

SPRENDIMAI

KOMISIJOS ĮGYVENDINIMO SPRENDIMAS

2014 m. balandžio 2 d.

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

(pranešta dokumentu Nr. C(2014) 2093)

(Tekstas autentiškas tik vokiečių kalba)

(Tekstas svarbus EEE)

(2014/184/ES)

EUROPOS KOMISIJA,

atsižvelgdama į Sutartį dėl Europos Sąjungos veikimo,

atsižvelgdama į 2004 m. kovo 31 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo ⁽¹⁾, ypač į jos 30 straipsnio 5 ir 6 dalis,

kadangi:

I. FAKTAI

- (1) 2013 m. spalio 1 d. „Österreichische Post AG“ (toliau – „Austrian Post“), vadovaudamasi Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 5 dalimi, Komisijai elektroniniu paštu pateikė prašymą. Pagal tos direktyvos 30 straipsnio 5 dalies pirmą pastraipą Komisija 2013 m. spalio 18 d. raštu apie tai informavo Austrijos valdžios institucijas. Komisija Austrijos valdžios institucijų (2013 m. gruodžio 5 d. e. laišku) ir pareiškėjo (2013 m. lapkričio 4 d., 2013 m. lapkričio 28 d., 2014 m. sausio 10 d. ir 2014 m. sausio 13 d. e. laiškais) paprašė pateikti papildomos informacijos. Papildoma informacija e. paštu iš Austrijos valdžios institucijų gauta 2013 m. gruodžio 18 d., o iš pareiškėjo – atitinkamai 2013 m. lapkričio 8 d., 2013 m. gruodžio 2 d. ir 2014 m. sausio 14 d.
- (2) Prašymas yra susijęs su kai kuriomis pašto paslaugomis ir kai kuriomis ne pašto paslaugomis, kurias Austrijos teritorijoje teikia „Austrian Post“. Susijusios paslaugos prašyme apibūdintos taip:
 - a) pašto paslaugos, susijusios su adresuotais laiškais tarp verslo klientų (toliau – B2B) ir tarp verslo klientų bei privačių klientų (toliau – B2C) nacionaliniu lygmeniu (vidaus ir gaunamo pašto);
 - b) pašto paslaugos, susijusios su adresuotais laiškais tarp privačių klientų (toliau – C2C) ir tarp privačių klientų bei verslo klientų (toliau – C2B) nacionaliniu lygmeniu (vidaus ir gaunamo pašto);
 - c) pašto paslaugos, susijusios su B2B ir B2C (toliau – B2X) bei C2B ir C2C (toliau – C2X) adresuotais tarptautiniais (siunčiamais) laiškais;
 - d) pašto paslaugos, susijusios su adresuotais reklaminiais laiškais nacionaliniu ir tarptautiniu lygmenimis;
 - e) pašto paslaugos, susijusios su neadresuotais reklaminiais laiškais nacionaliniu ir tarptautiniu lygmenimis;
 - f) pašto paslaugos, susijusios su adresuotais ir neadresuotais laikraščiais;

⁽¹⁾ OLL 134, 2004 4 30, p. 1.

- g) siuntų skyrių valdymo paslaugos;
- h) pridėtinės vertės paslaugos, susijusios su elektroninėmis priemonėmis ir teikiamos tik tokiomis priemonėmis;
- i) filatelija – specialūs pašto ženklai;
- j) finansinės paslaugos.

II. TEISINIS PAGRINDAS

- (3) Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnyje numatyta, kad sutartims, kurių paskirtis – suteikti galimybę pradėti vykdyti Direktyvoje 2004/17/EB minimą veiklą, ši direktyva netaikoma, jei valstybėje narėje, kurioje ji yra vykdoma, tokią veiklą tiesiogiai veikia konkurencija rinkose, į kurias patekti nėra jokių apribojimų. Tiesioginė konkurencija vertinama remiantis objektyviais kriterijais, atsižvelgiant į konkrečius susijusio sektoriaus ypatumus. Laikoma, kad patekti į rinką nėra apribojimų, jei valstybė narė yra įgyvendinusi ir taiko atitinkamus Sąjungos teisės aktus, kuriais tas sektorius ar jo dalis atveriami. Tie teisės aktai yra išvardyti Direktyvos 2004/17/EB XI priede, kuriame dėl pašto sektoriaus daroma nuoroda į Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 97/67/EB ⁽²⁾.
- (4) Austrija įgyvendino ir taikė Direktyvą 97/67/EB, kuri iš dalies pakeista Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/39/EB ⁽³⁾ ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2008/6/EB ⁽⁴⁾. Prašymo pateikimo metu nė viena iš dabartiniame prašyme minėtų paslaugų rezervuota nebuvo. Kadangi Austrija yra pasiekusi tokį rinkos atvėrimo lygį, koks numatytas Direktyvos 2004/17/EB XI priede išvardytuose teisės aktuose, laikytina, kad pagal tos direktyvos 30 straipsnio 3 dalies pirmą pastraipą apribojimų patekti į rinką nėra.
- (5) Tiesioginis konkurencijos poveikis konkrečioje rinkoje turėtų būti vertinamas remiantis įvairiais kriterijais, iš kurių nė vienas *per se* nėra lemiamas. Kalbant apie rinkas, kurioms taikomas šis sprendimas, vienas iš kriterijų, į kurį reikėtų atsižvelgti, yra pagrindinių tam tikros rinkos dalyvių užimama tos rinkos dalis. Kitas kriterijus galėtų būti koncentracijos tose rinkose laipsnis. Kadangi įvairių veiklos rūšių, kurioms taikomas šis sprendimas, sąlygos skiriasi, nagrinėjant konkurencinę padėtį reikėtų atsižvelgti į skirtingas aplinkybes įvairiose rinkose.
- (6) Nors kai kuriais atvejais galima numatyti siauresnę arba platesnę rinkos apibrėžtį, tikslios atitinkamos rinkos apibrėžties šiame sprendime griežtai nustatyti nebūtina, jei analizės rezultatai išlieka tokie patys nepriklausomai nuo to, ar jie paremti siauresne, ar platesne rinkos apibrėžtimi.
- (7) Šiuo sprendimu nepažeidžiamas konkurencijos taisyklių taikymas. Visų pirma kriterijai ir metodai, taikyti vertinant Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnyje nurodytą tiesioginį konkurencijos poveikį, nebūtinai sutampa su kriterijais ir metodais, taikytais atliekant vertinimą pagal Sutarties 101 ar 102 straipsnį arba Tarybos reglamentą (EB) Nr. 139/2004 ⁽⁵⁾.

III. VERTINIMAS

- (8) Reikėtų atsižvelgti į tai, kad šio sprendimo tikslas – nustatyti, ar prašyme minimų paslaugų atžvilgiu esama tokio lygio konkurencijos (rinkose, į kurias patekti nėra apribojimų, kaip apibrėžta Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnyje), kad (net jei netaikomos drausminės priemonės, nustatomos išsamiais Direktyvoje 2004/17/EB išdėstytais pirkimo taisyklėmis) su atitinkamos veiklos vykdymu susiję pirkimai būtų vykdomi skaidriai, be diskriminacijos ir remiantis kriterijais, kuriais vadovaudamiesi pirkėjai gali priimti ekonominiu požiūriu geriausią sprendimą.

⁽²⁾ 1997 m. gruodžio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/67/EB dėl Bendrijos pašto paslaugų vidaus rinkos plėtros bendrųjų taisyklių ir paslaugų kokybės gerinimo (OL L 15, 1998 1 21, p. 14).

⁽³⁾ 2002 m. birželio 10 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/39/EB, iš dalies keičianti Direktyvą 97/67/EB dėl Bendrijos pašto paslaugų rinkos tolesnio atvėrimo konkurencijai (OL L 176, 2002 7 5, p. 21).

⁽⁴⁾ 2008 m. vasario 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2008/6/EB, iš dalies keičianti Direktyvą 97/67/EB, siekiant visiško Bendrijos pašto paslaugų vidaus rinkos suformavimo (OL L 52, 2008 2 27, p. 3).

⁽⁵⁾ 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (EB Susijungimų reglamentas) (OL L 24, 2004 1 29, p. 1).

- (9) Šiomis aplinkybėmis nereikėtų užmiršti, kad apibrėžtoms produktų rinkoms paprastai būdinga tai, kad jose veikia keletas veiklos vykdytojų. Tačiau, sprendžiant iš turimos informacijos, iš tų veiklos vykdytojų vienintelė įmonė „Austrian Post“ yra perkantysis subjektas, kaip apibrėžta Direktyvoje 2004/17/EB. „Austrian Post“ konkurentų pirkimams, susijusiems su sprendime minimos veiklos vykdymu, Direktyvos 2004/17/EB nuostatos netaikomos. Taigi nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime rinkos analizė bus orientuota ne į bendrą konkurencijos tiriamoje rinkoje laipsnį, o į tai, ar „Austrian Post“ veiklą veikia ar neveikia konkurencija rinkose, į kurias patekti apribojimų nėra.
- (10) Savo praktikoje ⁽⁶⁾ Komisija laikosi požiūrio, kad pašto pristatymo paslaugų rinkos ir visi jų segmentai yra nacionalinės aprėpties. Tokia segmentacija daugiausia grindžiama tuo, kad tokios paslaugos teikiamos nacionaliniu lygmeniu. Pareiškėjo nuomonė sutampa su tokia Komisijos praktika.
- (11) Kadangi pašto pristatymo paslaugų atveju nustatyti platesnę ar siauresnę geografinę rinkos aprėptį nėra pagrindo, siekiant įvertinti, ar Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalyje nustatytos sąlygos yra tenkinamos, ir nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų, atitinkama geografinė rinka yra laikoma Austrijos teritorija.
- (12) Kalbant apie ne pašto paslaugas, kurias apima šis prašymas, pareiškėjas rinkas laiko esant nacionalinės aprėpties. Kadangi prašyme minimos paslaugos yra teikiamos šalies viduje, šiame sprendime nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų atitinkama geografinė rinka laikoma Austrijos teritorija.
- (13) Remdamasi ankstesne praktika, Komisija laikosi nuomonės, kad pašto pristatymo paslaugų rinką galima suskirstyti į šiuos segmentus:
- vidaus ir tarptautinis paštas ⁽⁷⁾;
 - gaunamo tarptautinio pašto paslaugos ir siunčiamo tarptautinio pašto paslaugos ⁽⁸⁾;
 - verslo paštas ir paštas, susijęs su privačiais vartotojais ⁽⁹⁾;
 - adresuotas ir neadresuotas paštas ⁽¹⁰⁾.

Pašto paslaugos, susijusios su B2X adresuotais laiškais, nacionaliniu lygmeniu (vidaus ir gaunamo pašto)

- (14) Remiantis prašymu, pašto paslaugų, susijusių su adresuotais B2X laiškais, rinką daugiausia sudaro su sandoriais susijęs paštas ir reklaminis paštas. Su sandoriais susijęs paštas apibrėžiamas kaip įmonių arba įmonių ir asmenų bendravimas, susijęs su vykdomomis sutartimis, prekių tiekimu ir (arba) paslaugų teikimu. Su sandoriais susijusio pašto pavyzdžiai – tai komunalinių įmonių sąskaitos faktūros, mokėjimo formos, banko siunčiami mėnesiniai sąskaitų išrašai ir t. t. Austrijoje 74 % viso su sandoriais susijusio pašto sudaro sąskaitos faktūros arba finansinės ataskaitos ⁽¹¹⁾. Sąskaitos faktūros gali būti perduodamos gavėjams elektroniniu būdu (e. sąskaitų faktūrų išrašymas) arba pristatant jas paštu.
- (15) Pareiškėjas tvirtina, kad verslo pašto pristatymo būdas technologiniu požiūriu yra neutralus, tai reiškia, kad abu pristatymo būdai – elektroninis ir paštu – priklauso tai pačiai atitinkamai rinkai. Šis tvirtinimas nesutampa su ankstesne Komisijos patirtimi.
- (16) Tinkamai atsižvelgiant į dabartinę teisinę ir faktinę padėtį Austrijoje, Austrijos valdžios institucijos buvo paragintos ⁽¹²⁾ išsakyti savo nuomonę dėl pristatymo elektroniniu būdu ir pristatymo paštu pakeičiamumo, arba, tiksliau tariant, dėl atitinkamos produkto rinkos apibrėžties. Austrijos valdžios institucijos negalėjo pateikti papildomos informacijos ⁽¹³⁾, pagrindžiančios pareiškėjo tvirtinimus.
- (17) Reikėtų pažymėti, kad, remiantis Sąjungos konkurencijos taisyklėmis, pakeičiamumas turėtų būti nagrinėjamas, *inter alia*, remiantis produktų ypatumais, kaina ir naudojimo pobūdžiu.

⁽⁶⁾ Byla Nr. COMP/M.6503 – *La Poste/Swiss Post/JV*.

⁽⁷⁾ Byla COMP/M.3971 – *DeutschePost/Excel*.

⁽⁸⁾ Byla COMP/M.5152 – *Posten AB/Post DanmarkA/S*.

⁽⁹⁾ Žr. 8 išnašą.

⁽¹⁰⁾ Žr. 8 išnašą.

⁽¹¹⁾ Prašymas, p. 8.

⁽¹²⁾ 2013 m. gruodžio 5 d. Komisijos raštas MARKT/C4/MMT/id (2013)3891034 Austrijos nuolatinei atstovybei.

⁽¹³⁾ 2013 m. gruodžio 18 d. Austrijos federalinės ekonomikos, šeimos ir jaunimo ministerijos e. laiškas, prie kurio pridėti atitinkamų institucijų – Federalinės transporto, inovacijų ir technologijų ministerijos ir Nacionalinės reguliavimo institucijos („Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH“) – atsakymai.

- (18) Pareiškėjas tvirtina, kad interneto ir plačiajuosčio ryšio skvarba Austrijoje labai didelė, todėl pristatymą paštu galima pakeisti elektroninėmis ryšio priemonėmis. Tačiau, kad būtų galima išsiųsti ir (arba) gauti, pavyzdžiui, elektroninę sąskaitą faktūrą, kurią galima automatiškai tvarkyti, gali prireikti papildomos infrastruktūros, visų pirma B2B e. sąskaitų faktūrų atveju. Dėl tokios infrastruktūros gali prireikti išorės paslaugų teikėjo arba specialios vidaus taikomosios programos ⁽¹⁴⁾, gali tekti naudoti elektroninį parašą ir t. t. Maža to, remiantis Komisijos turima informacija, e. sąskaitų faktūrų naudojimas galėtų būti susijęs su daugeliu pridėtinės vertės paslaugų (pvz., taip sudaromos sąlygos automatiniam tvarkymui, trečiųjų šalių finansuojamam mokėjimui – vadinamajam tiekimo grandinės finansavimui ir t. t.) ir nauda (pvz., mažesne kaina ir siuntėjui, ir gavėjui, trumpesniu tvarkymo ir mokėjimo laiku, mažesnėmis archyvavimo išlaidomis, galimomis nuolaidomis, jei vietoje popierinių sąskaitų faktūrų naudojamos e. sąskaitos faktūros ir t. t.). Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, matyti, kad popierinių sąskaitų faktūrų ir e. sąskaitų faktūrų ypatumai ir naudojimo pobūdis labai skiriasi.
- (19) Kalbant apie e. sąskaitų faktūrų išrašymą, Komisija pažymi, kad nuo 2014 m. e. sąskaitų faktūrų išrašymas tapo privalomas *de jure* federaliniu lygmeniu verslui bendraujant su valstybinėmis institucijomis. Šiuo atveju pakeičiamumo klausimas neaktualus, kadangi siuntėjai neturi galimybės rinktis pristatymo paštu. Be to, galima rasti kitų panašių atvejų, kai e. sąskaitų faktūrų išrašymas tapo privalomas *de facto* stambaus kliento arba stambaus tiekėjo prašymu ⁽¹⁵⁾.
- (20) Pareiškėjas atliko tariamos monopolijos testo analizę, remdamasis tyrimo duomenimis, surinktais iš 451 įmonės Austrijoje. Tyrimas apėmė netiesioginių klausimų klausimą, kuriuo, pasitelkus jungtinės analizės metodus, siekta išsiaiškinti, ar pirmenybė teikiama popieriniam ar elektroniniam paštui. Iš rezultatų matyti, kad pašto mokesčių padidinus [... %] ⁽¹⁶⁾ poreikis siųsti laiškus sumažėtų [... %]. Nors rezultatai rodytų, kad ir popierinis, ir elektroninis paštas priklauso tai pačiai atitinkamai rinkai, kai kurie techniniai tyrimo modelio aspektai verčia abejoti rezultatų patikimumu. Pavyzdžiui, ypatybės produktams apibūdinti yra parinktos taip, kad elektroninės ryšio priemonės atrodytų palankiau. Nepanašu, kad tokios prieštaringos prielaidos būtų naudojamos atitinkamoje ekonominėje literatūroje, kurioje taikomas jungtinės analizės metodas, o jų poveikio prognozuojamam sumažėjimui [... %] išmatuoti neįmanoma.
- (21) Pareiškėjas taip pat pateikė kiekio ir kainų ⁽¹⁷⁾ raidos grafikus ⁽¹⁸⁾, iš kurių matyti, kad kiekio jautrumas kainoms yra kur kas mažesnis už tą, kuris buvo pateiktas tyrimo analizės ataskaitoje. Siekiant išsiaiškinti šį akivaizdų prieštaravimą, pareiškėjo paprašyta pateikti realius duomenis, kurių pagrindu sudaryti grafikai ir kiekybiškai įvertintas paklausos jautrumas. Naudojant realius duomenis pareiškėjo apskaičiuotas paklausos jautrumas svyravo nuo [... %] iki [... %], priklausomai nuo taikyto metodo. Vis dėlto pareiškėjas netaikė tipinės ekonometrinės analizės ⁽¹⁹⁾ tiems rezultatams gauti. Mūsų tarnybos atliko atskirą analizę, naudodamos tuos pačius duomenis ir taikydamos ekonominėje literatūroje pateikiamus standartinius ekonometrinius metodus paklausai įvertinti, iš kurios preliminarių rezultatų matyti, kad kiekio jautrumas kainų pokyčiams galėtų būti vos [... %].
- (22) Todėl nėra svarių ir įtikinamų įrodymų, kad pristatymas elektroniniu būdu ir pristatymas paštu tikrai gali pakeisti vienas kitą.
- (23) Klientai – tiek verslo, tiek ir privatūs – kurie negali arba nenori pereiti prie elektroninio bendravimo, išliks segmentuota, konkurenciniu požiūriu neutralia rinka, kurią greičiausiai aptarnaus tik pareiškėjas. „Austrian Post“ dabar užima didžiąją popierinio pašto rinkos dalį ⁽²⁰⁾. Fiksuotos patekimo į rinką ir tinklo (būtino teikiant tą paslaugą) eksploatavimo išlaidos gali būti laikomos kliūtimi patekti į rinką ir konkuruoti. Ateityje besitrauksiančios rinkos sąlygomis tokia „Austrian Post“ padėtis greičiausiai nebus nukonkuruota, nes potencialūs nauji rinkos dalyviai, palyginti su dabartinėmis rinkos sąlygomis, siekdami pelno greičiausiai susidurtų su dar didesniais sunkumais dėl fiksuotų išlaidų sumos, kurią reiktų padengti. Atsižvelgiant į tokią iš esmės monopolinę padėtį, nėra pagrindo manyti, kad įsitvirtinęs nacionalinis veiklos vykdytojas turėtų stiprių paskatų ar apribojimų, kurie priverstų jį veikti konkurencingai išsigyjant išteklius.

⁽¹⁴⁾ Remiantis prašymo 1 priedu, p. 54.

⁽¹⁵⁾ Remiantis prašymo 1 priedu, p. 60.

⁽¹⁶⁾ [****] konfidenciali informacija.

⁽¹⁷⁾ 2013 m. gruodžio 2 d. „Austrian Post“ e. laiškas.

⁽¹⁸⁾ Remiantis prašymo 1 priedu, p. 32.

⁽¹⁹⁾ Paklausos analizėje kaina paprastai laikoma endogeniniu kintamuoju. Endogeniškumas turi būti kontroliuojamas atsižvelgiant į susijusį kiekio jautrumą kainoms, kad jį būtų galima laikyti objektyviu elastingumo įvertinimu. Pareiškėjas tokios endogeniškumo kontrolės neatliko ir tikamai nepagrindė kainų egzogeniškumo, be pagrindo darydamas prielaidą, kad kainos yra egzogeniškos.

⁽²⁰⁾ Žr. 17 išnašą.

- (24) „Austrian Post“ padidėjęs išlaidas galėtų perkelti klientams ⁽²¹⁾, o jie neturėtų kito pasirinkimo, kaip tik sutikti su padidėjusia kaina, nes pristatymui paštu jie teikia savaime suprantamą pirmenybę. Dėl tos pačios priežasties – akivaizdaus „Austrian Post“ dominavimo – potencialus išlaidų sumažėjimas nebūtinai atsiliieptų klientams.
- (25) Todėl negalima pritarti pareiškėjo tvirtinimui, kad pristatymas elektroniniu būdu ir pristatymas paštu priklauso tai pačiai atitinkamai rinkai.
- (26) Vis dažnesnio elektroninių ryšių priemonių naudojimo pagrindinis poveikis – tai sumažėjusi bendra laiškų rinkos apimtis, tačiau negalima daryti išvados, kad pristatymo paštu rinkoje dėl elektroninio ryšio atsirado tiesioginė konkurencija.
- (27) Be to, būtų galima išvengti skirtumų ir gavėjų tipų pagrindu: B2X segmente būtų galima išskirti pristatymą verslo subjektams (B2B) ir pristatymą klientams (B2C), kadangi B2C pristatymui reikia tankesnio tinklo negu B2B pristatymui.
- (28) Vis dėlto matyti, kad abiejų scenarijų atveju (kai B2B ir B2C laikomos dviem skirtingomis rinkomis arba tik viena rinka B2X) konkurencinės padėties vertinimo rezultatai būtų tokie patys.
- (29) Pareiškėjas mano, kad pašto paslaugos, susijusios su vidaus ir gaunamais adresuotais B2X laiškais ⁽²²⁾, yra tos pačios rinkos dalis. Kadangi vertinimo rezultatai būtų tokie patys nepriklausomai nuo to, ar tos paslaugos laikomos skirtingų rinkų paslaugomis, ar tos pačios rinkos paslaugomis, šiame sprendime jos nebus išskirtos, o tiksliai atitinkamos rinkos apibrėžtis šiuo atveju bus palikta nenustatyta.
- (30) Remiantis pirmiau pateikta informacija ir nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų, šiame sprendime galima laikyti, kad atitinkama produkto rinka – tai pašto paslaugų, susijusių su adresuotais B2X laiškais, rinka, o tiksliai atitinkamos rinkos apibrėžtį galima palikti nenustatyta.
- (31) Remiantis turima informacija ⁽²³⁾, „Austrian Post“ užima labai stiprią poziciją toje rinkoje ir jos rinkos dalis siekia maždaug [... %].
- (32) Komisija pažymi, kad remiantis Direktyva 2008/6/EB pašto rinka nuo 2011 m. sausio mėn. buvo visiškai liberalizuota ir kad dėl to liberalizavimo net konkurencingiausiame rinkos segmente (adresuotų B2X laiškų paslaugų) konkurentams iki šiol pavyko užimti tik maždaug [... %] bendros rinkos.
- (33) Todėl negalima daryti išvados, kad nagrinėjamos kategorijos paslaugas Austrijoje tiesiogiai veikia konkurencija. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, kurių paskirtis – suteikti galimybę pradėti tą veiklą vykdyti Austrijoje.

Pašto paslaugos, susijusios su adresuotais C2X laiškais nacionaliniu lygmeniu (vidaus ir gaunamo pašto)

- (34) Pašto paslaugų, susijusių su adresuotais C2X laiškais, atveju pareiškėjas taip pat tvirtina, kad abu pristatymo būdai – elektroninis ir paštu – priklauso tai pačiai rinkai. Tas tvirtinimas nesutampa su ankstesne Komisijos patirtimi.
- (35) Austrijos valdžios institucijos buvo paragintos ⁽²⁴⁾ išsakyti savo nuomonę dėl pristatymo elektroniniu būdu ir pristatymo paštu pakeičiamumo adresuotų C2X laiškų atveju, arba, tiksliau tariant, dėl atitinkamos produkto rinkos apibrėžties. Austrijos valdžios institucijos negalėjo pateikti papildomos informacijos ⁽²⁵⁾, pagrindžiančios pareiškėjo tvirtinimus.
- (36) Pareiškėjas tvirtina, kad interneto ir plačiajuosčio ryšio skvarba Austrijoje labai didelė ir tai reiškia, kad pristatymas paštu gali būti pakeičiamas elektroninėmis ryšių priemonėmis. Tačiau, remiantis neseniai atliktu tyrimu ⁽²⁶⁾, beveik 30 % Austrijos gyventojų niekada nesinaudojo internetu, maždaug 55 % nesinaudoja internetine bankininkyste, o 75 % nepildo administracinių formų internetu.

⁽²¹⁾ 2011 m. gegužės mėn. pritarus atitinkamoms nacionalinėms valdžios institucijoms „Austrian Post“ prašymu buvo įvestas padidintas tarifas.

⁽²²⁾ Gaunamas tarptautinis paštas apima paslaugas, kurias Austrijos pašto operatorius siūlo užsienio pašto operatoriui (pvz., pašto operatorius Austrijoje platina pašta, gautą iš užsienio pašto operatoriaus).

⁽²³⁾ Žr. 17 išnašą.

⁽²⁴⁾ Žr. 12 išnašą.

⁽²⁵⁾ Žr. 13 išnašą.

⁽²⁶⁾ *Main developments in the postal sector (2010–2013)*, WIK Consult, 2013 m. rugpjūčio mėn., p. 174.

- (37) Pareiškėjas nepateikė papildomų empirinių įrodymų savo tvirtinimams pagrįsti ir pakeičiamumui įrodyti.
- (38) Tinkamai atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, negalima daryti išvados, kad adresuotų C2X laiškų pristatymas elektroniniu būdu ir pristatymas paštu priklauso tai pačiai atitinkamai rinkai.
- (39) Nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime galima laikyti, kad atitinkama produkto rinka – tai pašto paslaugų, susijusių su adresuotais C2X laiškais, rinka.
- (40) Remiantis turima informacija ⁽²⁷⁾, „Austrian Post“ užėmė maždaug [... %] rinkos.
- (41) Rinka nuo 2011 m. sausio mėn. buvo visiškai liberalizuota pagal Direktyvą 2008/6/EB. Komisija pažymi, kad dėl liberalizavimo konkurentams iki šiol pavyko užimti tik maždaug [... %] bendros rinkos.
- (42) Todėl negalima daryti išvados, kad nagrinėjamos kategorijos paslaugas Austrijoje tiesiogiai veikia konkurencija. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, kurių paskirtis – suteikti galimybę pradėti tą veiklą vykdyti Austrijoje.

Tarptautinio pašto paslaugos, susijusios su adresuotais (siunčiamais) B2X ir C2X laiškais

- (43) Pareiškėjas tvirtina, kad ir šioje rinkoje tarptautinio pašto pristatymo būdas technologiniu požiūriu yra neutralus ir kad pristatymo elektroniniu būdu ir pristatymo paštu paslaugos priklauso tai pačiai atitinkamai rinkai. Šiam tvirtinimui negalima pritarti iš esmės dėl tų pačių priežasčių, kurios pateiktos kalbant apie pašto paslaugas, susijusias su vidaus ir gaunamais adresuotais B2X ir C2X laiškais.
- (44) Ankstesniuose Komisijos sprendimuose ⁽²⁸⁾ išskiriamos gaunamo tarptautinio pašto paslaugos ir siunčiamo tarptautinio pašto paslaugos.
- (45) Kaip nurodyta 29 konstatuojamojoje dalyje, šiame sprendime gaunamo pašto paslaugos laikomos pašto paslaugų, susijusių su adresuotais atitinkamai B2X ir C2X laiškais, šalies rinkos dalimi. Todėl tik siunčiamo pašto paslaugos bus laikomos atitinkama rinka.
- (46) Kalbant apie tarptautinių laiškų pašta, konkurencija privačių asmenų ir įmonių atveju labai skiriasi. Privatūs asmenys iš tiesų paprastai neturi kito pasirinkimo kaip tik siųsti tarptautinį paštą per savo šalies universaliųjų paslaugų teikėją. Privačių asmenų siunčiami kiekiai paprastai per maži, kad paskatintų naujas įmones ateiti į rinką.
- (47) Pažymėtina, kad konkurencinė padėtis taip pat priklauso nuo kiekvieno miesto dydžio ir (arba) gyventojų skaičiaus, kadangi tarptautinių paslaugų teikėjai neturi nacionalinio prieigos tinklo ir paprastai paštą surenka tiesiogiai iš kliento patalpų.
- (48) Pagal ankstesnę Komisijos praktiką ⁽²⁹⁾ išskiriama tarptautinio pašto paslaugų, susijusių su adresuotais B2X laiškais, rinka ir tarptautinio pašto paslaugų, susijusių su C2X laišku, rinka.
- (49) Nėra įrodymų, kad Austrijoje padėtis būtų kitokia, todėl nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime bus laikoma, kad yra dvi skirtingos produkto rinkos: tarptautinio pašto paslaugų, susijusių su siunčiamais adresuotais B2X laiškais, rinka ir tarptautinio pašto paslaugų, susijusių su siunčiamais adresuotais C2X laiškais, rinka.
- (50) „Austrian Post“ negalėjo pateikti išsamios informacijos ⁽³⁰⁾ nei apie atitinkamas savo dalis kiekvienoje rinkoje, nei apie pagrindinių konkurentų rinkos dalis. Neturint informacijos apie konkurencijos lygį kiekvienoje iš tų rinkų, negalima daryti išvados, kad yra tenkinamos sąlygos, pagal kurias tarptautinio pašto paslaugoms, susijusioms su siunčiamais adresuotais B2X laiškais, ir tarptautinio pašto paslaugoms, susijusioms su siunčiamais adresuotais C2X laiškais, Austrijoje galima taikyti išimtį pagal Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalį. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, kurių paskirtis – suteikti galimybę pradėti tą veiklą vykdyti Austrijoje.

⁽²⁷⁾ Žr. 17 išnašą.

⁽²⁸⁾ Žr. 6 išnašą.

⁽²⁹⁾ Žr. 6 išnašą.

⁽³⁰⁾ 2014 m. sausio 14 d. „Austrian Post“ e. laiškas.

Pašto paslaugos, susijusios su adresuotais reklaminiais laiškais nacionaliniu ir tarptautiniu lygmenimis

- (51) Adresuotas reklaminis paštas yra apibrėžiamas kaip paštas, kurį sudaro vienodo turinio reklaminio, komercinio arba viešai skelbiamo pobūdžio medžiaga. Ant tokios rūšies reklaminio pašto, kurį galima adresuoti įmonėms arba privatiems asmenims, turi būti nurodytas kliento pavadinimas (arba vardas ir pavardė) bei adresas, taip pat turi būti kliento sutikimas gauti tokią informaciją.
- (52) Pareiškėjas teigia, kad adresuoto reklaminio pašto rinka galėtų būti įtraukta į B2X pašto paslaugų, susijusių su adresuotais laiškais, rinką, tačiau jis nepateikė jokių susijusių empirinių įrodymų. Pareiškėjo tvirtinimas nesutampa su Komisijos sprendimu 2007/564/EB ⁽³¹⁾.
- (53) Nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime galima laikyti, kad atitinkama produkto rinka – tai pašto paslaugų, susijusių su adresuotais reklaminiais laiškais, rinka.
- (54) Pasak pareiškėjo ⁽³²⁾, jis užima [... %] adresuotų reklaminių laiškų rinkos.
- (55) Adresuotų reklaminių laiškų pašto rinka buvo visiškai liberalizuota nuo 2011 m. sausio mėn. Komisija pažymi, kad dėl liberalizavimo konkurentams iki šiol pavyko užimti tik maždaug [... %] bendros rinkos.
- (56) Todėl negalima daryti išvados, kad nagrinėjamos kategorijos paslaugas Austrijoje tiesiogiai veikia konkurencija. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, kurių paskirtis – suteikti galimybę pradėti tą veiklą vykdyti Austrijoje.

Pašto paslaugos, susijusios su neadresuotais reklaminiais laiškais nacionaliniu ir tarptautiniu lygmenimis

- (57) Neadresuotam reklaminiam paštui būdinga tai, kad nėra konkretaus pristatymo adreso. Tai neužsakytas reklaminis paštas, atitinkantis tam tikrus kriterijus: vienodo svorio, formato, turinio ir išdėstymo, skirtas išplatinti gavėjų grupei.
- (58) Pareiškėjas, apibrėždamas su neadresuota reklama susijusią atitinkamą produkto rinką, įtraukia reklamą kitose visuomenės informavimo priemonėse, pavyzdžiui, reklamą dienraščiuose ir regioniniuose savaitraščiuose. Pirmiausia 2009 m. Austrijos Kartelių bylų teismas pripažino ⁽³³⁾, kad ir tiesioginė reklama, ir neadresuota reklama gali būti laikoma tos pačios atitinkamos rinkos, susijusios su laisvai platinamais laikraščiais, dalimi. Tačiau Teismas pakeičiamumą pripažino tik stambių klientų (pvz., stambių mažmenininkų) atveju ir nustatė keletą skirtumų, atsižvelgiant į atitinkamą geografinę rinką (priklausomai nuo to, kokia reklaminė kampanija vykdoma: vietinė, regioninė ir nacionalinė).
- (59) Pareiškėjas šią išvadą išplėtė pritaikydamas ją visiems laikraščiams ir leido suprasti, kad laisvo, neadresuoto pašto pristatymas konkuruoja su reklama visuose laikraščiuose. Pareiškėjas atliko tariamos monopolijos testo analizę, remdamasis tyrimo duomenimis, surinktais 248 įmonėse. Į testo rezultatus buvo tinkamai atsižvelgta. Tačiau pareiškėjo pateikiamas platus Austrijos Kartelių bylų teismo nutarimo aiškinimas nesutampa su ankstesne Komisijos patirtimi ⁽³⁴⁾, kuria remiantis skirtingos visuomenės informavimo priemonės (elektroninės, televizijos, radijo ar spausdintinės) viena kitą papildo, o ne viena kitą pakeičia.
- (60) Austrijos valdžios institucijos buvo paragintos ⁽³⁵⁾ išsakyti savo nuomonę dėl pasiūlytos neadresuotos reklamos rinkos apibrėžties, tinkamai atsižvelgiant į Kartelių bylų teismo nutarimą ir dabartinę teisinę ir faktinę padėtį Austrijoje. Austrijos valdžios institucijos negalėjo pateikti papildomos informacijos ⁽³⁶⁾, pagrindžiančios pareiškėjo tvirtinimus.

⁽³¹⁾ 2007 m. rugpjūčio 6 d. Komisijos sprendimas 2007/564/EB dėl Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo netaikymo tam tikroms paslaugoms pašto sektoriuje Suomijoje, išskyrus Alandų salas (OL L 215, 2007 8 18, p. 21).

⁽³²⁾ Žr. 17 išnašą.

⁽³³⁾ OLG Wien, 26 Kt. 8,9/0–44, 43.

⁽³⁴⁾ Žr. 2005 m. balandžio 8 d. Komisijos sprendimo SG-Greffe(2005) D/201691 (Bylos Nr. COMP/M.3648 – Gruner + Jahr/MPS) 11 punktą ir 2005 m. sausio 24 d. Komisijos sprendimo SG-Greffe(2005) D/200313 (Bylos Nr. COMP/M.3579 – WPP/GREY) 15 punktą.

⁽³⁵⁾ Žr. 12 išnašą.

⁽³⁶⁾ Žr. 13 išnašą.

- (61) Taigi šiuo metu Komisijos turima informacija nėra pakankamai įtikinama, kad ja būtų galima pagrįsti pareiškėjo pasiūlytą rinkos apibrėžtį.
- (62) Todėl nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime galima laikyti, kad atitinkama produkto rinka yra apibrėžiama kaip pašto paslaugų, susijusių su neadresuotais reklaminiais laiškais, rinka.
- (63) Pasak pareiškėjo ⁽³⁷⁾, jis užima [... %] neadresuotų reklaminių laiškų rinkos. Pareiškėjas negalėjo nurodyti atskirų savo pagrindinių konkurentų rinkos dalių. Tačiau, remiantis turima informacija, didžioji dalis konkurentų neturi nacionalinės aprėpties.
- (64) Todėl negalima daryti išvados, kad nagrinėjamos kategorijos paslaugas Austrijoje tiesiogiai veikia konkurencija. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, kurių paskirtis – suteikti galimybę pradėti tą veiklą vykdyti Austrijoje.

Pašto paslaugos, susijusios su standartiniu adresuotų ir neadresuotų laikraščių pristatymu

- (65) Sprendime 2007/564/EB išskirtas ankstyvas ir standartinis laikraščių pristatymas.
- (66) Pareiškėjas neteikia ankstyvo pristatymo paslaugų ⁽³⁸⁾, bet teikia standartinio pristatymo paslaugas.
- (67) Nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime galima laikyti, kad atitinkama produkto rinka – tai pašto paslaugos, susijusios su adresuotų ir neadresuotų laikraščių standartiniu pristatymu.
- (68) „Austrian Post“ užima [... %] tos rinkos ⁽³⁹⁾. Pagrindiniai konkurentai yra nacionaliniai arba regioniniai tinklai, kuriuos kuria leidėjai, į namų ūkius pristatantys adresuotus ir neadresuotus laikraščius. Tačiau visi tie konkurentai užima tik [... %] bendros rinkos.
- (69) Todėl negalima daryti išvados, kad nagrinėjamos kategorijos paslaugas Austrijoje tiesiogiai veikia konkurencija. Dėl šios priežasties Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, kurių paskirtis – suteikti galimybę pradėti tą veiklą vykdyti Austrijoje.

Siuntų skyrių valdymo paslaugos

Siuntų skyriaus paslaugos (siuntų skyriaus valdymas)

- (70) Siuntų skyriaus valdymu klientams siūlomas organizacijos pašto tvarkymo sprendimas. Priklausomai nuo atitinkamos paklausos, parengiami specialūs sprendimai, apimantys atskirų veiklos rūšių arba netgi viso pašto tvarkymo užsakomąsias paslaugas.
- (71) Siuntų skyriaus paslaugų rinka apima visas paslaugas, kuriomis padedama tvarkyti įmonės vidaus paštą. Tas vidaus procesų aptarnavimas dažnai užsakomas iš trečiųjų šalių siekiant padidinti efektyvumą, o trečiosios šalys dažnai juos derina su papildoma veikla, siekdamos kuo geriau panaudoti tą veiklą atliekančių asmenų pajėgumus. Todėl kartu su pašto tvarkymo paslaugomis teikiamos ir įvairios raštinės paslaugos, kaip antai skenavimo, kopijavimo ir telefono paslaugos.
- (72) Siuntų skyriaus paslaugos gali būti teikiamos pagal personalo nuomos arba paslaugų pirkimo sutartis. Todėl rinka apima tiek pagal paslaugų pirkimo, tiek pagal personalo nuomos sutartis vykdomą veiklą. Pareiškėjas tas paslaugas teikia pagal paslaugų pirkimo sutartis.
- (73) Taikant ankstesniais punktais pagrįstą siuntų skyriaus paslaugų rinkos apibrėžtį, kuria konkurencijos teisės aktai nepažeidžiami, remiantis prašymo ⁽⁴⁰⁾ duomenimis, įmonei „Austrian Post“ 2010 m. priklausė [... %], 2011 m. – [... %], o 2012 m. – [... %] rinkos.
- (74) Pirmų dviejų konkurentų bendra rinkos dalis 2010 m. ir 2011 m. sudarė [... %], o 2012 m. – [... %]. Tokiomis aplinkybėmis jie gali daryti didelį konkurencinį spaudimą „Austrian Post“.

⁽³⁷⁾ Žr. 17 išnašą.

⁽³⁸⁾ Žr. 30 išnašą.

⁽³⁹⁾ Žr. 17 išnašą.

⁽⁴⁰⁾ Prašymas, p. 22.

- (75) Taigi ankstesniuose dviejuose konstatuojamosios dalies punktuose pateikti veiksniai rodytų, kad šioje rinkoje įmonė „Austrian Post“ tiesiogiai veikia konkurencija.

Spausdinimo paslaugos

- (76) Spausdinimo paslaugos yra apibrėžiamos kaip spausdinimas, įdėjimas į vokus, logistika ir reguliariems verslo procesams reikalingos medžiagos (sąskaitų faktūrų, priminimų, laiškų, protokolų skaitymo ir atlyginimo lapelių) tvarkymas.
- (77) Siekdamas padidinti ekonominių efektyvumą įmonės tokių vidaus procesų aptarnavimą dažnai užsako iš trečiųjų šalių.
- (78) Esama rinkos, apimančios elektroninius ir skaitmeninius spausdinimo procesus, kurių metu klientas elektroniniu būdu perduoda spausdinimo duomenis, o visas tolesnes paslaugas, susijusias su spausdinimu, lankstymu, įdėjimu į voką ir t. t., teikia paslaugų teikėjas. Dėl to vartotojui nereikia įsigyti tokioms paslaugoms reikalingos įrangos.
- (79) Taikant ankstesniais punktais pagrįstą spausdinimo paslaugų rinkos apibrėžtį, kuria konkurencijos teisės aktai nepažeidžiami, remiantis prašymo ⁽⁴¹⁾ duomenimis, įmonei „Austrian Post“ 2010 m. ir 2011 m. priklausė [... %], o 2012 m. – [... %] rinkos.
- (80) Atitinkama Austrijos rinka yra labai susiskaidžiusi. Šioje rinkoje veikia daug įmonių. Tačiau tik vieno konkurento rinkos dalis yra didesnė negu [... %].
- (81) Ankstesniuose dviejuose konstatuojamosios dalies punktuose pateikti veiksniai rodytų, kad šioje rinkoje įmonė „Austrian Post“ tiesiogiai veikia konkurencija.

Pridėtinės vertės paslaugos, susijusios su elektroninėmis priemonėmis ir teikiamos tik tokiomis priemonėmis

Adresų, duomenų ir palyginimo paslaugų pardavimas (prekyba adresais)

- (82) Pareiškėjas teikia adresų duomenų perdavimo paslaugas įmonėms, pageidaujančioms pagerinti savo klientų adresų bazės duomenų kokybę.
- (83) Taikant ankstesniais punktais pagrįstą prekybos adresais apibrėžtį, kuria konkurencijos teisės aktai nepažeidžiami, remiantis turimais duomenimis ⁽⁴²⁾, įmonei „Austrian Post“ 2010 m. priklausė [... %], 2011 m. – [... %], o 2012 m. – [... %] rinkos. Didžiausias konkurentas užėmė [... %] rinkos dalį, kuri nuo 2010 m. nuolat augo.
- (84) Taigi anksčiau išdėstyti veiksniai rodytų, kad įmonė „Austrian Post“ tiesiogiai veikia konkurencija.

Elektroninis paštas

- (85) „Austrian Post“ veikia elektroninių ryšių rinkoje, kurioje teikia tokias paslaugas kaip išsiuntimo (angl. *dispatch module*) (visiškai automatizuoto, saugaus rašytinių dokumentų pristatymo individualiems asmenims), e. sąskaitų faktūrų išrašymo ir elektroninių atlyginimo lapelių išrašymo (atlyginimo lapeliai generuojami tiesiogiai darbo užmokesčio apskaitos sistemos ir pateikiami darbuotojams per internetinę bankininkystę). Elektroninio pašto rinkoje didžiąją veiklos dalį sudaro elektroninių sąskaitų faktūrų išrašymas.
- (86) Taikant ankstesniais punktais pagrįstą elektroninio pašto apibrėžtį, kuria konkurencijos teisės aktai nepažeidžiami, remiantis turimais duomenimis ⁽⁴³⁾, pareiškėjui 2010 m. priklausė [... %], 2011 m. – [... %], o 2012 m. – [... %] rinkos.
- (87) Taigi anksčiau išdėstyti veiksniai rodytų, kad įmonė „Austrian Post“ tiesiogiai veikia konkurencija.

Filatelijos paslaugos

- (88) Remiantis ankstesne Komisijos praktika ⁽⁴⁴⁾ šiame sprendime filatelijos paslaugos yra apibrėžiamos kaip prekyba pašto ženklais ir su pašto ženklais susijusiais produktais, daugiausia skirtais pašto ženklų kolekcionieriams ir – tam tikra apimtimi – dovanų ir suvenyrų pirkėjams.

⁽⁴¹⁾ Žr. 40 išnašą.

⁽⁴²⁾ Prašymas, p. 14.

⁽⁴³⁾ Žr. 17 išnašą.

⁽⁴⁴⁾ Sprendimas 2007/564/EB.

- (89) „Austrian Post“ yra įmonė, atsakinga už naujų specialių Austrijos pašto ženklų leidimą. Užsienio pašto paslaugų teikėjai taip pat leidžia specialius pašto ženklus filatelijos rinkai. Vis dėlto filatelijos rinka neapsiriboja naujų specialių pašto ženklų leidimu, bet apima ir pašto ženklų prekybą per aukcionus, pašto ženklų pardavėjus, pardavimą internetu ir aukcionų tinklalapius.
- (90) „Austrian Post“ 2010 m. užėmė maždaug ⁽⁴⁵⁾ [...] %, 2011 m. – [...] %, o 2012 m. – [...] % visos filatelijos paslaugų rinkos (rinkos apibrėžtimi konkurencijos teisės aktai nepažeidžiami) dalį.
- (91) Taigi šis veiksnys rodytų, kad filatelijos paslaugos yra tiesiogiai veikiamos konkurencijos.

Finansinės paslaugos

- (92) Pagal Direktyvos 2004/17/EB 6 straipsnio 2 dalies c punktą finansinių paslaugų teikimui, kaip apibrėžta minėto c punkto ketvirtoje įtraukoje, ta direktyva taikoma tik kai tokias paslaugas teikia subjektai, taip pat teikiantys pašto paslaugas, kaip apibrėžta tos nuostatos b punkte.
- (93) „Austrian Post“ teikia šias finansines paslaugas:
- savo vardu: grynųjų pinigų surinkimo (pristatant „Nachnahme“ siuntinius ir skolų surinkimo paslaugas per darbuotojus, pristatančius „Postauftrag“ pašta);
 - „Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse Aktiengesellschaft“ („BAWAG PSK“) vardu ir per jo sąskaitą: grynųjų pinigų išėmimo ir grynųjų pinigų taupymo.
- (94) Remiantis ankstesne Komisijos patirtimi ⁽⁴⁶⁾ ir nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime laikoma, kad esama tokių atitinkamų produkto rinkų: mokėjimo paslaugų, grynųjų pinigų išėmimo paslaugų ir tarpininkavimo paslaugų, susijusių su taupomosiomis sąskaitomis.
- (95) „Austrian Post“ savo vardu teikia 93 konstatuojamosios dalies a punkte nurodytas mokėjimo paslaugas. „Austrian Post“ užima mažesnę negu [...] % rinkos dalį ir teikdama šias paslaugas konkuruoja su mokėjimo paslaugas teikiančiais bankais bei finansų įstaigomis, kurios gali daryti didelį konkurencinį spaudimą „Austrian Post“.
- (96) Taigi tie veiksniai rodytų, kad įmonė „Austrian Post“ savo vardu teikiamų mokėjimo paslaugų rinkoje patiria tiesioginį konkurencijos poveikį.
- (97) „Austrian Post“ negalėjo informuoti ⁽⁴⁷⁾ apie tai, kokias rinkos dalis užima ji pati ir pagrindiniai jos konkurentai, „BAWAG PSK“ vardu teikdami grynųjų pinigų išėmimo ir grynųjų pinigų taupymo paslaugas.
- (98) Neturint informacijos apie konkurencijos lygį kiekvienoje „BAWAG PSK“ vardu teikiamų paslaugų produkto rinkoje, negalima daryti išvados, kad Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalyje numatytos išimties taikymo sąlygos yra tenkinamos. Dėl šios priežasties tos Direktyvos 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, kurių paskirtis – suteikti galimybę pradėti tą veiklą vykdyti Austrijoje.

IV. IŠVADOS

- (99) Atsižvelgiant į 2–98 konstatuojamosiose dalyse išnagrinėtus veiksnius, turėtų būti laikoma, kad Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalyje nustatytos tiesioginės konkurencijos sąlyga yra tenkinama šių Austrijoje teikiamų paslaugų atžvilgiu:
- siuntų skyriaus valdymo paslaugų;
 - pridėtinės vertės paslaugų, susijusių su elektroninėmis priemonėmis ir teikiamų tik tokiomis priemonėmis;
 - filatelijos paslaugų;
 - savo vardu teikiamų mokėjimo paslaugų.

⁽⁴⁵⁾ Prašymas, p. 25.

⁽⁴⁶⁾ 2011 m. gruodžio 16 d. Komisijos įgyvendinimo sprendimas 2011/875/ES dėl Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo netaikymo kai kurioms finansinėms Vengrijos pašto sektoriaus paslaugoms, OL L 343, 2011 12 23, p. 77.

⁽⁴⁷⁾ Žr. 30 išnašą.

- (100) Kadangi laikoma, jog neribojamo patekimo į rinką sąlyga yra įvykdyta, Direktyva 2004/17/EB neturėtų būti taikoma, kai perkantieji subjektai sudaro sutartis, kurių paskirtis – suteikti galimybę Austrijoje teikti 99 konstatuojamosios dalies a–d punktuose išvardytas paslaugas, ir kai yra rengiami projektų konkursai dėl tokių veiklos rūšių vykdymo toje valstybėje narėje.
- (101) Šis sprendimas pagrįstas teisine ir faktine padėtimi, buvusia nuo 2013 m. spalio mėn. iki 2014 m. sausio mėn., kaip matyti iš įmonės „Austrian Post“ ir Austrijos valdžios institucijų pateiktos informacijos. Sprendimas gali būti persvarstytas, jei teisinė ar faktinė padėtis iš esmės pasikeistų ir dėl to Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalies taikymo sąlygos būtų nebetenkinamos.
- (102) Vis dėlto turėtų būti laikoma, kad įmonės „Austrian Post“ prašyme nurodytos kitos veiklos rūšys Austrijos teritorijoje neatitinka Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalyje nustatytos tiesioginio konkurencijos poveikio sąlygos.
- (103) Kadangi kai kurioms prašyme nurodytoms paslaugoms Direktyva 2004/17/EB ir toliau taikoma, primenama, kad kelių rūšių veiklą apimančios pirkimo sutartys turėtų būti sudaromos pagal Direktyvos 2004/17/EB 9 straipsnį. Tai reiškia, kad, kai perkantysis subjektas rengia mišrius pirkimus, t. y. pirkimus, kuriais siekiama paremti tiek veiklą, kuriai Direktyva 2004/17/EB netaikoma, tiek ir veiklą, kuriai ji taikoma, turi būti atsižvelgiama į pagrindinę veiklą, dėl kurios visų pirma sudaroma sutartis. Rengiant tokius mišrius pirkimus, kurių pagrindinis tikslas – remti veiklos rūšis, kurioms direktyva taikoma, turi būti taikomos Direktyvos 2004/17/EB nuostatos. Jei neįmanoma objektyviai nustatyti, dėl kurios rūšies veiklos visų pirma siekiama sudaryti sutartį, sutartis turi būti sudaroma pagal Direktyvos 2004/17/EB 9 straipsnio 2 ir 3 dalyse nustatytas taisykles.
- (104) Šiame sprendime numatytos priemonės atitinka Viešųjų sutarčių patarimo komiteto nuomonę,

PRIĖMĖ ŠĮ SPRENDIMĄ:

1 straipsnis

Direktyva 2004/17/EB netaikoma perkančiųjų subjektų sudaromoms sutartims, kurių paskirtis – suteikti galimybę Austrijoje teikti šias paslaugas:

- a) siuntų skyriaus valdymo paslaugas;
- b) pridėtinės vertės paslaugas, susijusias su elektroninėmis priemonėmis ir teikiamas tik tokiomis priemonėmis;
- c) filatelijos paslaugas;
- d) savo vardu teikiamas mokėjimo paslaugas.

2 straipsnis

Šis sprendimas skirtas Austrijos Respublikai.

Priimta Briuselyje 2014 m. balandžio 2 d.

Komisijos vardu
Michel BARNIER
Komisijos narys