nesusijusios su pirkėju, galimybės taikyti veiksmingas priemones, užkertančias kelią galimam rinkos apribojimui bus ribotos. Tokiu atveju Komisijos įsikišimas mažai tikėtinas, kol nepasiekta dominuojančio lygio.
- 143) Tam tikruose sektoriuose gali būti sunku vienoje vietoje prekiauti daugiau kaip vieno prekės ženklo prekėmis, tokiu atveju rinkos apribojimo problemą galima veiksmingiau spręsti apribojant galiojančių sutarčių trukmę.
- 144) Kai nustatomas pastebimas antikonkurencinis poveikis, kykla galimos išimties pagal 101 straipsnio 3 dalį taikymo klausimas. Įsipareigojimų nekonkuruoti atveju gali būti itin svarbūs veiksmingumo klausimai, apibūdinti 107 dalies a punkte (pasinaudojimo problema tarp tiekėjų), d ir e punktuose (sulaikymo problemos) bei h punkte (kapitalo rinkos trūkumai).

- 145) Esant veiksmingumui, kaip apibūdinta 107 dalies a, d ir h punktuose, privalomo kiekio nustatymas pirkėjui tikriausiai būtų mažiau ribojanti alternatyva. Įsipareigojimas nekonkuruoti gali būti vienintelis efektyvus būdas veiksmingumui pasiekti, kaip tai apibūdinta 107 dalies e punkte (sulaikymo problema, susijusi su praktinės patirties perdavimu).
- 146) Jeigu tiekėjas vykdo konkrečiai susijusias investicijas (žr. 107 dalies d punktą), susitarimas nekonkuruoti arba privalomo kiekio nustatymas investicijų nuvertėjimo laikotarpiui paprastai tenkina 101 straipsnio 3 dalies sąlygas. Jeigu tokios konkrečiai susijusios investicijos yra didelės, gali būti pateisinamas įsipareigojimas nekonkuruoti, trunkantis ilgiau nei 5 metus. Konkrečiai susijusios investicijos galėtų būti, pavyzdžiui, tiekėjo montuojama arba pritaikoma įranga, kai ši įranga po to gali būti panaudota tik tam tikram pirkėjui skirtoms sudedamosioms dalims gaminti. Bendros paskirties arba specialiai rinkai pritaikytos investicijos į (papildomus) gamybinius pajėgumus paprastai nėra laikomos konkrečiai susijusiomis investicijomis. Tačiau kai tiekėjas sukuria naujus pajėgumus, pritaikytus konkrečiam pirkėjo veiklai, pavyzdžiui, kai įmonė, gaminanti metalines skardines, sukuria naujus pajėgumus skardinėms gaminti patalpose, kurios priklauso maisto gamintojo konservavimo bazei arba yra šalia jos, šie nauji pajėgumai gali būti ekonomiškai gyvybingi tik tuomet, kai gaminama tam konkrečiam pirkėjui, – tokios investicijos galėtų būti laikomos konkrečiai susijusiomis.
- 147) Kai tiekėjas suteikia pirkėjui paskolą arba aprūpina įranga, kuri nėra konkrečiai susijusi, to paprastai nepakanka, kad būtų atmesta antikonkurencinio apribojimo poveikio atsiradimo rinkoje galimybė. Kapitalo rinkos trūkumų atveju, gali būti racionaliau suteikti paskolą produkto tiekėjui, o ne bankui (žr. 107 dalies h punktą). Tačiau tokiu atveju paskola turėtų būti teikiama nustatant kuo mažiau apribojimų, o pirkėjui neturėtų būti užkirstas kelias nutraukti įsipareigojimą ir grąžinti nesumokėtos skolos dalį bet kuriuo metu ir be jokių baudų.
- 148) Svarbios mokslinės patirties perdavimu (107 dalies e punktas) paprastai pateisinamas įsipareigojimas nekonkuruoti per visą susitarimo dėl tiekimo laikotarpį, pavyzdžiui, franšizės atveju.
- 149) Įsipareigojimo nekonkuruoti pavyzdys

Nacionalinės impulsyviai perkamo plataus vartojimo produkto rinkos lyderis, valdantis 40 % rinkos, daugumą savo produktų (90 %) parduoda per įsipareigojimu susaistytus mažmenininkus (susaistytos rinkos dalis – 36 %). Susitarimais mažmenininkai įpareigojami mažiausiai ketverius metus pirkti tik iš rinkos lyderio. Rinkos lyderiui ypač gerai atstovaujama tankiau apgyvendintose teritorijose, pvz., sostinėje. Jo konkurentai, kurių yra 10 ir kurių keletas yra tik vietinės reikšmės, valdo kur kas mažesnes rinkos dalis (didžiausia dalis – 12 %). Šie 10 konkurentų drauge vykdo tiekimus kitiems 10 % rinkos per įsipareigojimu susaistytus prekybos taškus. Rinka pasižymi didele prekės ženklų ir produktų diferenciacija. Rinkos lyderiui priklauso stipriausi prekės ženklai. Jis vienintelis nuolat vykdo nacionalines reklamos kampanijas. Savo susaistytus mažmenininkus jis aprūpina specialia savo produktų saugojimo įranga.

Todėl rinkoje susiklostė tokia padėtis, kad iš viso 46 % (36 % + 10 %) rinkos yra apriboti naujiems potencialiems rinkos dalyviams ir jau veikiantiems rinkos

dalyviams, neturintiems įsipareigojimu susaistytų prekybos taškų. Potencialiems rinkos dalyviams dar sunkiau patekti į rinką tankiau apgyvendintose teritorijose, kur rinka dar labiau apribota, nors būtent į šią rinką jie labiausiai norėtų patekti. Be to, dėl didelės prekės ženklų ir produktų diferenciacijos bei didelių paieškos sąnaudų, palyginti su produktų kainomis, dėl skirtingų prekių ženklų konkurencijos nebuvimo pardavimo vietose padaroma dar daugiau žalos vartotojų gerovei. Galimas išskirtinių prekybos taškų veiksmingumas, kuris, pasak rinkos lyderio, atsiranda dėl mažesnių transporto išlaidų ir galimos sulaikymo problemos, susijusios su produktų saugojimo įranga, yra ribotas ir nenusveria neigiamo poveikio konkurencijai. Veiksmingumas ribotas, kadangi transporto išlaidos susijusios su kiekiais, o ne su išskirtinumu, o produktų saugojimo įranga nėra susijusi su specialia praktine patirtimi ir nėra specialiai skirta tam tikro prekės ženklo prekėms. Todėl neatrodo, kad būtų tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos.

150) Įsipareigojimo pirkti nustatytą kiekį pavyzdys

Gamintojas X, kuriam priklauso 40 % rinkos, 80 % savo produktų parduoda pagal sutartis, kuriose nurodyta, kad perpardavėjas privalo pirkti bent 75 % visų jam reikalingų šių produktų iš gamintojo X. Savo ruožtu, gamintojas X palankiomis sąlygomis siūlo finansavimą ir įrangą. Sutarčių trukmė – 5 metai, per kuriuos numatytas paskolos gražinimas lygiomis dalimis. Tačiau po pirmųjų dvejų metų pirkėjai turi galimybę nutraukti sutartį apie nutraukimą pranešdami prieš 6 mėnesius, jeigu jie sumoka likusią paskolos dalį ir perima įrangą jos rinkos verte. Penkerių metų laikotarpio pabaigoje įranga tampa pirkėjo nuosavybe. Dauguma konkuruojančių gamintojų yra smulkūs (iš viso jų yra dvylika, didžiausias jų valdo 20 % rinkos) ir yra sudarę panašias įvairios trukmės sutartis. Gamintojai, kurių rinkos dalis mažesnė kaip 10 %, dažnai sudaro ilgesnės trukmės sutartis su mažiau palankiomis sutarties nutraukimo sąlygomis. Pagal X gamintojo sutartis leidžiama, kad 25 % poreikių patenkintų konkurentai. Per trejus paskutiniuosius metus į rinką įėjo du nauji gamintojai ir kartu užėmė apie 8 % rinkos, iš dalies perimdami daugelio perpardavėjų paskolas mainais už sutartis su šiais perpardavėjais.

Gamintojo X įsipareigojimu susaistyta rinkos dalis – 24 % ($0,75 \times 0,80 \times 40\%$). Kitų gamintojų susaistytos rinkos dalis sudaro apie 25 %, todėl iš viso apie 49 % rinkos potencialiems naujiems rinkos dalyviams ir veikiantiems rinkos dalyviams, neturintiems susaistytų prekybos taškų, apribota bent pirmus dvejus tiekimo sutarties metus. Iš padėties rinkoje matyti, kad perpardavėjai neretai sunkiai gauna bankų paskolas ir paprastai yra per maži, kad įsigytų kapitalo kitais būdais, pvz., išleisdami akcijų. Be to, gamintojas X gali pademonstruoti, kad dėl savo pardavimų koncentravimo nedaugeliui perpardavėjų jis gali geriau planuoti savo pardavimus ir sutaupyti transporto sąnaudų. Atsižvelgiant į veiksmingumą ir į tai, kad nesusaistytų pardavimų dalis pagal X gamintojo sutartis sudaro 25 %, į realią galimybę anksti nutraukti sutartį ir į tai, kad pastaruoju metu į rinką pateko nauji gamintojai, bei į tai, kad apie pusę perpardavėjų nėra susaistyti, 75 % privalomo kiekio nustatymas, kurį taiko gamintojas X, galėtų tenkinti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas.

2.2. *Išskirtinis platinimas*

151) Išskirtinio platinimo susitarimu tiekėjas sutinka parduoti savo produktus tik vienam platintojui, kad šis juos perparduotų tam tikroje teritorijoje. Drauge platintojui paprastai taikomi apribojimai, susiję su jo aktyviais pardavimais kitose (išskirtinai

priskirtose) teritorijose. Galima rizika konkurencijai daugiausia kyla dėl sumažėjusios tam tikrų prekės ženklų prekių konkurencijos ir rinkos padalijimo, kuris gali ypač skatinti diskriminaciją kainomis. Kai visi arba dauguma tiekėjų taiko išskirtinį platinimą, gali susilpnėti konkurencija ir susidaryti palankesnės sąlygos slaptiems susitarimams tiek tiekėjų, tiek platintojų lygiu. Galiausiai, dėl išskirtinio platinimo rinka gali būti apribota kitiems platintojams, taigi, ir sumažinta konkurencija tuo lygiu.

- 152) Bendrosios išimties reglamentas išskirtiniam platinimui taikomas tuo atveju, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, net jeigu jis taikomas kartu su kitais nepagrindiniais vertikalieisiais apribojimais, kaip antai išsipareigojimu nekonkuruoti, kurio trukmė – 5 metai, privalomo kiekio nustatymu arba išskirtiniu pirkimu. Išskirtinio platinimo ir pasirinktinio platinimo deriniui bendrosios išimties reglamentas taikomas tik tuo atveju, jeigu neapribojami aktyvūs pardavimai kitose teritorijose. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų išskirtinio platinimo atvejų, kai rinkos dalis viršija 30 %, vertinimo gairės.
- 153) Tiekėjo ir jo konkurentų padėtis rinkoje ypač svarbi, kadangi tam tikrų prekės ženklų prekių konkurencijos sumažėjimas gali tapti problema tik tuo atveju, kai tam tikrų prekės ženklų prekių konkurencija yra ribota. Kuo stipresnė yra tiekėjo padėtis, tuo tam tikrų prekės ženklų prekių konkurencijos sumažėjimas yra svarbesnė problema. Jeigu rinkos dalis viršija 30 % ribą, gali kilti rimtas pavojus, kad itin sumažės skirtingų prekės ženklų prekių konkurencija. Kad būtų tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos, tam tikrų prekės ženklų prekių konkurencijos sumažėjimą gali tekti derinti su realiu veiksmingumu.
- 154) Konkurentų padėtis gali būti dvejopos svarbos. Jeigu konkurentai stiprūs, tai dažniausiai reiškia, kad tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimą nusveria pakankama skirtingų prekės ženklų prekių tarpusavio konkurencija. Tačiau jeigu konkurentų skaičius tampa palyginti nedidelis, o jų padėtis rinkoje, vertinant pagal rinkos dalį, pajėgumus ir platinimo tinklą, yra panaši, iškyla slapto susitarimo ir (arba) konkurencijos sumažinimo rizika. Dėl tam tikro prekės ženklo prekių tarpusavio konkurencijos sumažėjimo ši rizika gali padidėti, ypač kai keli tiekėjai taiko panašias platinimo sistemas. Dėl daugiopio išskirtinio platinimo, t. y. kai įvairūs tiekėjai tam tikroje teritorijoje paskiria tą patį išskirtinį platintoją, gali dar labiau padidėti slapto susitarimo ir (arba) konkurencijos sumažinimo rizika. Kai prekiautojui suteikiama išskirtinė teisė platinti du arba daugiau svarbių konkuruojančių produktų toje pačioje teritorijoje, tikėtina, kad tų skirtingų prekės ženklų prekių tarpusavio konkurencija bus gerokai suvaržyta. Kuo didesnę bendrą rinkos dalį užima prekės ženklai, kuriuos platina keletą prekės ženklų platinantys išskirtiniai prekės ženklų platintojai, tuo didesnė slapto susitarimo ir (arba) konkurencijos sumažinimo rizika ir tuo labiau mažės skirtingų prekės ženklų prekių konkurencija. Jeigu mažmenininkas yra keletą prekės ženklų išskirtinis platintojas, gali atsitikti, kad, jeigu vienas gamintojas sumažina savo prekės ženklo prekių didmeninę kainą, mažmenininkas nebus suinteresuotas perteikti šio kainos sumažinimo galutiniam vartotojui, kadangi tuomet sumažėtų jo pardavimai ir pelnas, gaunamas parduodant kitų prekės ženklų prekes. Taigi, palyginti su padėtimi, kai nėra daug išskirtinių prekiautojų, gamintojai nėra labai suinteresuoti konkuruoti kainomis vieni su kitais. Dėl tokio bendro poveikio atvejų bendrosios išimties reglamento taikymas gali būti atšauktas, jeigu tiekėjų ir pirkėjų rinkos dalys yra mažesnės už bendrosios išimties reglamente nustatytą ribą.

- 155) Vertinant galimą išskirtinio platinimo antikonkurencinį poveikį, patekimo į rinką kliūtys, kurios gali trukdyti tiekėjams steigti naujus platinimo punktus arba rasti alternatyvių platintojų, yra ne tokios svarbios. Rinkos apribojimo kitiems tiekėjams klausimas nekyla, jeigu išskirtinis platinimas nėra derinamas su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo.
- 156) Rinkos apribojimas kitiems platintojams nesukels problemos, jeigu tiekėjas, kuris taiko išskirtinio platinimo sistemą, toje pačioje rinkoje paskiria daug išskirtinių platintojų ir šiems išskirtiniams platintojams netaikomi apribojimai dėl pardavimo kitiems nepaskirtiems platintojams. Tačiau rinkos apribojimas kitiems platintojams gali tapti problema, kai vartotojų rinkose esama perkamosios galios ir rinkos galios, ypač labai didelių teritorijų atveju, kuriose išskirtinis platintojas tampa išskirtiniu platintoju visoje rinkoje. Pavyzdžiu galėtų būti prekybos centrų tinklas, kuris tampa vieninteliu prekių su pirmaujančio prekės ženklo prekių platintoju nacionalinėje maisto produktų mažmeninės prekybos rinkoje. Rinkos apribojimas kitiems platintojams labiau tikėtinas, kai vienas prekiautojas išskirtinai platina keletą skirtingų prekės ženklų.
- 157) Perkamoji galia taip pat gali padidinti slapto pirkėjų susitarimo riziką, kai išskirtinio platinimo susitarimus vienam arba keliems tiekėjams taiko svarbūs pirkėjai, kurie gali būti išsidėstę skirtingose teritorijose.
- 158) Rinkos branda yra svarbus veiksnys, kadangi tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimas ir diskriminacija kainomis brandžioje rinkoje gali būti rimta problema, bet mažiau svarbi rinkoje, kurioje auga paklausa, keičiasi technologijos ir padėtis rinkoje.
- 159) Prekybos lygis yra svarbus veiksnys, kadangi didmeniniame ir mažmeniniame lygiuose galimas neigiamas poveikis gali skirtis. Išskirtinis platinimas daugiausia taikomas galutinėms prekėms ir paslaugoms platinti. Tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimas ypač tikėtinas mažmeniniu lygiu, jeigu jis susijęs su didelėmis teritorijomis, kadangi galutiniams vartotojams sudaromos labai ribotos galimybės svarbaus prekės ženklo atveju pasirinkti tarp platintojo, kuris siūlo didelę kainą (ir) arba gerą aptarnavimą, ir platintojo, kuris siūlo mažą kainą (ir) arba prastą aptarnavimą.
- 160) Gamintojas, kuris pasirenka didmenininką savo išskirtiniu platintoju, paprastai jį paskiria didesnei teritorijai, pvz., visai valstybei nare. Kol didmenininkas gali parduoti prekes be apribojimų vartotojų rinkoje esantiems mažmenininkams, nėra tikėtina, kad atsiras pastebimas antikonkurencinis poveikis. Galimas tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimas didmeninės prekybos lygiu gali būti lengvai kompensuojamas veiksmingumu, kuris atsiranda logistikos, pardavimo skatinimo ir pan. srityse, ypač jeigu gamintojas yra įsisteigęs kitoje šalyje. Tačiau esant daugiopiemis išskirtiniams platinimo santykiams didmeninės prekybos lygiu galimas pavojus skirtingų prekės ženklų prekių konkurencijai yra didesnis nei mažmeninės prekybos lygiu. Jei vienas didmenininkas tampa išskirtiniu daugelio tiekėjų prekių platintoju, kyla grėsmė ne tik, kad sumažės tų prekės ženklų konkurencija, bet ir kad bus apribota rinka didmeninės prekybos lygiu.
- 161) Kaip nustatyta 155 dalyje, rinkos apribojimo kitiems tiekėjams klausimo nekyla, jeigu išskirtinis platinimas nėra derinamas su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo.

Tačiau net kai išskirtinis platinimas derinamas su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo, antikonkurencinis apribojimas kitų tiekėjų atžvilgiu mažai tikėtinas, galbūt išskyrus atvejį, kai įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo taikomas tankiam išskirtinių platintojų tinklui mažose teritorijose arba bendro poveikio atveju. Tokiu atveju gali prireikti taikyti 2.1 skirsnyje išdėstytus principus, kurie taikomi įsipareigojimui pirkti iš vieno tiekėjo. Tačiau kai dėl tokio derinio rinka nėra itin apribojama, išskirtinio platinimo ir susitarimo pirkti iš vieno tiekėjo derinimas gali skatinti konkurenciją, didinant išskirtinio platintojo suinteresuotumą daugiau dėmesio skirti tam tikro prekės ženklo prekėms. Todėl, nesant tokio rinkos apribojimo poveikio, išskirtinio platinimo ir įsipareigojimo nekonkuruoti derinys visą susitarimo laikotarpį, ypač didmeninės prekybos lygiu, gali visiškai atitikti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas.

- 162) Išskirtinio platinimo ir išskirtinio pirkimo derinys didina galimą tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimo ir rinkos padalijimo riziką, o tai gali ypač skatinti diskriminaciją kainomis. Išskirtinis platinimas riboja vartotojų galimybes priimti sprendimus, kur ir kokia kaina pirkti, kadangi jis riboja platintojų skaičių ir dažniausiai taip pat varžo platintojų aktyvaus pardavimo laisvę. Išskirtinis pirkimas, kuriuo reikalaujama, kad išskirtiniai platintojai pirktų tam tikro prekės ženklo prekių atsargas tiesiogiai iš gamintojo, papildomai varžo platintojų galimybes priimti sprendimus, kur ir kokia kaina pirkti, kadangi jiems užkertamas kelias pirkti iš kitų toje sistemoje veikiančių platintojų. Dėl šios priežasties tiekėjas, taikydamas nevienodas pardavimo sąlygas vartotojų nenaudai, turi geresnes galimybes riboti tam tikro prekės ženklo prekių konkurenciją, nebent tokiu deriniu būtų galima pasiekti veiksmingumo, dėl kurio sumažėtų kainos visiems galutiniams vartotojams
- 163) Produkto pobūdis nėra ypatingai svarbus vertinant galimą išskirtinio platinimo antikonkurencinį poveikį. Tačiau produkto pobūdis svarbus vertinant galimą veiksmingumą, t. y. po to, kai nustatytas pastebimas antikonkurencinis poveikis.
- 164) Išskirtinis platinimas gali padėti siekti veiksmingumo, ypač kai platintojas turi atlikti investicijų, siekdamas apsaugoti arba sukurti prekės ženklo įvaizdį. Dažniausiai didžiausio veiksmingumo pasiekama esant naujiems produktams, sudėtingiems produktams ir produktams, kurių kokybę sunku įvertinti prieš juos panaudojant (vadinamieji patirties produktai) arba kurių kokybę sunku įvertinti netgi juos panaudojus (vadinamieji pasitikėjimo produktai). Be to, dėl išskirtinio platinimo gali būti sutaupyta logistikos lėšų dėl masto ekonomijos transporto ir platinimo srityje.
- 165) Išskirtinio platinimo didmeninės prekybos lygiu pavyzdys

A yra ilgalaikio naudojimo prekių rinkos lyderis. A parduoda savo produktus per išskirtinius platintojus. Didmenininkams priskirtos teritorijos yra visos valstybės narės teritorija, jei valstybė narė yra maža, ir regionas, jei valstybė narė yra didelė. Šie išskirtiniai platintojai užsiima pardavimais visiems jų teritorijose esantiems mažmenininkams. Galutiniams vartotojams jie neparduoda. Didmenininkai atsakingi už pardavimo skatinimą jų rinkose, įskaitant vietos renginių rėmimą, naujų produktų pristatymą ir jų pardavimo skatinimą, skirtą mažmenininkams jų teritorijose. Šioje rinkoje technologijos ir produktų naujovės atsiranda gana sparčiai, o aptarnavimo, teikiamo prieš parduodant prekę mažmenininkams ir galutiniams vartotojams, vaidmuo yra svarbus. Didmenininkai neprivalo pirkti visų jiems reikalingų A tiekėjo tam tikro prekės ženklo prekių iš paties gamintojo; didmenininkai arba mažmenininkai patys priima sprendimus, kur ir kokia kaina pirkti, kadangi transporto

sąnaudos, palyginti su produkto verte, nėra didelės. Didmenininkams netaikomas išsipareigojimas nekonkuruoti. Mažmenininkai taip pat parduoda daugelio konkuruojančių tiekėjų tiekiamų prekių ženklų prekes, o mažmeninės prekybos lygiu nėra išskirtinio arba pasirinktinio platinimo susitarimų. ES pardavimo didmenininkams rinkoje A valdo apie 50 % rinkos. Jo rinkos dalis įvairiose nacionalinėse mažmeninės prekybos rinkose svyruoja nuo 40 % iki 60 %. A turi nuo 6 iki 10 konkurentų kiekvienoje nacionalinėje rinkoje: B, C ir D yra didžiausi jo konkurentai, jie taip pat veikia kiekvienoje nacionalinėje rinkoje, jų rinkos dalys svyruoja tarp 5 % ir 20 %. Visi kiti gamintojai yra nacionaliniai gamintojai, kurie valdo mažesnes rinkos dalis. B, C ir D turi panašius platinimo tinklus, o nacionaliniai gamintojai dažniausiai parduoda savo produktus tiesiogiai mažmenininkams.

Pavyzdyje apibūdintoje didmeninės prekybos rinkoje rizika, kad sumažės tam tikro prekės ženklo prekių konkurencija ir atsiras diskriminacija kainomis, nėra didelė. Sprendimų, kur ir kokia kaina pirkti, priėmimas nėra varžomas, o tai, kad nėra tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos, didmeninės prekybos lygiu nėra labai svarbu. Mažmeninės prekybos lygiu nei tam tikro prekės ženklo prekių konkurencija, nei skirtingų prekės ženklų prekių konkurencija nėra varžoma. Be to, išskirtiniai susitarimai didmeninės prekybos lygiu beveik nedaro poveikio skirtingų prekės ženklų prekių konkurencijai. Todėl galima daryti prielaidą, kad, net esant antikonkurenciniam poveikiui, 101 straipsnio 3 dalies sąlygos yra tenkinamos.

166) Daugeriopo išskirtinio platinimo oligopolinėje rinkoje pavyzdys

Nacionalinėje galutinio produkto rinkoje yra keturi rinkos lyderiai, kurių kiekvienas valdo apie 20 % rinkos. Šie keturi rinkos lyderiai parduoda savo produktus per išskirtinius platintojus mažmeninės prekybos lygiu. Mažmenininkams paskirta išskirtinė teritorija, lygi miestui, kuriame jie yra įsisteigę, arba didelio miesto rajonui. Daugumoje teritorijų keturi rinkos lyderiai paskyrė tą patį išskirtinį mažmenininką („daugeriopas platinimas“), kuris dažniausiai įsisteigęs centre ir specializuojasi parduoti tik tam tikrus produktus. Likusioje 20 % nacionalinės rinkos dalyje veikia smulkūs vietos gamintojai, kurių didžiausias valdo 5 % nacionalinės rinkos. Šie vietos gamintojai paprastai parduoda savo produktus per kitus mažmenininkus, ypač dėl to, kad keturių didžiausių tiekėjų išskirtiniai platintojai iš esmės nėra suinteresuoti parduoti mažiau žinomų ir pigesnių prekės ženklų prekes. Rinka pasižymi didele prekės ženklų ir produktų diferenciacija. Keturi rinkos lyderiai organizuoja dideles nacionalines reklamos kampanijas ir yra sukūrę teigiamus prekės ženklų įvaizdžius, o mažesnieji gamintojai nereklamuoja savo produktų nacionaliniu mastu. Rinka yra pakankamai brandi, su stabilia paklausa ir be reikšmingų produkto ir technologijos naujovių. Produktas yra palyginti paprastas.

Tokioje oligopolinėje rinkoje iškyla rizika, kad keturi rinkos lyderiai sudarys slaptą susitarimą. Riziką padidina daugeriopas platinimas. Tam tikro prekės ženklo prekių konkurenciją riboja išskirtinės teritorijos nustatymas. Keturių pirmaujančių prekės ženklų konkurencija mažmeninės prekybos lygiu yra sumažinta, kadangi kiekvienoje teritorijoje vienas mažmenininkas nustato visų keturių prekės ženklų prekių kainą. Daugeriopas platinimas reiškia, kad jeigu vienas gamintojas sumažina savo prekės ženklo prekių kainą, mažmenininkas nebus suinteresuotas perteikti šio kainos sumažinimo galutiniam vartotojui, kadangi tuomet sumažėtų jo pardavimai ir pelnas, gauti parduodant kitų prekės ženklų prekes. Taigi gamintojai nėra labai suinteresuoti konkuruoti kainomis vieni su kitais. Skirtingų prekės ženklų prekių konkurencija

kainomis vyksta prastą prekės ženklo įvaizdį turinčių mažesniųjų gamintojų produktų atveju. Galimi argumentai dėl išskirtinių (bendrų) platintojų veiksmingumo yra riboti, kadangi produktas yra palyginti paprastas, perpardavimui vykdyti nereikia jokių atskirų investicijų arba mokymo, o reklamą daugiausia vykdo gamintojai.

Net jeigu kiekvienas iš rinkos lyderių valdo už nustatytą ribą mažesnę rinkos dalį, 101 straipsnio 3 dalies sąlygos gali būti netenkinamos ir gali prireikti atšaukti bendrąją išimtį susitarimams, sudarytiems su platintojais, kurių viešųjų pirkimų rinkos dalis mažesnė nei 30 %.

167) Išskirtinio platinimo ir išskirtinio pirkimo derinimo pavyzdys

Gamintojas A yra didelių gabaritų ilgalaikio vartojimo prekių Europos rinkos lyderis, jo rinkos dalis daugelyje nacionalinių mažmeninės prekybos rinkų siekia 40–60 %. Tose valstybėse narėse, kuriose užimama didelė rinkos dalis, jis turi mažiau konkurentų, kurie užima gerokai mažesnes rinkos dalis. Konkurentai veikia tik vienoje arba dviejose nacionalinėse rinkose. A laikosi ilgalaikės politikos savo produktą per savo nacionalines pavaldžiasias bendroves parduoti išskirtiniams platintojams mažmeninės prekybos lygiu, o šiems platintojams neleidžiama vykdyti aktyvaus pardavimo vienas kito teritorijose. Todėl šie platintojai skatinami skatinti produkto pardavimą ir teikti paslaugas iki pardavimo. Pastaruoju metu mažmenininkai dar papildomai privalo pirkti gamintojo A produktus išskirtinai iš nacionalinės gamintojo A pavaldžiosios bendrovės, esančios jų teritorijoje. Mažmenininkai, parduodantys gamintojo A prekės ženklo prekes, yra pagrindiniai šios rūšies produkto perpardavėjai savo teritorijoje. Jie prekiauja ir kitų prekės ženklų prekėmis, tačiau nevienodai sėkmingai ir aktyviai. Nuo tada, kai pradėtas išskirtinis pirkimas, rinkoms, kuriose kainos didesnės ir konkurencija mažesnė, A taiko kainų skirtumą, svyruojantį nuo 10 iki 15 %. Rinkose yra palyginti stabili pasiūla ir paklausa, nėra didelių technologinių pasikeitimų.

Didelių kainų rinkose tam tikro prekės ženklo prekių konkurencija mažinama ne tik dėl teritorinio išskirtinumo mažmeninės prekybos lygiu, bet ir apsunkinama išskirtiniu pirkimo įsipareigojimu, kuris tenka mažmenininkams. Esant išskirtinio pirkimo įsipareigojimui, išskirtiniai mažmenininkai, pagrindiniai tos rūšies produkto perpardavėjai, neturi galimybės priimti sprendimų, kur ir kokia kaina pirkti, todėl rinkos ir teritorija išlieka atskirtos. Išskirtiniai mažmenininkai taip pat negali aktyviai parduoti vienas kito teritorijoje ir praktiškai yra linkę vengti platinti už savo pačių teritorijos ribų. Dėl to įmanoma diskriminacija kainomis, dėl kurios bendra pardavimų apimtis pernelyg nepadidėja. Dėl didelių gabaritų produkto vartotojų arba nepriklausomų prekybininkų galimybės priimti sprendimą, kur ir kokia kaina pirkti, yra ribotos.

Nors galimi argumentai, kad skiriant išskirtinius platintojus gali būti padidintas veiksmingumas, gali būti įtikinantys, visų pirma dėl paskatų teikimo mažmenininkams, nepanašu, kad galimi argumentai, jog derinant išskirtinį platinimą ir išskirtinį pirkimą galima padidinti veiksmingumą, visų pirma galimi argumentai, kad išskirtinis pirkimas gali padidinti veiksmingumą, susiję daugiausia su masto ekonomija transporto srityje, nusvertų neigiamą diskriminacijos kainomis ir tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimo poveikį. Taigi neatrodo, kad būtų tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos.

2.3. *Išskirtinio kliento paskyrimas*

- 168) Pagal išskirtinio kliento paskyrimo sutartį tiekėjas sutinka parduoti savo produktus tik vienam platintojui, kuris perparduotų juos tam tikrai klientų grupei. Drauge platintojui paprastai taikomi aktyvaus pardavimo kitoms (išskirtinai paskirtoms) klientų grupėms vykdymo apribojimai. Bendrosios išimties reglamentu neribojami išskirtinės klientų grupės nustatymo būdai; tai galėtų būti tam tikra klientų grupė, nustatyta pagal profesiją, arba konkrečių klientų, atrinktų remiantis vienu ar keliais objektyviais kriterijais, sąrašas. Galima rizika konkurencijai daugiausia yra sumažėjusia tam tikro prekės ženklo prekių konkurencija ir rinkos padalijimu, o tai gali ypač skatinti diskriminaciją kainomis. Kai dauguma arba visi tiekėjai taiko išskirtinį kliento paskyrimą, gali susilpnėti konkurencija ir susidaryti palankios sąlygos tiek tiekėjams, tiek platintojams sudaryti slaptą susitarimą. Galiausiai, dėl išskirtinio kliento paskyrimo rinka gali būti apribota kitiems platintojams, taigi, ir sumažinta konkurencija tuo lygiu.
- 169) Išskirtiniam kliento paskyrimui išimtis pagal bendrosios išimties reglamentą taikoma, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalys neviršija 30 % ribos, net jei toks paskyrimas derinamas su kitais nepagrindiniais vertikaliaisiais apribojimais, kaip antai įpareigojimu nekonkuruoti, privalomo kiekio nustatymu arba išskirtiniu pirkimu. Išskirtinio kliento paskyrimo ir pasirinktinio platinimo derinys paprastai laikomas pagrindiniu apribojimu, kadangi dažniausiai paskirtieji platintojai nėra laisvi vykdyti aktyvius pardavimus galutiniams vartotojams. Jeigu rinkos dalis viršija nustatytą 30 % ribą, 151–167 dalyse pateiktos gairės taip pat taikomos išskirtinio kliento paskyrimui vertinti atsižvelgiant į likusioje šio skirsnio dalyje pateiktas konkrečias pastabas.
- 170) Klientų paskyrimas paprastai apsunkina klientų sprendimus, kur ir kokia kaina pirkti. Be to, kadangi kiekvienas paskirtas platintojas turi savo klientų grupę, nepaskirtiems platintojams, nepriklausantiems tokiai grupei, gali būti sunku įsigyti produktą. Todėl nepaskirtiems platintojams sunkiau priimti sprendimus, kur ir kokia kaina pirkti.
- 171) Išskirtinio kliento paskyrimas daugiausia taikomas tarpiniams produktams ir galutiniams produktams didmeninės prekybos lygiu, kur galima išskirti klientų, turinčių skirtingų aiškių reikalavimų šiam produktui, grupes.
- 172) Išskirtinio kliento paskyrimas gali būti veiksmingas, ypač kai platintojai privalo investuoti, pavyzdžiui, kad specifinė įranga, įgūdžiai arba praktinė patirtis būtų pritaikyti jų klientų grupių reikalavimams. Išskirtinio kliento paskyrimo sistemos taikymas pateisinamas laikotarpiu, kuris reikalingas investicijoms nuvertėti. Geriausias pavyzdys – nauji ir sudėtingi produktai, taip pat produktai, kuriuos reikia pritaikyti individualaus kliento poreikiams. Nustatytų diferencijuotų poreikių buvimas labiau tikėtinas tuo atveju, kai parduodami tarpiniai produktai, t. y. produktai, parduodami skirtingoms profesionalių pirkėjų grupėms. Mažai tikėtina, kad būtų veiksmingas galutinių klientų paskyrimas.
- 173) Išskirtinio kliento paskyrimo pavyzdys
- Įmonė sukūrė modernią automatinę gėsinimo sistemą. Šiuo metu įmonės rinkos dalis automatinėse gėsinimo sistemų rinkoje sudaro 40 %. Kai ji pradėjo prekiauti modernia gėsinimo sistema, su ankstesniu produktu ji užėmė 20 % rinkos. Naujo tipo

automatinės gesinimo sistemos įrengimas priklauso nuo pastato, kuriame ji yra įrengiama, tipo ir paskirties (įstaiga, chemijos gamykla, ligoninė ir pan.). Įmonė paskyrė tam tikrą skaičių platintojų gesinimo sistemai parduoti ir įrengti. Kiekvienas platintojas privalo supažindinti savo darbuotojus su bendrais ir konkrečiais automatinės gesinimo sistemos įrengimo reikalavimais pagal atskiras klientų grupes. Norėdama užtikrinti, kad platintojai specializuotųsi, įmonė paskyrė kiekvienam platintojui atskirą klientų grupę ir uždraudė vykdyti aktyvų pardavimą vienas kito išskirtinių klientų grupėms. Po penkerių metų visiems platintojams bus leista vykdyti aktyvų pardavimą visoms klientų grupėms, nebėbus taikoma išskirtinio kliento paskyrimo sistema. Tuomet tiekėjas taip pat galės pardavinėti naujiems platintojams. Rinka yra gana dinamiška, neseniai į ją įėjo du nauji dalyviai, įvyko daug technologinių pasikeitimų. Konkurentai, kurių rinkos dalys siekia tarp 5 % ir 25 %, taip pat tobulina savo produktus.

Kadangi išskirtinumas yra ribotos trukmės ir juo padedama užtikrinti, kad platintojai susigrąžintų savo investicijas ir sutelktų savo pardavimą pirmiausia ties tam tikra klientų grupe, taip pat išmoktų prekiauti, o galimas antikonkurencinis poveikis dinamiškoje rinkoje yra ribotas, 101 straipsnio 3 dalies sąlygos galėtų būti tenkinamos.

2.4. Pasirinktinis platinimas

- 174) Pasirinktinio platinimo susitarimai, kaip ir išskirtinio platinimo susitarimai, apriboja įgaliotų platintojų skaičių, kita vertus, apriboja perpardavimo galimybes. Pasirinktinis platinimas nuo išskirtinio platinimo skiriasi tuo, kad prekiautojų skaičiaus apribojimas priklauso ne nuo teritorijų skaičiaus, o nuo pasirinkimo kriterijaus, susijusio pirmiausia su produkto pobūdžiu. Kitas skirtumas, palyginti su išskirtiniu platinimu, yra tai, kad apribojimas perparduoti – tai ne aktyvaus pardavimo apribojimas tam tikroje teritorijoje, o bet kokio pardavimo neįgaliotiems platintojams apribojimas, kai galimais pirkėjais lieka tik paskirtieji platintojai ir galutiniai klientai. Pasirinktinis platinimas beveik visada naudojamas prekės ženklą turintiems galutiniams produktams platinti.
- 175) Galima rizika konkurencijai yra tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimas ir, ypač esant bendram poveikiui, rinkos apribojimas tam tikros rūšies (-ių) platintojų grupėms, konkurencijos susilpninimas ir palankesnės sąlygos pirkėjams ir tiekėjams sudaryti slaptą susitarimą. Norint įvertinti galimą pasirinktinio platinimo antikonkurencinį poveikį pagal 101 straipsnio 1 dalį, reikia skirti vien tik kokybinį pasirinktinį platinimą ir kiekybinį pasirinktinį platinimą. Esant vien tik kokybiniam pasirinktiniam platinimui prekiautojai parenkami tik remiantis objektyviais kriterijais, reikalingais dėl produkto pobūdžio, kaip antai būtinas pardavimo personalo mokymas, aptarnavimas pardavimo metu, tam tikras pardavimui skirtų produktų asortimentas⁵¹. Taikant tokius kriterijus prekiautojų skaičius nėra tiesiogiai apribojamas. Vien kiekybinis pasirinktinis platinimas paprastai nepatenka tarp 101 straipsnio 1 dalies draudimų, kadangi nesukelia antikonkurencinio poveikio, jeigu tik yra tenkinamos trys sąlygos. Pirma, nagrinėjamo produkto pobūdis privalo pateisinti pasirinktinio platinimo sistemą tuo

⁵¹ Pvz., žr. 1996 m. gruodžio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimą *Groupement d'achat Édouard Leclerc prieš Komisiją*, T-88/92, Rink. II-1961.

požiūriu, kad šios sistemos būtinumas yra teisiškai pagrįstas, atsižvelgiant į nagrinėjamo produkto pobūdį, jo kokybei išlaikyti ir jo tinkamam naudojimui užtikrinti. Antra, perpardavėjai privalo būti parenkami pagal objektyvius kokybinio pobūdžio kriterijus, kurie vienodai nustatomi ir prieinami visiems galimiems perpardavėjams ir taikomi nediskriminuojant. Trečia, nustatyti kriterijai neturi viršyti to, kas yra reikalinga⁵². Kiekybinis pasirinktinis platinimas numato papildomus pasirinkimo kriterijus, kuriais dar labiau tiesiogiai apribojamas potencialių prekiautojų skaičius, pavyzdžiui, nurodant didžiausias ir mažiausias pardavimo apimtis, prekiautojų skaičių ir pan.

- 176) Kokybiniam ir kiekybiniam pasirinktiniam platinimui, jei nei tiekėjas, nei pirkėjas neužima daugiau kaip 30 % rinkos, yra taikoma išimtis pagal bendrosios išimties reglamentą, net jeigu yra derinama su kitais nepagrindiniais vertikaliaisiais apribojimais, tokiais kaip įpareigojimas nekonkuruoti arba išskirtinis platinimas, tik tai tuomet, kai aktyvus įgaliotų platintojų vienu kitiems ir galutiniams vartotojams pardavimas nėra ribojamas. Pasirinktiniam platinimui išimtis pagal bendrosios išimties reglamentą yra taikoma neatsižvelgiant į nagrinėjamo produkto ir atrankos kriterijų pobūdį. Tačiau kai pagal produkto savybes⁵³ nereikia taikyti išskirtinio platinimo arba kriterijų, pavyzdžiui, reikalavimo, kad platintojai turėtų vieną ar daugiau fizinių parduotuvių ar teiktų konkrečias paslaugas, tokia platinimo sistema paprastai nėra pakankamai veiksminga, kad atsirastų aiškus konkurencijos tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu sumažėjimas. Jeigu yra pastebimas antikonkurencinis poveikis, tikėtina, kad bendrosios išimties taikymas gali būti atšauktas. Be to, likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų pasirinktinio platinimo atvejų, kurių neapima bendrosios išimties reglamentas, arba kurie sukelia bendrą poveikį dėl paralelinių pasirinktinio platinimo tinklų, vertinimo gairės.
- 177) Vertinant galimą antikonkurencinį poveikį, svarbiausia yra tiekėjo ir jo konkurentų padėtis rinkoje, kadangi konkurencijos tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu praradimas gali tapti problema tik tada, kai yra ribojama konkurencija tarp tam tikrų prekių su skirtingais prekių ženklais. Kuo stipresnė yra tiekėjo padėtis, tuo daugiau problemų sukelia konkurencijos tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu praradimas. Kitas svarbus veiksnys yra pasirinktinio platinimo tinklų, esančių toje pačioje rinkoje, skaičius. Kai pasirinktinį platinimą rinkoje taiko tik vienas tiekėjas, pasirinktinis platinimas paprastai nesukelia vien tik neigiamo poveikio, jeigu tik dėl sutartyje numatytų prekių pobūdžio reikia panaudoti pasirinktinio platinimo sistemą ir jeigu taikomi pasirinkimo kriterijai yra būtini veiksmingam nagrinėjamų prekių platinimui užtikrinti. Tačiau tikrovė rodo, kad pasirinktinį platinimą dažnai taiko keli tiekėjai tam tikroje rinkoje.
- 178) Konkurentų padėtis gali būti reikšminga dviem prasmėmis ir jos vaidmuo esant bendram poveikiui gali būti išskirtinis. Jeigu konkurentai stiprūs, tai dažniausiai

⁵² Žr. 1980 m. gruodžio 11 d. Teisingumo Teismo sprendimo *L'Oréal prieš PVBA*, 31/80, Rink. 3775, 15 ir 16 punktas; 1977 m. spalio 25 d. Sprendimo *Metro I*, 26/76, Rink. 1875, 20 ir 21 punktas; 1983 m. spalio 25 d. Sprendimo *AEG*, 107/82, Rink. 3151, 35 punktą, ir 1992 m. vasario 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Vichy prieš Komisiją*, T-19/91, Rink. II-415, 65 punktą.

⁵³ Žr. 1996 m. gruodžio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Groupement d'achat Edouard Leclerc prieš Komisiją*, T-19/92, Rink. II-1851, 112-123 punktus; 1996 m. gruodžio 12 d. sprendimo *Groupement d'achat Edouard Leclerc prieš Komisiją*, T-88/92, Rink. II-1961, 106-117 punktus ir pirmesnėje išnašoje nurodytą teismo praktiką.

reiškia, kad nors konkurencija tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu ir sumažėja, vyksta konkurencija tarp tam tikrų prekių su skirtingais prekių ženklais. Tačiau jeigu dauguma pagrindinių tiekėjų taiko pasirinktinį platinimą, gali smarkiai sumažėti konkurencija tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu ir gali būti apribojama rinka tam tikro tipo platintojams, padidėti slapto susitarimo tarp šių pagrindinių tiekėjų rizika. Rinkos apribojimo veiksmingiau veikiantiems platintojams rizika visada yra didesnė, kai taikomas pasirinktinis platinimas, o ne išskirtinis, kadangi pasirinktinio platinimo sąlygomis ribojamas pardavimas neįgaliesiems prekyautojams. Tas apribojimas yra numatomas tam, kad pasirinktinio platinimo sistemos būtų uždaros, ir iš jų neįgalieji prekyautojai negalėtų įsigyti reikiamų prekių. Atitinkamai pasirinktinis platinimas taikomas siekiant išvengti kainų nuolaidas taikančių (ir prekiaujančių ne internetu, ir tik internetu) platintojų daromo poveikio gamintojo pelnui, taip pat įgaliotų prekyautojų pelnui. Tokių platinimo būdų ribojimu, kuris gali atsirasti bendrai taikant pasirinktinį platinimą ar kai jį taiko vienas tiekėjas, kurio rinkos dalis viršija 30 %, sumažinamos vartotojų galimybės pasinaudoti konkrečiais šių platinimo būdų privalumais, kaip antai mažesnėmis kainomis, didesniu skaidrumu ir platesne prieiga.

- 179) Jeigu bendrosios išimties reglamentas taikomas individualiems pasirinktinio platinimo tinklams, bendrosios išimties atšaukimas arba bendrosios išimties reglamento netaikymas gali būti nagrinėjamas esant bendram poveikiui. Tačiau nėra tikėtina, kad bendro poveikio problema iškiltų, jeigu pasirinktiniu platinimu užimama rinkos dalis yra mažesnė nei 50 %. Taip pat tikėtina, kad tokia problema neiškils, jeigu pasirinktinis platinimas užima daugiau nei 50 %, bet bendra penkių didžiausių tiekėjų (KL5) rinkos dalis yra mažesnė nei 50 %. Kai tiek KL5, tiek rinkos, kurią apima pasirinktinis platinimas, dalis viršija 50 %, vertinimas gali skirtis priklausomai nuo to, ar visi penki didžiausi tiekėjai taiko pasirinktinį platinimą. Kuo stipresnė konkurentų, kurie netaiko pasirinktinio platinimo, padėtis, tuo mažiau yra tikėtinas rinkos apribojimas kitiems platintojams. Jeigu visi penki didžiausi tiekėjai taiko pasirinktinį platinimą, pavojų konkurencijai gali ypač sukelti tie susitarimai, kuriais taikomi kiekybinio pasirinkimo kriterijai, tiesiogiai apribojantys įgaliotų prekyautojų skaičių, arba kuriais taikomi tam tikrus platinimo būdus ribojantys kokybiniai kriterijai, pavyzdžiui, reikalavimas turėti vieną ar daugiau fizinių parduotuvių arba teikti tam tikras paslaugas. Paprastai nėra tikėtina, kad būtų tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos, jeigu nagrinėjamos pasirinktinio platinimo sistemos neleidžia įeiti į rinką naujiems platintojams, galintiems pardavinėti nagrinėjamus produktus, ir ypač taikantiems nuolaidas arba tik internetu prekiaujantiems platintojams, siūlantiems mažesnes kainas vartotojams, taip ribodami platinimą tam tikrų esamų kanalų naudai ir pakenkdami galutiniams vartotojams. Mažiau tikėtina, kad vien neigiamą poveikį sukels labiau netiesioginės kiekybinio platinimo formos, atsirandančios derinant tik kokybinius pasirinkimo kriterijus su reikalavimu, kad prekyautojai pasiektų minimalų metinio pardavimo kiekį, jeigu toks kiekis nesudaro didelės dalies bendros prekyautojų apyvartos, gautos pardavus nagrinėjamus produktus, ir tai neviršija to, kas yra reikalinga, kad tiekėjas atgautų su sutartimi konkrečiai susijusias savo investicijas ir (arba) realizuotų masto ekonomiją platinimo srityje. Kalbant apie atskirų dalyvių įtaką bendram poveikiui pažymėtina, kad tiekėjas, kurio rinkos dalis yra mažesnė nei 5 %, paprastai nėra laikomas gerokai prisidedančiu prie bendro poveikio.

- 180) Patekimo į rinką kliūtys yra svarbiausios, kai rinką yra apribojama neįgaliesiems prekiautojams. Apskritai įėjimo į rinką kliūtys yra svarbios, nes pasirinktinį platinimą daugiausia taiko prekių su prekių ženklu gamintojai. Paprastai neįtrauktiems mažmenininkams reikia laiko ir didelių investicijų tam, kad išleistų prekes su savo prekių ženklu arba įsigytų reikiamas prekes kur nors kitur.
- 181) Perkamoji galia gali padidinti slapto susitarimo tarp prekiautojų riziką ir dėl to gerokai pakeisti galimo pasirinktinio platinimo antikonkurencinio poveikio analizę. Rinkos apribojimas veiksmingiau veikiantiems mažmenininkams gali ypač pasireikšti tada, kai stipri prekiautojų organizacija, siekdama apriboti konkurenciją savo narių naudai, tiekėjui taiko pasirinkimo kriterijus.
- 182) Bendrosios išimties reglamento 5 straipsnio 1 dalies c punkte numatyta, kad tiekėjas negali taikyti įpareigojimo, verčiančio įgaliojimus prekiautojus tiesioginiu arba netiesioginiu būdu neprekiuoti tam tikrų konkuruojančių tiekėjų prekėmis. Tokios sąlygos tikslas yra išvengti horizontalaus slapto susitarimo, kuris užkirstų kelią prekėms su tam tikrais prekių ženklais, pirmaujantiems tiekėjams įkuriant rinktinį prekių su prekių ženklais klubą. Mažai tikėtina, kad tokios rūšies įpareigojimui būtų taikoma išimtis, kai KL5 yra lygus 50 % arba viršija juos, nebent nė vienas iš tiekėjų, taikančių tokį įpareigojimą, nepriklauso penkiems didžiausiems rinkoje esantiems tiekėjams.
- 183) Dėl rinkos apribojimo kitiems tiekėjams paprastai nekyla problemų, jeigu tik kiti tiekėjai gali naudotis tais pačiais platintojais, t. y. tol, kol pasirinktinio platinimo sistema nėra derinama su įpareigojimu nekonkuruoti prekėmis su kitais prekių ženklais. Jeigu įgaliojimų platintojų tinklas yra tankus ir yra bendras poveikis, pasirinktinio platinimo ir įpareigojimo nekonkuruoti derinys gali sudaryti rinkos apribojimo kitiems tiekėjams riziką. Šiuo atveju taikomi principai, nustatyti 2.1 skirsnyje įpareigojimui nekonkuruoti prekėmis su kitais prekių ženklais. Jeigu pasirinktinis platinimas nėra derinamas su įpareigojimu nekonkuruoti, rinkos apribojimas konkuruojantiems tiekėjams vis tiek gali būti problema, kai pirmaujantys tiekėjai taiko ne tik grynai kokybinius pasirinkimo kriterijus – savo prekiautojams jie taiko papildomus įpareigojimus, tokius kaip įpareigojimas rezervuoti minimalų plotą lentynose jų produktams arba užtikrinti, kad prekiautojo parduodama jų produktų apyvarta pasiektų minimalią procentinę visos agento prekybos apyvartos dalį. Tokia problema greičiausiai neiškils, jeigu rinkos dalis, kurią apima pasirinktinis platinimas, yra mažesnė nei 50 % arba, kai šis rodiklis yra viršijamas, jeigu penkių didžiausių tiekėjų rinkos dalis yra mažesnė nei 50 %.
- 184) Rinkos branda yra svarbi, kadangi konkurencijos tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu praradimas ir galimas rinkos apribojimas tiekėjams arba prekiautojams gali tapti rimta problema brandžioje rinkoje, bet yra mažiau svarbi rinkoje, kurioje auga paklausa, keičiasi technologijos ir padėtis rinkoje.
- 185) Pasirinktinis platinimas gali būti veiksmingas, kai dėl jo sutaupoma logistikos lėšų dėl masto ekonomijos transporto srityje, o taip gali būti nepaisant produkto pobūdžio (107 dalies g punktas). Tačiau pasirinktinio platinimo sistemose veiksmingumas dažniausiai yra tik ribinis. Norint išspręsti pasinaudojimo problemą tarp platintojų (107 dalies a punktas) arba palengvinti prekių ženklo įvaizdžio kūrimą (107 dalies i punktas) labai svarbu atsižvelgti į produkto prigimtį. Paprastai šis klausimas yra svarbesnis, kai parduodami nauji produktai arba sudėtingi produktai, produktai, kurių

kokybę sunku vertinti prieš juos panaudojant (vadinamieji patirties produktai) arba kurių kokybę sunku vertinti net juos panaudojus (vadinamieji pasitikėjimo produktai). Toks pasirinktinio platinimo derinimas su vietovės išlyga, kuria paskirtasis prekyautojas saugomas nuo kitų paskirtųjų prekyautojų, atidarančių parduotuvę kaimynystėje, gali visų pirma atitikti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas, jeigu toks derinimas yra būtinas siekiant apsaugoti įgaliotų prekyautojų pagrindines ir konkrečiai susijusias investicijas (107 dalies d punktas).

186) Siekiant užtikrinti, kad būtų parinktas mažiausią antikoncepcinį poveikį darantis apribojimas, yra svarbu panagrinėti, ar toks pat veiksmingumas gali būti pasiektas tokiais pačiomis sąnaudomis, pavyzdžiui, taikant reikalavimus tik aptarnavimui.

187) Kiekybinio pasirinktinio platinimo pavyzdys

Ilgalaikio naudojimo prekių rinkoje rinkos lyderis (prekių ženklas A), turintis 35 % rinkos, parduoda savo produktą galutiniams vartotojams per pasirinktinio platinimo tinklą. Yra keli patekimo į tinklą kriterijai: parduotuvėje turi dirbti apmokyti darbuotojai ir teikti aptarnavimą iki pardavimo, parduotuvėje turi būti speciali vieta, skirta parduoti tam produktui ir panašioms aukštas technologijas naudojantiems produktams, parduotuvė privalo pardavinėti tiekėjo tiekiamus produktus ir juos patraukliai išdėlioti. Be to, į tinklą priimamų mažmenininkų skaičius yra tiesiogiai ribojamas nustatant maksimalų mažmenininkų skaičių pagal kiekvieno regiono arba miesto gyventojų skaičių. Gamintojas A šioje rinkoje turi 6 konkurentus. Jo didžiausių konkurentų B, C ir D rinkos dalys sudaro atitinkamai 25 %, 15 % ir 10 %, o kitų gamintojų rinkos dalys yra mažesnės. A yra vienintelis gamintojas, naudojantis pasirinktinį platinimą. Prekių su prekių ženklu A pasirinktiniai platintojai visada parduoda ir prekes su keliais konkuruojančiais prekių ženklais. Tačiau prekės su konkuruojančiais prekių ženklais taip pat yra plačiai parduodamos parduotuvėse, kurios nepriklauso A pasirinktinio platinimo tinklui. Platinimo kanalai yra įvairūs, pavyzdžiui, prekės su prekių ženklais B ir C parduodamos ne tik daugelyje A pasirinktų parduotuvių, bet ir kitose parduotuvėse, teikiančiose aukštos kokybės aptarnavimą, bei dideliuose prekybos centruose. Prekės su prekių ženklu D daugiausia yra parduodamos parduotuvėse, kuriose yra aukšto lygio aptarnavimas. Technologijos šioje rinkoje tobulėja gana greitai, ir pagrindiniai tiekėjai dėl reklamos išlaiko gerą savo produktų kokybės įvaizdį.

Pasirinktinis platinimas apima 35 % šios rinkos. A pasirinktinio platinimo sistema tiesiogiai neveikia konkurencijos tarp tam tikrų prekių su skirtingais prekių ženklais. Konkurencija tarp prekių su prekių ženklu A gali būti sumažinta, bet vartotojai turi priėjimą prie žemo lygio aptarnavimo ir (arba) mažų kainų prekių su prekių ženklais B ir C, kurių kokybės įvaizdis yra panašus į prekių su prekių ženklu A kokybės įvaizdį. Be to, prekėms su kitais prekių ženklais nėra uždarytas priėjimas prie aukšto lygio aptarnavimo mažmenininkų, kadangi nėra apribojimų pasirinktiniais platintojams parduoti prekes su konkuruojančiais prekių ženklais, o kiekybinis mažmenininkų, prekiaujančių prekėmis su prekių ženklu A, skaičiaus apribojimas leidžia kitiems aukšto lygio aptarnavimo mažmenininkams laisvai platinti prekes su konkuruojančiais prekių ženklais. Šiuo atveju, atsižvelgiant į reikalavimus aptarnavimui ir į tikėtiną veiksmingumą, taip pat į ribotą poveikį konkurencijai tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu, yra tikėtina, kad A pasirinktinio platinimo tinklui gali būti taikomos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos.

188) Pasirinktinio platinimo su bendru poveikiu pavyzdys

Tam tikrų sporto prekių rinkoje yra septyni gamintojai, kurių rinkos dalys sudaro atitinkamai 25 %, 20 %, 15 %, 15 %, 10 %, 8% ir 7 %. Penki didžiausi gamintojai platina savo produktus, naudodamiesi kiekybiniu pasirinktiniu platinimu, o du mažiausi gamintojai taiko kitokios rūšies platinimo sistemas, taigi pasirinktinis platinimas apima 85 % rinkos. Priėjimo prie pasirinktinio platinimo tinklų kriterijai visiems gamintojams yra visiškai vienodi: platintojai turi turėti vieną ar daugiau fizinių parduotuvių, parduotuvėje turi dirbti apmokyti darbuotojai ir teikti aptarnavimą iki pardavimo, parduotuvėje turi būti speciali vieta, skirta parduoti tam produktui, ir nustatytas minimalus tos vietos plotas. Parduotuvė turi pardavinėti platų prekių su nagrinėjamu prekių ženklu asortimentą ir patraukliai pateikti produktą, parduotuvė turi būti įsikūrusi prekybinėje gatvėje ir šios rūšies prekės turi sudaryti bent 30 % bendros parduotuvės apyvartos. Dažniausiai tas pats prekiautojas yra paskiriamas pasirinktiniu platintaju prekėms su visais penkiais prekių ženklais. Prekės su dviem prekių ženklais, kurioms netaikomas pasirinktinis platinimas, paprastai yra parduodamos per mažiau specializuotus ir žemesnio aptarnavimo lygio mažmenininkus. Rinkoje yra stabili ir pasiūla, ir paklausa, yra labai geras prekių ženklo įvaizdis ir produktų diferenciacija. Penki rinkos lyderiai turi labai gerą prekių ženklo įvaizdį, sukurtą panaudojus reklamą ir rėmimą, tuo tarpu dviejų mažesnių gamintojų strategija yra pardavinėti pigesnius produktus, neturinčius labai gero prekių ženklo įvaizdžio.

Šioje rinkoje paprastiems (nespecializuotiems) kainų nuolaidas taikantiems mažmenininkams ir tik internetu prekiaujantiems platintojams neleidžiama prekiauti prekėmis su penkiais pirmaujančiais prekių ženklais. Iš tikrųjų reikalavimas, kad šios rūšies prekės sudarytų bent 30 % prekiautojo veiklos, ir kriterijai, taikomi prekių pristatymui, aptarnavimui prieš parduodant, daugumai kainų nuolaidas taikančių mažmenininkų neleidžia patekti į įgaliotų prekiautojų tinklą. Reikalaujant turėti vieną ar daugiau fizinių parduotuvių tik internetu prekiaujantiems platintojams užkertamas kelias patekti į tinklą. Todėl vartotojai neturi pasirinkimo ir yra priversti pirkti prekes su penkiais pirmaujančiais prekių ženklais aukšto lygio aptarnavimo ir (arba) didelių kainų parduotuvėse. Dėl to sumažėja konkurencija tarp prekių su penkiais pirmaujančiais prekių ženklais. To nekompensuoja ir tai, kad prekės su dviem mažiausiai reikšmingais prekių ženklais gali būti perkamos žemo lygio aptarnavimo ir (arba) mažų kainų parduotuvėse, kadangi penkių rinkos lyderių prekių ženklo įvaizdis yra kur kas geresnis. Konkurencija tarp tam tikrų prekių su skirtingais prekių ženklais taip pat yra apribota dėl daugialypių prekybinių santykių. Nors ir yra tam tikra konkurencija tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu, o mažmenininkų skaičius nėra tiesiogiai apribotas, įsileidimo kriterijai yra pakankamai griežti, dėl to kiekvienoje teritorijoje nėra daug mažmenininkų, prekiaujančių prekėmis su tais penkiais pirmaujančiais prekių ženklais.

Veiksmingumas, susijęs su šiomis pasirinktinio platinimo sistemomis, yra menkas: produktas nėra labai sudėtingas ir nepateisina ypač aukšto lygio aptarnavimo. Jeigu gamintojai negali įrodyti, kad dėl jų pasirinktinio platinimo tinklai yra aiškiai veiksmingi, bendroji išimtis tikriausiai turi būti atšaukta dėl pasirinktinio platinimo bendro poveikio, dėl kurio vartotojai turi mažesnę pasirinkimą, o kainos yra didesnės.

2.5. *Franšizė*

189) Franšizės susitarimai apima intelektinės nuosavybės teisių, ypač susijusių su prekių ženklų ar žymeniu ir praktine patirtimi naudojant ir platinant prekes bei paslaugas, licencijas. Be intelektinės nuosavybės teisių licencijos, teisių turėtojas (franšizės davėjas) susitarimo veikimo laikotarpiui paprastai suteikia naudotojui (franšizės gavėjui) komercinę arba techninę pagalbą. Licencija ir pagalba yra neatskiriami verslo būdo, kuriam taikoma franšizė, komponentai. Teisių turėtojas (franšizės davėjas) paprastai moka franšizės davėjui franšizės mokesť už tokio verslo būdo panaudojimą. Franšizė gali įgalinti teisių turėtoją (franšizės davėją) įkurti vienodą jo produktų platinimo sistemą su labai nedidelėmis investicijomis. Be verslo būdo pateikimo, franšizės susitarimai paprastai apima derinius įvairių vertikaliųjų apribojimų, susijusių su produktų platinimu, ypač pasirinktinį platinimą ir (arba) įpareigojimą nekonkuruoti ir (arba) išskirtinį platinimą, arba ne tokias griežtas jų formas.

190) Bendrosios išimties reglamento taikymas intelektinės nuosavybės teisių, kurias apima franšizės susitarimai, licencijų suteikimui yra nagrinėjamas 23–46 dalyse. O produktų ir paslaugų pirkimui, pardavimui ir perpardavimui taikomiems vertikaliesiems apribojimams, numatytiems franšizės susitarime, tokiems kaip pasirinktinis platinimas, įpareigojimas nekonkuruoti arba išskirtinis platinimas, bendrosios išimties reglamentas taikomas, jeigu rinkos dalis neviršija 30 % ribos⁵⁴. Anksčiau pateiktos gairės, skirtos šios rūšies apribojimams, taikomos ir franšizei atsižvelgiant į šias dvi konkrečias pastabas:

- 1) Kuo svarbesnis praktinės patirties perdavimas, tuo panašiau, kad apribojimais bus sukurtas veiksmingumas ir (arba) kad jie yra būtini siekiant apsaugoti praktinę patirtį ir kad vertikalieji apribojimai atitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygas.
- 2) Įsipareigojimas nekonkuruoti, taikomas prekėms ar paslaugoms, kurias perka naudotojas (franšizės gavėjas), nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, jeigu įsipareigojimas yra būtinas palaikyti tinklo, besinaudojančio franšize, vientisumą ir reputaciją. Tokiais atvejais vertinant pagal 101 straipsnio 1 dalį, įpareigojimo nekonkuruoti trukmė taip pat yra nesvarbi, jeigu tik ji neviršija paties franšizės susitarimo trukmės.

191) Franšizės pavyzdys

Gamintojas sukūrė naują saldainių pardavimo vadinamosiose „linksmose“ parduotuvėse formą, kai saldainiai tose parduotuvėse gali būti nudažomi specialiai pagal vartotojo pageidavimą. Saldainių gamintojas taip pat sukūrė saldainių dažymo mašiną. Gamintojas taip pat gamina dažančiuosius skysčius. Skysčio kokybė ir šviežumas yra ypač svarbūs gerų saldainių gamybai. Gamintojui sekėsi parduoti savo saldinius daugelyje savo mažmeninės prekybos taškų, kurie visi naudojo tą patį firmos vardą ir taikė tą patį stilių (parduotuvės išplanavimą, bendrą reklamą ir pan.). Norėdamas padidinti pardavimą, gamintojas pradėjo taikyti franšizės sistemą. Naudotojai (franšizės gavėjai) yra įpareigoti pirkti saldinius, skystį ir dažymo

⁵⁴ Taip pat žr. 86–95 dalis, ypač 92 dalį.

mašiną iš gamintojo, taikyti tą patį stilių, naudoti firmos vardą, mokėti franšizės mokesį, dengti dalį reklamos išlaidų ir užtikrinti teisių turėtojo (franšizės davėjo) parengto veiklos vadovėlio slaptumą. Be to, naudotojas (franšizės gavėjas) gali pardavinėti tik sutartose patalpose, tik galutiniams vartotojams arba kitiems franšizės gavėjams ir negali pardavinėti kitų saldainių. Teisių turėtojas (franšizės davėjas) negali paskirti kito naudotojo (franšizės gavėjo) ir negali turėti kito savo mažmeninės prekybos taško susitarimo teritorijoje. Teisių turėtojas (franšizės davėjas) taip pat įsipareigoja atnaujinti ir toliau tobulinti savo produktus, verslo perspektyvas ir veiklos vadovėlį ir informuoti apie šiuos patobulinimus visus mažmeninės prekybos naudotojus (franšizės gavėjus). Franšizės susitarimai yra sudaryti 10 metų.

Saldainiais prekiaujantys mažmenininkai perka saldinius mažmeninės prekybos rinkoje arba iš nacionalinių gamintojų, kurie stengiasi įtikti nacionaliniam skoniui, arba iš didmenininkų, kurie, be nacionalinių gamintojų parduodamų produktų, importuoja saldinius iš užsienio gamintojų. Šioje rinkoje teisių turėtojo (franšizės davėjo) produktai konkuruoja su saldainiais, turinčiais kitą prekių ženklą. Teisių turėtojui (franšizės davėjui) priklauso 30 % mažmenininkams parduodamų saldainių rinkos. Konkurencija vyksta tarp kelių nacionalinių ir tarptautinių gamintojų prekių su prekių ženklais, kurias kartais pagamina labai plataus asortimento maisto įmonės. Yra daug potencialių saldainių pardavimo taškų, tokių kaip tabako parduotuvės, įprastos maisto prekių parduotuvės, kavinės ir specializuotos saldainių parduotuvės. Maisto dažymo mašinų rinkoje teisių turėtojo (franšizės davėjo) rinkos dalis yra mažesnė nei 10 %.

Daugelis franšizės susitarime numatytų įpareigojimų gali būti laikomi reikalingais intelektinės nuosavybės teisių apsaugai užtikrinti arba franšizės susitarimo tinklo vientisumui ir reputacijai išlaikyti, ir nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Pardavimui taikomi apribojimai (susitarimo teritorija ir pasirinktinis platinimas) skatina naudotoją (franšizės gavėją) investuoti į dažymo mašiną, į franšizės idėją ir, jeigu tai nebūtina, bent jau padėti išlaikyti vientisumą, taip kompensuojant tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu prarastą konkurenciją. Nuostata nekonkuruoti, neleidžianti, kad saldainiai su kitais prekių ženklais patektų į parduotuves visą susitarimų galiojimo laikotarpį, neleidžia teisių turėtojui (franšizės davėjui) išlaikyti prekybos taškų vienodų ir sutrukdyti konkurentams pasipelnyti iš jų firmos vardo. Dėl to negali atsirasti jokio reikšmingesnio rinkos apribojimo, kadangi yra daug potencialių prekybos taškų, prieinamų kitiems saldainių gamintojams. Tokie teisių turėtojo (franšizės davėjo) sudaryti franšizės susitarimai gali tenkinti išimties suteikimo sąlygas pagal 101 straipsnio 3 dalį, jei įsipareigojimai pagal susitarimą patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį.

2.6. *Išskirtinis tiekimas*

- 192) Į išskirtinio tiekimo kategoriją patenka tie apribojimai, kurių pagrindinis elementas yra pirkėjo įpareigojimas ar skatinimas sutarties produktus parduoti tik vienam arba beveik tik vienam pirkėjui bendrajam ar konkrečiam naudojimui. Tokie apribojimai gali būti daromi nustatant išskirtinio tiekimo įpareigojimą, kuriuo tiekėjui leidžiama parduoti tik vienam pirkėjui, kuris perka siekdamas perparduoti ar konkrečiai naudoti, bet tai gali būti daroma ir, pavyzdžiui, nustatant kiekį tiekėjui, jei tiekėjas ir pirkėjas susitaria dėl paskatų, dėl kurių tiekėjas iš esmės parduoda tik vienam pardavėjui. Prekyboje tarpinėmis prekėmis arba paslaugomis išskirtinis tiekimas dažnai vadinamas pramoniniu tiekimu.

- 193) Išskirtiniam tiekimui išimtis pagal bendrosios išimties reglamentą yra suteikiama, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, net jei toks paskyrimas yra derinamas su kitais nepagrindiniais vertikaliaisiais apribojimais, tokiais kaip įpareigojimas nekonkuruoti. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų atvejų, kai rinkos dalis viršija nustatytą ribinį dydį, išskirtinio tiekimo vertinimo gairės.
- 194) Išskirtinio tiekimo atveju pagrindinis pavojus konkurencijai yra rinkos antikonkurencinis apribojimas kitiems pirkėjams. Tai panašu į galimą išskirtinio platinimo poveikį, ypač kai išskirtinis platintojas tampa visos rinkos išskirtiniu pirkėju (žr. 2.2 skirsnį, visų pirma 156 dalį). Pirkėjo, esančio tiekėjų rinkoje pirkimo rinkos atžvilgiu, rinkos dalis yra akivaizdžiai svarbi vertinant pirkėjo gebėjimą taikyti išskirtinį tiekimą, kuris neleidžia kitiems pirkėjams įsigyti reikiamų prekių. Tačiau pirkėjo vieta esančioje vartotojų rinkoje yra veiksnyms nustatant, ar gali iškilti konkurencijos problema. Jeigu pirkėjas neturi rinkos galios vartotojų rinkoje, tuomet negalima tikėtis apčiuopiamo neigiamo poveikio vartotojams. Neigiamas poveikis gali būti tikėtinas, kai tiek tiekimo rinkoje vartotojų rinkos atžvilgiu, tiek pirkimo rinkoje tiekėjų rinkos atžvilgiu pirkėjo rinkos dalis viršija 30 %. Jeigu tiekėjų rinkoje pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, pastebimas rinkos apribojimo poveikis vis dėlto gali pasireikšti, kai pirkėjo rinkos dalis jo vartotojų rinkoje viršija 30 %, o išskirtinis tiekimas yra susijęs su konkrečiu sutarties produktų naudojimu. Kai įmonė dominuoja vartotojų rinkoje, bet koks įpareigojimas tiekti produktus tikrai dominuojančiam pirkėjui arba daugiausia jam gali lengvai sukelti antikonkurencinį poveikį.
- 195) Svarbu yra ne tik pirkėjo padėtis tiekėjų ir vartotojų rinkose, bet ir tai, kiek ir kokiam laikotarpiui yra taikomas išskirtinio tiekimo įpareigojimas. Kuo didesnė susieto tiekimo dalis ir ilgesnė išskirtinio tiekimo trukmė, tuo labiau tikėtina, kad rinkos apribojimas bus veiksmingas. Vertinant išskirtinio tiekimo susitarimus, kurių trukmė trumpesnė nei penkeri metai tarp nedominuojančių įmonių, dažniausiai reikia subalansuoti konkurenciją skatinantį ir konkurenciją ribojantį poveikį, tuo tarpu ilgesnės nei penkerių metų trukmės susitarimai vykdant daugelio rūšių investicijas nėra laikomi reikalingais reikiamam veiksmingumui pasiekti arba jų veiksmingumas yra nepakankamas, kad nusvertų rinkos apribojimo poveikį dėl tokios ilgos trukmės išskirtinio tiekimo susitarimų.
- 196) Konkuruojančių pirkėjų tiekėjų rinkoje padėtis rinkoje yra svarbi, nes tikėtina, kad rinka konkuruojantiems pirkėjams bus apribota dėl antikonkurencinių priežasčių, t. y. padidės jų išlaidos, jei jie yra daug mažesni už tų pirkėjų, kurie apriboja rinką, išlaidas. Rinkos apribojimas konkuruojantiems pirkėjams nėra labai tikėtinas, kai šie konkurentai turi panašią rinkos galią ir gali pasiūlyti tiekėjams panašias pardavimo galimybes. Tokiu atveju rinkos apribojimas gali būti aktualus tik potencialiems rinkos dalyviams, kurie gali nesugebėti įsigyti reikiamų atsargų, kai dauguma pagrindinių pirkėjų sudaro išskirtinio tiekimo sutartis su dauguma tiekėjų rinkoje. Toks bendras poveikis gali sąlygoti bendrosios išimties reglamento taikymo atšaukimą.
- 197) Įėjimo į rinką kliūtys tiekėjų lygiu yra svarbios nustatant, ar rinka yra realiai apribojama. Jei konkuruojantiems pirkėjams yra tinkama patiems tiekti prekes ir paslaugas vertikaliai integruojantis su tiekėjų rinka, rinkos apribojimo problema mažai tikėtina. Tačiau gali būti labai svarbios patekimo į rinką kliūtys.

- 198) Tiekėjų pasipriešinimo galia yra svarbi, kadangi svarbūs tiekėjai lengvai nesileis atskiriami nuo alternatyvių pirkėjų. Todėl rinkos apribojimo pavojus paprastai išskyla tuo atveju, kai yra silpni tiekėjai ir stiprūs pirkėjai. Jeigu tiekėjai stiprūs, išskirtinis tiekimas gali būti vykdomas kartu su įpareigojimu nekonkuruoti. Esant deriniui su įpareigojimu nekonkuruoti, yra taikomos įpareigojimui nekonkuruoti prekėmis su kitais prekių ženklais pateiktos taisyklės. Esant konkrečiai susijusioms investicijoms, apimančioms abi šalis (sulaikymo problema), išskirtinio tiekimo ir įsipareigojimo nekonkuruoti derinys, t. y. abipusis išskirtinumas pramoninio tiekimo susitarimuose, dažnai gali būti pateisinamas, jeigu nėra pasiektas dominavimo lygis.
- 199) Pagaliau prekybos lygis ir produkto pobūdis taip pat yra svarbūs rinkos apribojimui. Rinkos antikonkurencinis apribojimas yra mažiau tikėtinas, jeigu prekiaujama tarpiniais arba vienaarūšiais produktais. Pirmiausia gamintojas, kuriam buvo apribota rinka ir kuris naudoja kitus produktus (žaliavas), gali lanksčiau negu didmenininkas ir (arba) mažmenininkas atsiliiepti į galutinio vartotojo, kuriam prekių ženklas gali būti labai svarbus, paklausą. Antra, galimų tiekimo šaltinių netekimas daro mažesnę įtaką pirkėjams, kuriems rinka apribota, kai produktai yra vienaarūšiai, negu tuo atveju, kai produktas yra nevienalytis, skirtingos rūšies ar kokybės. Išskirtinis galutinių produktų su prekių ženklais arba skirtingų tarpinių produktų tiekimas esant įėjimo į rinką kliūtims gali turėti apčiuopiamą antikonkurencinį poveikį, jeigu konkuruojantys pirkėjai yra gana smulkūs, palyginti su pirkėju, kuris apriboja rinką, net jeigu šis nėra dominuojantis vartotojų rinkoje.
- 200) Veiksmingumo galima tikėtis iškilus sulaikymo problemai (107 dalies d ir e punktai), ir jis yra labiau tikėtinas, jeigu prekiaujama tarpiniais, o ne galutiniais produktais. Kitokio pobūdžio veiksmingumas yra mažiau tikėtinas. Neatrodė, kad masto ekonomija platinimo srityje (107 dalies g punktas) galėtų pateisinti išskirtinį tiekimą.
- 201) Esant sulaikymo problemai ir, negana to, esant masto ekonomijai platinimo srityje, kiekio nustatymas tiekėjui, toks kaip reikalavimas tiekti tam tikrą minimalų prekių kiekį, galėtų būti mažiau ribojanti alternatyva.
- 202) Išskirtinio tiekimo pavyzdys

Tam tikros rūšies komponentų rinkoje (tarpinio produkto rinka) tiekėjas A susitaria su pirkėju B, pagal savo praktinę patirtį ir investuodamas į naujas mašinas pagal pirkėjo B pateiktas specifikacijas sukurti naują komponento variantą. B turi padaryti ženklias investicijas, kad inkorporuotų naują komponentą. Susitarta, kad A tieks naują produktą tik pirkėjui B penkerius metus po to, kai produktas pateks į rinką pirmą kartą. B yra įpareigotas per tą patį penkerių metų laikotarpį pirkti naują produktą tik iš A. Tiek A, tiek B gali atitinkamai toliau pardavinėti ir pirkti kitur kitų variantų komponentus. Pirkėjo B rinkos dalis tiekėjų komponentų rinkoje ir vartotojų galutinių prekių rinkoje sudaro 40 %. Komponento tiekėjo rinkos dalis sudaro 35 %. Yra du kiti komponento tiekėjai, kurių rinkos dalis sudaro apie 20–25 %, ir daugybė smulkių tiekėjų.

Atsižvelgiant į svarbias investicijas tikėtina, kad susitarimas atitiks 101 straipsnio 3 dalies sąlygas, įvertinus veiksmingumą ir ribotą rinkos apribojimo poveikį. Kitiems pirkėjams rinka apribojama tik ypatingo varianto produktui, kurį tiekia 35 % rinkos turintis tiekėjas, taip pat kiti komponentų tiekėjai, kurie gali sukurti panašius naujus

produktus. Pirkėjo B poreikių dalies apribojimas kitiems tiekėjams yra apribotas daugiausia iki 40 % rinkos dalies.

2.7. *Išankstinis prieigos mokestis*

- 203) Išankstiniai prieigos mokesčiai – tai fiksuoti mokesčiai, kuriuos tiekėjai moka platintojams, esant vertikaliesiems ryšiams, tam tikro laikotarpio pradžioje, kad gautų prieigą prie jų platinimo tinklo. Ši kategorija apima įvairią praktiką, kaip antai prekių patekimo į lentynas mokesčiai⁵⁵, vadinamieji mokesčiai „mokėk, kad būtum“⁵⁶, mokesčiai už naudojimąsi platintojo pardavimo skatinimo kampanijomis ir kt. Išankstiniams prieigos mokesčiams taikoma išimtis pagal bendrosios išimties reglamentą, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų atvejų, kai rinkos dalis viršija nustatytą ribinį dydį, išankstinių prieigos mokesčių vertinimo gairės.
- 204) Dėl išankstinių prieigos mokesčių rinka antikonkurenciniu požiūriu kitiems tiekėjams kartais gali būti apribota, jeigu tokiu mokesčiu tiekėjas skatinamas savo produktus platinti tik per vieną ar keletą platintojų. Jei taikomas didelis mokestis, tiekėjas, norėdamas padengti su šiuo mokesčiu susijusias išlaidas, gali pageidauti, kad didelė dalis prekių būtų parduodama per šį platintoją. Šiuo atveju išankstiniai prieigos mokesčiai gali turėti tokį patį vartotojų rinkos apribojimo poveikį, kaip išipareigojimai dėl išskirtinio tiekimo. Šis galimas neigiamas poveikis vertinamas tokiu pačiu būdu, kaip išipareigojimas dėl išskirtinio tiekimo (visų pirma žr. 194-199 dalis).
- 205) Išskirtiniais atvejais dėl išankstinių prieigos mokesčių rinka antikonkurenciniu požiūriu kitiems tiekėjams taip pat gali būti apribota, jeigu dėl plačiai paplitusio išankstinių prieigos mokesčių taikymo didinamos patekimo į rinką kliūtys mažų į rinką siekiančių patekti dalyvių atžvilgiu. Šis galimas neigiamas poveikis vertinamas tokiu pačiu būdu, kaip išipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo (visų pirma žr. 132-141 dalis).
- 206) Be galimo rinkos apribojimo poveikio, išankstiniais prieigos mokesčiais taip pat gali būti susilpninta konkurencija ir palengvintos sąlygos platintojams sudaryti slaptus susitarimus. Išankstiniai prieigos mokesčiai greičiausiai padidins sutarties produktams tiekėjo nustatytą kainą, nes tiekėjas turi padengti tokių mokesčių išlaidas. Didesnės tiekimo kainos gali sumažinti mažmenininkų paskatą vartotojų rinkoje konkuruoti kaina, nors dėl prieigos mokesčių platintojų pelnai didėja. Kad bendrai pasinaudojant išankstiniais prieigos mokesčiais taip susilpnėtų konkurencija tarp platintojų, platinimo rinka paprastai turi būti labai koncentruota.
- 207) Tačiau išankstinių prieigos mokesčių taikymas daugeliu atveju gali prisidėti prie veiksmingo vietos lentynose skyrimo naujiems produktams. Platintojai dažnai turi mažiau informacijos apie tai, ar nauji į rinką patenkantys produktai gali būti sėkmingai pripažinti, negu tiekėjai, todėl gali būti laikomas neoptimalus produktų kiekis. Išankstiniai prieigos mokesčiai gali būti naudojami tokiai nesimetrinei

⁵⁵ Fiksuoti mokesčiai, kuriuos moka gamintojai mažmenininkams, kad gautų vietą jų lentynose tam tikram tolesniam laikotarpiui.

⁵⁶ Mokesčiai, mokami siekiant užtikrinti nuolatinį esamo produkto buvimą lentynoje tam tikrą ilgesnį laikotarpį.

informacijai tarp tiekėjų ir platintojų sumažinti atvirai leidžiant tiekėjams konkuruoti dėl vietos lentynose. Taigi platintojas gali gauti signalą apie tai, kokie produktai greičiausiai bus sėkmingai pripažinti, nes tiekėjas paprastai sutinka mokėti išankstinį prieigos mokesį, jei apskaičiuoja, kad produkto pateikimo nesėkmės galimybė maža.

- 208) Be to, dėl 207 dalyje minėtos nesimetrinės informacijos, tiekėjai gali turėti paskatą pasinaudoti platintojų pardavimo skatinimo pastangomis ir pristatyti neoptimalius produktus. Jei produktas nėra sėkmingai pripažįstamas, platintojai padengs dalį to produkto pripažinimo nesėkmės sąnaudų. Išankstinių prieigos mokesčių taikymas gali užkirsti kelią tokiam pasinaudojimui perkeliant produkto pripažinimo nesėkmės riziką atgal klientui, taigi būtų prisidedama prie optimalaus produktų pateikimo.

2.8. Kategorijos valdymo susitarimai

- 209) Kategorijos valdymo susitarimai yra susitarimai, kuriais platinimo susitarimuose platintojas patiki tiekėjui („kategorijos valdytoju“) produktų kategorijos rinkodarą, paprastai įtraukiant ne tik tiekėjo, bet ir jo konkurentų produktus. Todėl kategorijos valdytojas gali turėti įtakos, pavyzdžiui, produkto pateikimui ir produkto pardavimo skatinimui parduotuvėje ir produkto atrankai parduotuvei. Kategorijų valdymo susitarimams taikoma išimtis pagal bendrosios išimties reglamentą, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų atvejų, kai rinkos dalis viršija nustatytą ribinį dydį, kategorijos valdymo susitarimų vertinimo gairės.

- 210) Nors daugeliu atvejų dėl kategorijos valdymo susitarimų sunkumų nekils, jais kartais gali būti iškraipoma konkurencija tarp tiekėjų ir galiausiai sukliamas antikongrencinis kitų tiekėjų ribojimas, jei kategorijos valdytojas dėl savo įtakos platintojui priimant rinkodaros sprendimus gali apriboti konkuruojančių tiekėjų produktų platinimą ar sudaryti jam nepalankias sąlygas. Nors daugeliu atvejų platintojas gali būti nesuinteresuotas apriboti produktų pasirinkimo, jam pardavinėjant ne tik kategorijos valdytojo, bet ir konkuruojančius savo paties prekės ženklo (nuosavų prekės ženklų) produktus, jis gali būti suinteresuotas neįtraukti tam tikrų prekių, visų pirma tarpinės grandies produktų. Tokio galimo vartotojų rinkos apribojimo poveikio vertinimas atliekamas kaip išsipareigojimo nekonkuruoti vertinimo analogija (visų pirma 132–141 dalys), nagrinėjant, pavyzdžiui, šių susitarimų rinkos aprėptį, konkuruojančių tiekėjų padėtį rinkoje ir galimą bendrą tokių susitarimų naudojimą.

- 211) Be to, kategorijos valdymo susitarimai gali palengvinti slaptus platintojų susitarimus, kai tas pats tiekėjas yra kategorijos valdytojas visiems ar beveik visiems konkuruojantiems platintojams rinkoje ir pateikia šiems platintojams bendrosios informacijos, kad jie galėtų priimti rinkodaros sprendimus.

- 212) Kategorijų valdymas taip pat gali palengvinti slaptus tiekėjų susitarimus, nes padaugėja galimybių per mažmenininkus keisti slapta rinkos informacija, kaip antai informacija, susijusia su būsima kainodara, pardavimo skatinimo planais ar reklaminėmis kampanijomis⁵⁷.

⁵⁷ Tiesioginiam konkurentų dalijimuisi informacija bendrosios išimties reglamentu netaikomas, žr. to reglamento 2 straipsnio 4 dalį ir šių gairių 27 ir 28 dalis.

213) Tačiau kategorijos valdymo susitarimais taip pat gali būti prisidedama prie veiksmingumo didinimo. Kategorijos valdymo susitarimais platintojams gali būti sudarytos galimybės pasinaudoti tiekėjo patirtimi parduodant tam tikrų rūšių produktus ir pasiekti masto ekonomijos, nes jais užtikrinama, kad laiku ir tiesiai į lentynas būtų pristatytas optimalus prekių kiekis. Kadangi kategorijos valdymas yra pagrįstas klientų įpročiais, kategorijos valdymo susitarimais gali būti padidintas klientų pasitenkinimas, nes jie padeda geriau patenkinti jų paklausos lūkesčius. Apskritai, kuo didesnė konkurencija tarp tam tikrų prekių su skirtingais prekių ženklais ir kuo mažesnės klientų keitimo sąnaudos, tuo didesnės ekonominės naudos pasiekama per kategorijų valdymą.

2.9. *Susiejimas*

214) Susiejimas yra tada, kai reikalaujama, kad klientai, kurie perka vieną produktą (siejantį produktą), pirktų dar vieną skirtingą produktą (susietą produktą) iš to paties tiekėjo arba iš jo paskirto asmens. Susiejimas gali būti laikomas piktnaudžiavimu pagal 102 straipsnį⁵⁸. Susiejimas taip pat gali būti laikomas vertikaliuoju apribojimu, patenkančiu į 101 straipsnio taikymo sritį, jeigu jis perauga į įpareigojimą nekonkuruoti susieto produkto atžvilgiu (žr. 129–150 dalis). Šios gairės yra taikomos tik tokiai situacijai.

215) Ar produktai bus laikomi skirtingais, priklauso nuo klientų paklausos. Du produktai yra skirtingi, jei, nesant susiejimo, daug klientų pirktų ar būtų pirkę siejantį produktą kartu nepirkdami susieto to paties tiekėjo produkto, taigi taip leidžiama atskira ir susiejančio, ir susiejamo produkto produkcija⁵⁹. Įrodymai, kad du produktai yra skirtingi galėtų apimti ir tiesioginį įrodymą, kad, turėdami pasirinkimą, klientai perka siejantį ir susiejamą produktus atskirai iš skirtingų tiekėjų, arba netiesioginį įrodymą, kaip antai tai, kad rinkoje yra įmonių, kurios specializuojasi gaminant ar parduodant susietus produktus be siejančių produktų⁶⁰, arba įrodymą, kad įmonės, kurių rinkos, visų pirma konkurencingos rinkos, galia maža, turi tendenciją nesieti ir nejungti tokių produktų. Pavyzdžiui, kadangi vartotojai nori pirkti batus su batraiščiais, o platintojams per sudėtinga suvarstyti į batus vartotojų pasirinktus batraiščius, batų gamintojams tapo ekonomiškai naudinga tiekti batus su batraiščiais. Todėl batų su batraiščiais pardavimas nėra laikomas susiejimu.

216) Susiejimas gali turėti antikonkurencinio rinkos apribojimo poveikį susiejančio produkto rinkoje, susiejamo produkto rinkoje arba abiejose vienu metu. Rinkos apribojimo poveikis priklauso nuo to, kokią dalį procentais susieti produktai sudaro nuo bendro susietų produktų rinkoje pardavimo. Nagrinėjant klausimą, koks rinkos apribojimas gali būti laikomas reikšmingu pagal 101 straipsnio 1 dalį, galima taikyti įpareigojimui nekonkuruoti prekėmis su kitais prekių ženklais pateiktą analizę. Susiejimas reiškia, kad pirkėjui yra nustatomas susieto produkto atžvilgiu privalomas

⁵⁸ 1996 m. lapkričio 14 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Tetrapak* prieš *Komisiją*, C-333/94 P, Rink. I-5951, 37 punktas. Taip pat žr. Komisijos komunikatą — Įgyvendinimo prioritetų taikant EB sutarties 82 straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairės, OL C 45, 2009 2 24, p. 7.

⁵⁹ 2007 m. rugsėjo 17 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Microsoft* prieš *Komisiją*, T-201/04, Rink. II-3601, 917, 921 ir 922 punktai.

⁶⁰ 1991 m. gruodžio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Hilti* prieš *Komisiją*, T-30/89, Rink. 1439, 67 punktas.

kiekis. Jeigu, be to, susieto produkto atžvilgiu yra sutarta taikyti įpareigojimą nekonkuruoti, sustiprėja galimas rinkos apribojimo poveikis susieto produkto rinkoje. Susiejimas gali sumažinti konkurenciją klientams, kurie suinteresuoti pirkti susietą, bet ne susiejantį produktą. Jei nėra pakankamo skaičiaus klientų, kurie pirktų vien tik susietą produktą, kad būtų galima išlaikyti tiekėjo konkurentus susieto produkto rinkoje, dėl susiejimo tokiems klientams gali padidėti kainos. Jei susietas produktas yra svarbus papildomas produktas susiejančio produkto klientams, dėl susieto produkto alternatyvių tiekėjų skaičiaus, taigi ir to produkto prieinamumo, sumažėjimo patekti į vien tik susiejančio produkto rinką gali būti sunkiau.

- 217) Susiejimas taip pat gali tiesiogiai paskatinti didesnes negu konkurencingos kainas, visų pirma trimis atvejais. Pirma, jei susiejantis ir susiejamas produktas gali būti naudojami kintamomis proporcijomis kaip gamybos proceso dalis, klientai gali sureaguoti į padidėjusią susiejančio produkto kainą padidindami savo paklausą susietam produktui, tačiau sumažindami savo paklausą susiejančiam produktui. Susiedamas du produktus tiekėjas gali siekti išvengti tokio pakeitimo vieno kitu, taigi ir pakelti jų kainas. Antra, kai susiejimas leidžia diskriminaciją kainomis pasinaudojant tuo, kaip vartotojas panaudoja susiejantį produktą, pavyzdžiui, rašalo kapsulės susiejimas su fotokopijavimo mašinų pardavimu (matavimas). Trečia, kai esant ilgalaikėms sutartims arba originalių įrenginių, kurių naudojimo laikas yra ilgas, aptarnavimo po pardavimo rinkoje vartotojams yra sunku įvertinti susiejimo pasekmes.
- 218) Susiejimui taikoma išimtis pagal bendrosios išimties reglamentą, kai tiekėjo rinkos dalis tiek susieto produkto, tiek susiejančio produkto rinkose, ir pirkėjo rinkos dalis jo tam tikrose gamintojų rinkose neviršija 30 %. Susiejimas gali būti taikomas kartu su kitais vertikaliais apribojimais, kurie nėra pagrindiniai apribojimai pagal tą reglamentą, tokiais kaip įpareigojimu nekonkuruoti, arba privalomo kiekio nustatymu susiejančio produkto atžvilgiu, arba išskirtiniu pirkimu. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų atvejų, kai užimama rinkos dalis viršija nustatytą ribą, susiejimo vertinimo gairės.
- 219) Tiekėjo rinkos padėtis susiejančio produkto rinkoje yra akivaizdžiai svarbiausia įvertinant galimą antikonkurencinį poveikį. Paprastai tokį susitarimo tipą verčia taikyti tiekėjas. Dėl tiekėjo padėties susiejančio produkto rinkoje pirkėjui gali būti sunku atsisakyti susiejimo įpareigojimo.
- 220) Tiekėjo konkurentų padėtis susiejančio produkto rinkoje yra svarbi įvertinti jo rinkos galiai. Tol, kol jo konkurentų yra pakankamai daug ir jie yra stiprūs, negalima tikėtis antikonkurencinio poveikio, kadangi pirkėjai turi pakankamai alternatyvų įsigyti susietą produktą be susiejančio produkto, nebent kiti tiekėjai taikytų panašų susiejimą. Be to, įėjimo į rinką kliūtys susiejančio produkto rinkoje yra svarbios įtvirtinant tiekėjo padėtį rinkoje. Jei susiejimas yra taikomas kartu su įpareigojimu nekonkuruoti susiejančio produkto atžvilgiu, tiekėjo padėtis gerokai sustiprėja.
- 221) Perkamoji galia yra svarbi, kadangi svarbūs pirkėjai nebus lengvai priversti sutikti su susiejimu, negaudami bent dalies galimo veiksmingumo. Todėl susiejimas, kuris nesiremia veiksmingumu, paprastai sukelia pavojų, jeigu pirkėjai neturi pakankamos perkamosios galios.

222) Kai yra nustatomas apčiuopiamas antikonkurencinis poveikis, kyla klausimas, ar tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos. Susiejimo įpareigojimai gali padėti pasiekti veiksmingumą dėl bendros gamybos arba bendro platinimo. Kai tiekėjas negamina susieto produkto, veiksmingumas gali būti pasiektas dėl to, kad tiekėjas perka didelius susieto produkto kiekius. Tačiau kad susiejimas atitiktų 101 straipsnio 3 dalies sąlygas, turi būti įrodyta, kad bent dalis tokio sąnaudų sumažinimo tenka vartotojui, o paprastai taip nebūna, jeigu mažmenininkas gali reguliariai gauti reikalingas tokių pat arba tapačių produktų atsargas tokiomis pat ar geresnėmis sąlygomis, negu tomis, kurias siūlo susiejimą taikantis tiekėjas. Veiksmingumo taip pat gali būti, kai susiejimas padeda užtikrinti tam tikrą vienodumą ir kokybės standartizaciją (žr. 107 dalies i punktą). Tačiau reikia įrodyti, kad tokio teigiamo poveikio negalima pasiekti reikalaujant, kad pirkėjas panaudotų arba perparduotų produktus, kurie patenkina minimalius kokybės standartus, ir nereikalaujant, kad pirkėjas pirktų produktus iš tiekėjo arba iš šio paskirto asmens. Reikalavimai, susiję su minimaliais kokybės reikalavimais, paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Kai susiejančio produkto tiekėjas priskiria pirkėjui tiekėjus, iš kurių pirkėjas privalo pirkti susietą produktą, dėl to, kad, pavyzdžiui, yra neįmanoma suformuluoti minimalių kokybės standartų, 101 straipsnio 1 dalis taip pat gali būti netaikoma, ypač kai susiejančio produkto tiekėjas, paskirdamas susiejančiam produktui tiekėjus, negauna tiesioginės (finansinės) naudos.

2.10. *Perpardavimo kainų apribojimai*

223) Kaip paaiškinta III.3 skirsnyje, perpardavimo kainų palaikymas (PKP) – tai yra susitarimai ar suderinti veiksmai, kuriais tiesiogiai ar netiesiogiai siekiama nustatyti fiksuotas ar minimalias perpardavimo kainas arba fiksuotą ar minimalų kainų, kurių turi laikytis pirkėjas, lygį, laikomas pagrindiniu apribojimu. Jei į susitarimą įtraukta perpardavimo kainų palaikymo sąlyga, daroma prielaida, kad tas susitarimas riboja konkurenciją ir todėl jis patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Taip pat galima daryti prielaidą, kad susitarimas tikriausiai neatitiks 101 straipsnio 3 dalies sąlygų, todėl bendroji išimtis netaikoma. Tačiau įmonės atskiru atveju gali pasitelkti argumentus dėl veiksmingumo pagal 101 straipsnio 3 dalį. Šalys privalo pagrįsti, kad tikėtino veiksmingumo pasiekta dėl to, kad į jų susitarimą įtraukta PKP sąlyga, ir įrodyti, kad tenkinamos visos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos. Tada Komisija, prieš priimdama sprendimą, ar tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos, turės veiksmingai įvertinti galimą neigiamą poveikį konkurencijai ir vartotojams.

224) Taikant PKP sąlygą konkurencija gali būti ribojama daugeliu būdų. Pirma, PKP gali palengvinti slaptus tiekėjų susitarimus, nes padidinamas kainų skaidrumas rinkoje, dėl to tampa lengviau nustatyti, ar tiekėjas mažindamas savo kainą nukrypsta nuo slapta susitartos pusiausvyros. PKP taip pat kelia pavojų tiekėjo paskatai sumažinti jo kainą platintojams, nes fiksuota perpardavimo kaina neleis jam pasinaudoti didesniais pardavimo kiekiais. Šis neigiamas poveikis ypač tikėtinas, jei rinkoje paplitę slapti susitarimai, pavyzdžiui, kai gamintojai sudaro siaurą oligopoliją, ir PKP susitarimai apima didelę rinkos dalį. Antra, pašalinus kainų konkurenciją tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu, PKP taip pat gali palengvinti slaptus pirkėjų susitarimus, t. y. platinimo lygiu. Stiprūs ar gerai organizuoti platintojai gali turėti galimybių versti vieną ar kelis tiekėjus ar įtikinti juos nustatyti fiksuotą konkurencinį lygį viršijančią perpardavimo kainą ir taip padėti jiems pasiekti ar stabilizuoti slaptai susitartą pusiausvyrą. Dėl to atsirandantis kainų konkurencijos praradimas atrodo ypač probleminis, kai PKP paskatina pirkėjai, kurių kolektyviniai horizontalieji

interesai, kaip galima tikėtis, gali būti nepalankūs vartotojams. Trečia, dėl PKP apskritai gali sumažėti gamintojų ir (arba) mažmenininkų konkurencija, visų pirma, kai gamintojai naudojami tų pačių platintojų paslaugomis savo produktams platinti ir visi arba daugelis jų taiko PKP sąlygą. Ketvirta, tiesioginis PKP poveikis bus tas, kad visi ar tam tikri platintojai negalės sumažinti savo to konkretaus prekių ženklo pardavimo kainų. Kitaip tariant, tiesioginis PKP poveikis – kainos didėjimas. Penkta, dėl PKP gali būti sumažintas spaudimas gamintojo pelnui, visų pirma kai gamintojas turi išsipareigojimų problemą, t. y. kai jis suinteresuotas sumažinti kainą, kurią nustato tolesniems platintojams. Tokiomis aplinkybėmis gamintojas gali būti labiau linkęs sutikti su PKP, kad jam būtų lengviau išsipareigoti nemažinti kainų tolesniems platintojams ir kad būtų sumažintas poveikis jo pelnui. Šešta, PKP gali įgyvendinti rinkos galią turintis gamintojas, kad galėtų riboti mažesnius konkurentus. Dėl PKP sudaromų didesnio pelno galimybių platintojai gali būti suinteresuoti konsultuojant klientus pirmenybę teikti tam tikriems prekių ženklams, o ne jų konkurentų prekių ženklams, net tuo atveju, kai tai nėra naudinga klientui, arba apskirtai neparduoti konkurentų prekių ženklų. Galiausiai, dėl PKP gali mažėti dinamiškumas ir sumažėti naujovių platinimo lygiu. Kadangi užkertamas kelias kainų konkurencijai tarp įvairių platintojų, veiksmingiau dirbantiems mažmenininkams PKP gali būti užkertamas kelias patekti į rinką ir (arba) pakankamai išsitvirtinti su mažomis kainomis. Taip pat gali būti neleidžiama ar trukdoma naujoms platinimo formoms, pagrįstoms mažomis kainomis, kaip antai kainų nuolaidas taikantiems mažmenininkams, atsirasti ir plėstis.

- 225) Tačiau PKP gali būti ne tik ribojama konkurencija, bet ir pasiekta veiksmingumo, ypač tais atvejais, kai PKP skatina tiekėjas, toks veiksmingumas bus vertinamas pagal 101 straipsnio 3 dalį. Kai gamintojas pristato naują produktą, PKP labiausiai gali būti naudingas pirminiu didėjančios paklausos laikotarpiu siekiant skatinti platintojus geriau atsižvelgti į gamintojo interesus skatinti produkto pardavimą. PKP gali suteikti platintojams priemonių padidinti pardavimo pastangas ir jei platintojai šioje naujoje rinkoje jaučia konkurencinį spaudimą, tai gali paskatinti juos plėsti bendrą produkto paklausą ir sėkmingai pradėti jį pardavinėti, o tai būtų naudinga ir vartotojams⁶¹. Panašiai, fiksuotos perpardavimo kainos, ir ne vien tik maksimalios perpardavimo kainos, gali būti būtinos franšizės sistemoje ar panašaus platinimo sistemoje, kurioje taikomas vienodas platinimo būdas, organizuojant koordinuotą trumpalaikę mažų kainų kampaniją (dažniausiai nuo 2 iki 6 savaičių), kuri būtų naudinga ir vartotojams. Tam tikrais atvejais papildomu dėl PKP gautu pelnu mažmenininkams gali būti suteikiama galimybė teikti (papildomas) paslaugas iki pardavimo, visų pirma susijusias su patikrintais ar sudėtingais produktais. Jei pakankamai klientų rinkdamiesi produktą, pasinaudoja tokiomis paslaugomis, tačiau perka mažesne kaina iš mažmenininkų, kurie tokių paslaugų neteikia (todėl nepatiria tokių išlaidų), aukšto lygio aptarnavimo paslaugas teikiantys mažmenininkai gali pradėti teikti mažiau paslaugų tiekėjo produkto paklausai didinti arba jų visai nebeteikti. PKP galima užkirsti kelią tokiam platintojų pasinaudojimui. Siekdamas įrodyti, kad tenkinamos visos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos, šalys, be kita ko, turės įtikinamai įrodyti, kad PKP susitarimu siekiama ne tik nustatyti priemones, bet ir paskatas, kuriomis būtų pašalinamas galimas su tokiomis paslaugomis susijęs

⁶¹ Tai reiškia, kad tiekėjui nenaudinga sutartimi nustatyti veiksmingų skatinimo reikalavimų visiems pirkėjams (žr. 107 dalies a punktą).

mažmenininkų pasinaudojimas, ir kad paslaugos iki pardavimo apskritai naudingos klientams.

- 226) Praktikai, kai perpardavėjui rekomenduojama perpardavimo kaina arba reikalaujama, kad perpardavėjas laikytųsi maksimalios perpardavimo kainos, taikomas bendrosios išimties reglamentas, kai kiekvienos susitarimo šalies rinkos dalis neviršija 30 % ribos, jei tokia kaina nėra minimali arba fiksuota pardavimo kaina, nustatyta kuriai nors šaliai darant spaudimą ar imantis skatinimo priemonių. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų atvejų, kai rinkos dalis viršija nustatytą ribinį dydį, maksimalių ar rekomenduojamų kainų vertinimo gairės, ir tų atvejų, kai bendroji išimtis atšaukiama, gairės.
- 227) Galima maksimalių ir rekomenduojamų kainų konkurencijos rizika yra tokia, kad perpardavėjams tos kainos bus orientacinės ir daugelis perpardavėjų ar net visi jų laikysis ir (arba) maksimaliomis arba rekomenduojamomis kainomis gali būti sumažinta konkurencija ar palengvinti slapti tiekėjų susitarimai.
- 228) Svarbus maksimalios arba rekomenduojamos kainos galimo antikonkurencinio poveikio vertinimo kriterijus yra tiekėjo rinkos dalis. Kuo stipresnė tiekėjo padėtis rinkoje, tuo didesnė rizika, kad maksimali ar rekomenduojama perpardavimo kaina leis pirkėjams taikyti daugiau ar mažiau vienodas kainas, kadangi jie panaudos ją kaip orientyrą. Jiems gali būti sunku nukrypti nuo, jų manymu, tokios svarbios tiekėjo siūlomos perpardavimo kainos.
- 229) Kai yra nustatomas didžiausių arba rekomenduojamų kainų apčiuopiamas antikonkurencinis poveikis, kyla galimos išimties pagal 101 straipsnio 3 dalį klausimas. Maksimalioms perpardavimo kainoms gali būti labai svarbus 107 dalies f punkte aprašytas veiksmingumo vertinimas (dvigubos maržos vengimas). Maksimali perpardavimo kaina taip pat gali padėti užtikrinti, kad susijęs prekės ženklas labiau konkuruotų su kitais prekės ženklais, įskaitant tų pačių platintojų pardavinėjamus nuosavo prekės ženklo produktus.