

Europos Sąjungos oficialusis leidinys

C 362



Leidimas
lietuvių kalba

Informacija ir pranešimai

55 tomas
2012 m. lapkričio 22 d.

<u>Pranešimo Nr.</u>	Turinys	Puslapis
	IV <i>Pranešimai</i>	
	PRANEŠIMAI, SUSIJĘ SU EUROPOS EKONOMINE ERDVE	
	ELPA Priežiūros tarnyba	
2012/C 362/01	ELPA priežiūros institucijos pranešimas – Vertikaliųjų apribojimų gairės	1

LT

Kaina:
4 EUR

IV

(Pranešimai)

PRANEŠIMAI, SUSIJĘ SU EUROPOS EKONOMINE ERDVE

ELPA PRIEŽIŪROS TARNYBA

ELPA priežiūros institucijos pranešimas – Vertikaliųjų apribojimų gairės

(2012/C 362/01)

TURINYS

	Dalys	Psl.
I. IŽANGA	1–7	3
1. Gairių paskirtis	1–4	3
2. 53 straipsnio taikymas vertikaliesiems susitarimams	5–7	4
II. VERTIKALIEJI SUSITARIMAI, KURIE PAPRASTAI NEPATENKA Į 53 STRAIPSNIO 1 DALIES TAIKYMO SRITĮ	8–22	4
1. Nedidelės svarbos susitarimai bei mažosios ir vidutinės įmonės (MVĮ)	8–11	4
2. Atstovavimo susitarimai	12–21	5
2.1. Atstovavimo susitarimų apibrėžimas	12–17	5
2.2. 53 straipsnio 1 dalies taikymas atstovavimo susitarimams	18–21	7
3. Subrangos susitarimai	22	8
III. BENDROSIOS IŠIMTIES TAIKYMAS	23–73	8
1. Bendrąja išimtimi sukurtas saugus prieglobstis	23	8
2. Bendrosios išimties taikymo sritis	24–46	8
2.1. Vertikaliųjų susitarimų apibrėžimas	24–26	8
2.2. Vertikalieji konkurentų susitarimai	27–28	10
2.3. Mažmenininkų asociacijos	29–30	10
2.4. Vertikalieji susitarimai, kuriuose yra nuostatų dėl intelektualinės nuosavybės teisių (INT)	31–45	11
2.5. Ryšys su kitomis bendrosiomis išimtimis	46	14
3. Pagrindiniai apribojimai pagal bendrąją išimtį	47–59	14
4. Atskiri pagrindinių pardavimo apribojimų atvejai, kuriems gali būti netaikoma 53 straipsnio 1 dalis arba kurie gali atitikti 53 straipsnio 3 dalies sąlygas	60–64	19
5. Neleistini apribojimai pagal bendrąją išimtį	65–69	20
6. Atskyrimas	70–71	21
7. Produktų, platinamų ta pačia platinimo sistema, portfelis	72–73	21

	Dalys	Psl.
IV. BENDROSIOS IŠIMTIES ATŠAUKIMAS IR BENDROSIOS IŠIMTIES NETAIKYMAS	74–85	21
1. Atšaukimo procedūra	74–78	21
2. Bendrosios išimties netaikymas	79–85	22
V. RINKOS APIBRĖŽIMAS IR RINKOS DALIES APSKAIČIAVIMAS	86–95	23
1. ELPA priežiūros institucijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo	86	23
2. Atitinkama rinka 30 % rinkos dalies ribai pagal bendrąją išimtį apskaičiuoti	87–92	24
3. Rinkos dalių apskaičiavimas pagal bendrąją išimtį	93–95	25
VI. ĮGYVENDINIMO POLITIKA ATSKIRAIS ATVEJAIS	96–229	25
1. Analizės struktūra	96–127	25
1.1. Neigiamas vertikalųjų apribojimų poveikis	100–105	27
1.2. Teigiamas vertikalųjų apribojimų poveikis	106–109	28
1.3. Analizės metodas	110–127	30
1.3.1. Svarbūs vertinimo pagal 53 straipsnio 1 dalį veiksniai	111–121	31
1.3.2. Svarbūs vertinimo pagal 53 straipsnio 3 dalį veiksniai	122–127	33
2. Konkrečių vertikalųjų apribojimų analizė	128–229	34
2.1. Įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo	129–150	34
2.2. Išskirtinis platinimas	151–167	38
2.3. Išskirtinio kliento paskyrimas	168–173	42
2.4. Pasirinktinis platinimas	174–188	43
2.5. Franšizė	189–191	47
2.6. Išskirtinis tiekimas	192–202	48
2.7. Išankstinis prieigos mokestis	203–208	50
2.8. Kategorijos valdymo susitarimai	209–213	51
2.9. Susiejimas	214–222	52
2.10. Perpardavimo kainų apribojimai	223–229	54

A. Šis pranešimas skelbiamas vadovaujantis Europos ekonominės erdvės susitarimo (toliau – EEE susitarimas) ir ELPA valstybių susitarimo dėl Priežiūros institucijos ir Teisingumo teismo įsteigimo (toliau – Priežiūros institucijos ir teismo susitarimas) nuostatomis.

B. Europos Komisija paskelbė pranešimą „Vertikalųjų apribojimų gairės“⁽¹⁾. Šiuo neprivalomu dokumentu nustatomi principai, kurių Europos Komisija laikosi vertindama vertikaliuosius susitarimus pagal SESV 101 straipsnį.

C. ELPA priežiūros institucija laikosi nuomonės, kad pirmiau minėtas aktas yra svarbus EEE. Siekdama išlaikyti vienodas konkurencijos sąlygas ir užtikrinti vienodą EEE konkurencijos taisyklių taikymą visoje Europos ekonominėje erdvėje, ELPA priežiūros institucija priima šį pranešimą pagal Priežiūros institucijos ir teismo susitarimo 5 straipsnio 2 dalies b punktu jai suteiktus įgaliojimus. Ji ketina laikytis šiame pranešime išdėstytų principų ir taisyklių konkrečiu atveju taikydama atitinkamas EEE taisykles.

D. Šiuo pranešimu pakeičiamas institucijos ankstesnis pranešimas „Vertikalųjų apribojimų gairės“⁽²⁾.

⁽¹⁾ OL C 130, 2010 5 19, p. 1.

⁽²⁾ OL C 122, 2002 5 23, p. 1, ir OL EEE priedas Nr. 26, 2002 5 23, p. 7.

I. IŽANGA

1. Gairių paskirtis

- (1) Šiose gairėse nustatomi vertikalųjų susitarimų vertinimo pagal Europos ekonominės erdvės susitarimo 53 straipsnį (toliau – 53 straipsnis) principai. Terminas „vertikalieji susitarimai“ apibrėžtis pateikta EEE susitarimo XIV priedo 2 punkte nurodyto teisės akto (2010 m. balandžio 20 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 330/2010 ⁽¹⁾) dėl EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims (toliau – bendroji išimtis) 1 straipsnio 1 dalies a punkte (žr. 24–46 dalis). Šiomis gairėmis neprieštarujama galimam lygiagrečiam Europos ekonominės erdvės susitarimo 54 straipsnio (toliau – 54 straipsnis) taikymui vertikaliesiems susitarimams. Šios gairės sudarytos tokiu būdu:
- II skyriuje (8–22 dalys) aprašomi vertikalieji susitarimai, kurie paprastai nepatenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį;
 - III skyriuje (23–73 dalys) išaiškinamos bendrosios išimties taikymo sąlygos;
 - IV skyriuje (74–85 dalys) aprašomi bendrosios išimties atšaukimo ir bendrosios išimties netaikymo principai;
 - V skyriuje (86–95 dalys) pateikiamos atitinkamos rinkos apibrėžimo ir rinkos dalies apskaičiavimo gairės;
 - VI skyriuje (96–229 dalys) aprašoma bendra analizės struktūra ir ELPA priežiūros institucijos įgyvendinimo politika atskirais vertikalųjų 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, šiose gairėse pateikta analizė ir argumentai taikomi visoms prekių ir paslaugų grupėms ir visų lygių prekybai. Todėl terminas „produktai“ apima ir prekes, ir paslaugas. Terminai „tiekėjas“ ir „pirkėjas“ vartojami kalbant apie visus prekybos lygius. Bendroji išimtis ir šios gairės susitarimams su galutiniais vartotojais, jeigu pastarieji nėra įmonės, netaikomi, nes 53 straipsnis taikomas tik įmonių susitarimams.
- (3) Paskelbdama šias gaires, ELPA priežiūros institucija siekia padėti įmonėms pačioms įvertinti savo vertikaliosius susitarimus pagal EEE susitarimo konkurencijos taisykles. Toliau šiose gairėse 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) Šiomis gairėmis neprieštarujama ELPA teismo praktikai, susijusiai su 53 straipsnio taikymu vertikaliesiems susitarimams, arba Bendrojo Teismo ir Europos Sąjungos Teisingumo Teismo praktikai, susijusiai su EEE susitarimo 53 straipsnio ir SESV 101 straipsnio taikymu vertikaliesiems susitarimams. ELPA priežiūros institucija, remdamasi suinteresuotųjų šalių ir nacionalinių konkurencijos institucijų perduodama rinkos informacija, toliau stebės bendrosios išimties ir gairių veikimą ir, atsižvelgdama į būsimus pokyčius ir naują informaciją, gali peržiūrėti šį pranešimą.

⁽¹⁾ OL L 102, 2010 4 23, p. 1, į EEE susitarimą įtrauktas 2010 m. birželio 11 d. EEE jungtinio komiteto sprendimu Nr. 77/2010 (OL L 244, 2010 9 16, p. 35 ir OL EEE priedas Nr. 49, 2010 9 16, p. 34).

2. 53 straipsnio taikymas vertikaliesiems susitarimams

- (5) 53 straipsnis taikomas vertikaliesiems susitarimams, kurie gali turėti įtakos Susitariančiųjų Šalių tarpusavio prekybai ir kurie trukdo, riboja arba iškraipo konkurenciją (vertikalieji apribojimai) ⁽¹⁾. 53 straipsnis – tai teisinis vertikalųjų apribojimų vertinimo pagrindas, kuriame atsižvelgiama į antikonkurencinį ir konkurenciją skatinantį poveikį. 53 straipsnio 1 dalimi draudžiami tie susitarimai, kuriais akivaizdžiai ribojama ar iškraipoma konkurencija, tuo tarpu 53 straipsnio 3 dalyje numatyta išimtis susitarimams, kurių teikiama nauda yra reikšmingesnė nei jų antikonkurencinis poveikis ⁽²⁾.
- (6) Daugeliu vertikalųjų 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) 53 straipsnio tikslas – užtikrinti, kad įmonės nesinaudotų susitarimais, šiuo atveju vertikaliais susitarimais, konkurencijai rinkoje riboti pakenkiant vartotojams. Vertinti vertikaliosius apribojimus taip pat labai svarbu atsižvelgiant į platesnį tikslą siekti integruotos teritorijos, kuriai taikomas EEE susitarimas. Rinkos integracija didina konkurenciją Europos ekonominėje erdvėje. Įmonėms neturėtų būti leidžiama atkurti privačių kliūčių tarp Susitariančiųjų Šalių, kuriose sėkmingai buvo pašalintos valstybinės kliūtys.

II. VERTIKALIEJI SUSITARIMAI, KURIE PAPRASTAI NEPATENKA Į 53 STRAIPSNIO 1 DALIES TAIKYMO SRITĮ

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

- (8) Susitarimams, kurie negali turėti pastebimos įtakos Susitariančiųjų Šalių tarpusavio prekybai arba kurių tikslas ar poveikis negali būti pastebimas konkurencijos apribojimas, 53 straipsnio 1 dalis netaikoma. Bendroji išimtis taikoma tik susitarimams, kurie patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Šiomis gairėmis neprieštarujama ELPA priežiūros institucijos pranešimo dėl nedidelės svarbos susitarimų, kurie neįtaria riboja konkurenciją pagal EEE susitarimo 53 straipsnio 1 dalį (*de minimis*) ⁽³⁾, ar kokio nors būsimos *de minimis* pranešimo taikymui.
- (9) Laikantis *de minimis* pranešime nustatytų sąlygų, susijusių su pagrindiniais apribojimais ir bendro poveikio klausimais, nekonkuruojančių įmonių, kurių rinkos dalis atitinkamoje rinkoje nėra didesnė kaip 15 %, vertikalieji susitarimai paprastai nepatenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ⁽⁴⁾. Nedaroma prielaidos, kad įmonių, užimančių daugiau kaip 15 % rinkos, vertikalieji susitarimai automatiškai pažeidžia 53 straipsnio 1 dalį. Įmonių, kurių rinkos dalis didesnė kaip 15 %, susitarimai vis dar gali neturėti pastebimo poveikio Susitariančiųjų Šalių tarpusavio prekybai arba gali pastebimai neriboti konkurencijos ⁽⁵⁾. Tokie susitarimai turi būti vertinami atsižvelgiant į jų teisinį ir ekonominį kontekstą. Atskirų susitarimų vertinimo kriterijai išdėstyti 96–229 dalyse.

⁽¹⁾ Žr., *inter alia*, 1966 m. liepos 13 d. Teisingumo Teismo sprendimą *Grundig-Consten prieš Komisiją*, sujungtos bylos 56/64 ir 58/64, Rink. p. 299, 1966 m. birželio 30 d. Sprendimą *Technique Minière prieš Maschinenbau Ulm*, 56/65, Rink. p. 235, ir 1994 m. liepos 14 d. Pirmos instancijos teismo sprendimą *Parker Pen prieš Komisiją*, T-77/92, Rink. p. II-549.

⁽²⁾ Žr. ELPA priežiūros institucijos pranešimą „EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, priimtą Sprendimu Nr. 123/04/COL (OL C 208, 2007 9 6, p. 1 ir OL EEE priedas Nr. 42, 2007 9 6, p. 1), kuriame išdėstyta bendroji ELPA priežiūros institucijos 53 straipsnio 1 dalies ir ypač 53 straipsnio 3 dalies taikymo metodika ir sąlygų, kuriomis šios nuostatos taikomos, aiškinimas.

⁽³⁾ OL C 67, 2003 3 20, p. 20 ir OL EEE priedas Nr. 15, 2003 3 20, p. 11.

⁽⁴⁾ Konkuruojančių įmonių susitarimams *de minimis* rinkos dalies riba – 10 % jų kolektyvinės rinkos dalies kiekvienoje paveiktoje atitinkamoje rinkoje.

⁽⁵⁾ Žr. 1995 m. birželio 8 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Langnese-Iglo prieš Komisiją*, T-7/93, Rink. p. II-1533, 98 punktą.

- (10) Jeigu yra nustatyti pagrindiniai apribojimai, apibrėžiami *de minimis* pranešime, 53 straipsnio 1 dalis gali būti taikoma esant ir mažesnei kaip 15 % rinkos daliai, jeigu daromas pastebimas poveikis Susitariančiųjų Šalių tarpusavio prekybai ir konkurencijai. Šiuo atveju atsižvelgiama į taikytiną ELPA teismo, Teisingumo Teismo ir Bendrojo Teismo praktiką⁽¹⁾. Taip pat atsižvelgiama į galimą poreikį įvertinti teigiamą ir neigiamą pagrindinių apribojimų poveikį, kaip aprašyta šių gairių 47 dalyje.
- (11) Be to, ELPA priežiūros institucija 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, mažųjų ir vidutinių įmonių apibrėžimo⁽²⁾ priede, retai gali turėti pastebimą poveikį Susitariančiųjų Šalių tarpusavio prekybai ar pastebimai riboti konkurenciją, kaip apibrėžta 53 straipsnio 1 dalyje, todėl paprastai tokie susitarimai nepatenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Tais atvejais, kai tokie susitarimai vis dėlto atitinka 53 straipsnio 1 dalies taikymo sąlygas, ELPA priežiūros institucija dėl nepakankamo Europos ekonominės erdvės intereso paprastai nepradės procedūrų, nebent tokios įmonės kartu arba atskirai užima dominuojančią padėtį didelėje teritorijos, kuriai taikomas EEE susitarimas, 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 atstovaujamojo pirkimo, arba
 - atstovaujamojo tiekiamų prekių arba paslaugų pardavimo.
- (13) Lemiamas veiksnys apibrėžiant atstovavimo susitarimą 53 straipsnio 1 dalies taikymo tikslu yra atstovo prisiimta finansinė arba komercinė rizika, susijusi su veikla, kuriai atstovauti jį paskyrė atstovaujamasis⁽³⁾. Šiuo aspektu vertinant nėra svarbu, ar atstovas dirba vienam, ar keliems atstovaujamsiems. 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 53 straipsnio 1 dalies taikymo tikslu. Pirma, yra sutartims būdinga rizika, tiesiogiai susijusi su atstovaujamojo vardu atstovo sudarytomis ir (arba) sudarėtomis 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 atstovaujamasis, t. y. investicijos, kurių reikia, kad atstovas galėtų sudaryti ir (arba) sudarėti 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, jeigu atstovaujamasis reikalauja, kad atstovas imtųsi tokios veiklos, bet ne kaip atstovaujamojo atstovas, o pats rizikuodamas.

(1) 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. Sprendimo *Javico prieš Yves Saint Laurent*, C-306/96, Rink. p. I-1983, 16 ir 17 punktus.

(2) OL L 124, 2003 5 20, p. 36, į EEE susitarimą įtrauktos EEE jungtinio komiteto sprendimu Nr. 131/2004 (OL L 64, 2005 3 10, p. 67 ir OL EEE priedas, 2005 3 10, p. 49).

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

- (15) Taikant 53 straipsnio 1 dalį, susitarimas yra laikomas atstovavimo susitarimu, jeigu 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 atstovaujamojoje 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 53 straipsnio 1 dalį, susitarimas paprastai bus laikoma atstovavimo susitarimu, kai pagal sutartį pirktų arba parduotų prekių nuosavybė nepereina atstovui arba kai atstovas pats neteikia sutarties paslaugų, taip pat kai atstovas:
- a) neprišėdama 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 atstovaujamojo;
 - b) savo rizika arba sąskaita nelaiko sutarties prekių atsargų, įskaitant atsargų finansavimo išlaidas ir atsargų praradimo išlaidas, ir gali grąžinti neparduotas prekes atstovaujamojam be išlaidų, nebent atsiranda atstovo kaltė (pvz., nesilaikė tinkamų saugumo priemonių, kad išvengtų atsargų praradimo);
 - c) nepriima 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 apsaugojimo nuo vagystės priemonių arba nepranešė apie vagystę atstovaujamojam ar policijai, arba nepranešė atstovaujamojam visos būtinos turimos informacijos apie pirkėjo finansinį patikimumą);
 - e) nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nėra įpareigotas investuoti į prekybos reklamavimą, 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 atstovaujamojo;
 - g) toje pačioje produkto rinkoje nevykdo kitos atstovaujamojo reikalaujamos veiklos, nebent už visą šią veiklą atlygina atstovaujamojo.
- (17) Tai nėra išsamus sąrašas. Tačiau kai atstovas patiria vieną ar daugiau rizikos atvejų ar išlaidų, išvardytų 14, 15 ir 16 dalyse, atstovo ir atstovaujamojo susitarimas nebus laikomas atstovavimo susitarimu. Rizikos klausimas turi būti vertinamas kiekvienu atveju atskirai ir labiau 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. 53 straipsnio 1 dalies taikymas atstovavimo susitarimams

- (18) 2.1 skyriuje apibrėžiamų atstovavimo susitarimų atveju atstovo atliekamo pardavimo arba pirkimo funkcijos sudaro dalį atstovaujamojo veiklos. Kadangi atstovaujamasis 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 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Visi 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 atstovaujamasis 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 to, be pagrindinių pirkimo arba pardavimo sąlygų, kuriomis atstovas atstovaujamojo vardu perka arba parduoda sutarties prekes ar paslaugas, atstovavimo susitarimuose neretai numatytos atstovo ir atstovaujamojo tarpusavio santykių nuostatos. Visų pirma juose gali būti nuostata, pagal kurią atstovaujajam 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 53 straipsnio 1 dalį. Išskirtinio atstovavimo nuostatos paprastai nesukelia antikonkurencinio poveikio. Tačiau nuostatos dėl pirkimo iš vieno tiekėjo, įskaitant nuostatą nekonkuruoti pasibaigus terminui, yra susijusios su skirtingų prekių ženklų prekių konkurencija, ir gali pažeisti 53 straipsnio 1 dalį, jei tai sukelia arba prisideda prie (stiprinančio) išstūmimo iš atitinkamos rinkos, kurioje yra perkamos arba parduodamos sutarties prekės ar paslaugos (žr. VI.2.1 skyrių). Tokioms nuostatomis gali būti taikoma bendroji išimtis, visų pirma tais atvejais, kai tenkinamos bendrosios išimties 5 straipsnio sąlygos. Atskirais atvejais jas galima pagrįsti veiksmingumu pagal 53 straipsnio 3 dalį, kaip, pavyzdžiui, aprašyta 144–148 dalyse.
- (20) Atstovavimo susitarimas taip pat gali patekti į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, net jei atstovaujajam 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 neleiddami 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 53 straipsnio 1 dalį. Tokiomis aplinkybėmis atstovas bus laikomas nepriklausoma įmone, o atstovo ir atstovaujamojo susitarimui, kaip ir bet kuriam kitam vertikaliam susitarimui, bus taikoma 53 straipsnio 1 dalis.

3. Subrangos susitarimai

- (22) Subranga yra tada, kai rangovas subrangovą aprūpina technologija arba įranga, o subrangovas tuo pagrindu įsipareigoja gaminti tam tikrus produktus (išskirtinai) rangovui. Subrangai taip pat taikomas ELPA priežiūros institucijos pranešimas dėl tam tikrų subrangos susitarimų vertinimo pagal EEE susitarimo 53 straipsnio 1 dalį ⁽¹⁾ (toliau – Pranešimas dėl subrangos). Remiantis šiuo pranešimu, kuris lieka galiojanti, subrangos susitarimams, pagal kuriuos subrangovas įsipareigoja gaminti tam tikrus produktus išskirtinai rangovui, 53 straipsnio 1 dalis paprastai netaikoma, jei būtinai reikia technologijos ar įrangos, kad subrangovas galėtų gaminti produktus. Tačiau 53 straipsnis gali būti taikomas kitiems apribojimams, kurie nustatomi subrangovui, pvz., kaip prievolė nevykdyti tyrimų arba plėtos savo paties iniciatyva ir jais nesinaudoti, arba apskritai negaminti trečiosioms šalims ⁽²⁾.

III. BENDROSIOS IŠIMTIES TAIKYMAS

1. Bendrąja išimtimi sukurtas saugus prieglobstis

- (23) 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. Jei jie nėra pagrindiniai konkurencijos apribojimai, t. y. apribojimai, kuriais siekiama apriboti konkurenciją, bendrąja išimtimi sukuriama vertikaliųjų susitarimų teisėtumo prielaida, priklausomai nuo tiekėjo ir pirkėjo rinkos dalies. Remiantis bendrosios išimties 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 skyriuje pateikiamos atitinkamos rinkos apibrėžimo ir rinkos dalių apskaičiavimo gairės. Jei rinkos dalis viršija 30 % ribą, prielaida, kad vertikalieji susitarimai patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį arba kad jie neatitinka 53 straipsnio 3 dalies sąlygų, nedaroma, tačiau taip pat nedaroma prielaida, kad vertikalieji susitarimai, kurie patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, dažniausiai atitiks 53 straipsnio 3 dalies sąlygas.

2. Bendrosios išimties taikymo sritis

2.1. Vertikaliųjų susitarimų apibrėžimas

- (24) Bendrosios išimties 1 straipsnio 1 dalies a punkte vertikalūs susitarimai apibrėžiami 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 pateiktas vertikaliojo susitarimo apibrėžimas apima keturis pagrindinius elementus:

- a) bendroji išimtis taikoma susitarimams ir suderintiems veiksams. Bendroji išimtis netaikoma vienašaliams susijusių įmonių veiksams. Tokie vienašaliai veiksmai gali patekti į 54 straipsnio, kuriame nustatytas draudimas piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi, taikymo sritį. Kad susitarimui būtų taikomas 53 straipsnis, šalims pakanka pareikšti savo bendrą ketinimą veiksmus rinkoje vykdyti tam tikru būdu. Nesvarbu, kaip ketinimas bus pareikštas, jei tik pareiškimas yra sąžininga šalių ketinimo išraiška. Tuo atveju, jei nėra aiškaus susitarimo, kuriame būtų pareikštas bendras ketinimas, ELPA priežiūros institucija 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 straipsniuose 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

⁽¹⁾ Sprendimo Nr. 3/94/COL VIII priedas, OL L 153, 1994 6 18, p. 30, ir OL EEE priedas Nr. 15, 1994 6 18, p. 29.

⁽²⁾ Žr. Pranešimo dėl subrangos 3 punktą.

tokiai politikai⁽¹⁾. Antra, jei nėra tokio aiškaus pritarimo, ELPA priežiūros institucija 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 politiką⁽²⁾. 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 tyliuotu 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 minėti pritarimo nustatymo būdai gali būti taikomi kartu;

- b) susitarimą arba suderintus veiksmus vykdo dvi ar daugiau įmonių. Bendroji išimtis netaikoma vertikaliesiems susitarimams su galutiniais vartotojais, kurie nėra veikiančios įmonės. Apskritai susitarimai su galutiniais vartotojais nepatenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, nes šis straipsnis taikomas tik įmonių susitarimams, įmonių asociacijų sprendimams ir suderintiems įmonių veiksams. Tai nepažeidžia galimybės taikyti 54 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 neužkertama kelio įmonei veikti daugiau nei viename gamybos ar platinimo grandinės lygyje;
- d) susitarimai arba suderinti veiksmai susiję su sąlygomis, kuriomis susitarimo šalys, tiekėjas ir pirkėjas „pirkti, parduoti arba perparduoti tam tikras prekes arba paslaugas“. Tai atspindi bendrosios išimties paskirtį 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 bendrąją išimtį ir tiekėjo tiekiamos prekės ar teikiamos paslaugos, ir galutinės prekės ar paslaugos yra laikomos sutarties prekėmis ar paslaugomis. Bendroji išimtis taip pat apima vertikaliosius susitarimus, susijusius su visomis galutinėmis ir tarpinėmis prekėmis ir paslaugomis. Vienintelė išimtis – automobilių sektorius, kol šiam sektoriui galioja atskira bendroji išimtis, nustatyta teisės aktu, nurodytu EEE susitarimo XIV priedo 4b punkte (2010 m. gegužės 27 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 461/2010⁽³⁾), dėl EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams variklinių transporto priemonių sektoriuje. Tiekėjo teikiamas prekes ar teikiamas paslaugas pirkėjas gali perparduoti arba naudoti kaip išteklius savo paslaugų ar prekių gamybai.
- (26) Bendroji išimtis taip pat taikoma prekėms, kurios parduodamos arba perkamos, kad būtų išnuomos trečiosioms šalims. Tačiau ji netaikoma nuomos ir išperkamosios nuomos sutartims, nes tiekėjas neparduoda pirkėjui nei prekių, nei paslaugų. Apskritai bendroji išimtis netaikoma apribojimams arba įsipareigojimams, nesusijusiems su pirkimo, pardavimo arba perpardavimo sąlygomis, pavyzdžiui, įsipareigojimui, kuriuo susitarimo šalims neleidžiama vykdyti nepriklausomų tyrimų ir plėtros, kuriuos šalys kitu atveju galėtų įtraukti į vertikalųjį susitarimą. Be to, remiantis bendrosios išimties 2 straipsnio 2–5 dalimis iš to teisės akto taikymo srities tiesiogiai arba netiesiogiai išskiriami tam tikri vertikalieji susitarimai.

⁽¹⁾ 2006 m. liepos 13 d. Teisingumo Teismo sprendimas *Komisija prieš Volkswagen AG*, C-74/04 P, Rink. p. I-6585.

⁽²⁾ 2000 m. spalio 26 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimas *Bayer AG prieš Komisiją*, T-41/96, Rink. p. II-3383.

⁽³⁾ OL L 129, 2010 5 28, p. 52, į EEE susitarimo XIV priedo 4b punktą įtrauktas EEE jungtinio komiteto sprendimu Nr. 91/2010, OL L 277, 2010 10 21, p. 44 ir OL EEE priedas Nr. 59, 2010 10 21, p. 13.

2.2. Vertikalieji konkurentų susitarimai

- (27) Remiantis bendrosios išimties 2 straipsnio 4 dalimi iš jos taikymo srities aiškiai išskiriami „konkuruojančių įmonių vertikalieji susitarimai“. Vertikalieji konkurentų susitarimai, kuriais gali būti sudarytos sąlygos slaptam susitarimui, aptariami ELPA priežiūros institucijos rekomendacijose dėl EEE susitarimo 53 straipsnio taikymo horizontalaus bendradarbiavimo susitarimams⁽¹⁾. Tačiau tokių susitarimų vertikalieji aspektai turi būti vertinami vadovaujantis šiomis gairėmis. Bendrosios išimties 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 konkurente, jei ji realiai, o ne tik teoriškai, jei nebūtų susitarimo, nedaug bet nuolat didėjant santykinėms kainoms greičiausiai per trumpą (paprastai ne ilgesnį kaip vienu metų) laikotarpį greičiausiai padarytų būtinas papildomas investicijas ar skirtų kitų būtinų keitimo sąnaudų, kad patektų į atitinkamą rinką, kurioje veikia kita įmonė. Toks vertinimas turi būti pagrįstas realistiniais pagrindais, tik teorinės galimybės patekti į rinką neužtenka⁽²⁾. Platintojas, kuris pateikia gamintojui specifikacijas gaminti tam tikras prekes su platintojo prekės ženklu, pats nebus laikomas tokių jo prekės ženklą turinčių prekių gamintoju.
- (28) Bendrosios išimties 2 straipsnio 4 dalyje nustatytos dvi išimtys, susijusios su bendru vertikalųjų konkurentų susitarimų išskyrimu iš reglamento taikymo srities. Šios išimtys susijusios su neabipusiais susitarimais. Bendroji išimtis taikoma neabipusiams 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 lygmenyse, o pirkėjas veikia mažmeniniu lygiu ir nėra konkuruojanti įmonė tame prekybos lygmenyje, 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 jo prekių platintojais. Dvejopo platinimo atveju manoma, kad iš esmės bet koks galimas poveikis konkurenciniams gamintojo ir mažmenininko ryšiams mažmeniniu lygiu yra ne toks svarbus kaip galimas bendras vertikaliojo tiekimo susitarimo poveikis konkurencijai gamybos ar mažmeniniu lygiu. Antroji išimtis taikoma esant panašiai dvejopo platinimo padėčiai, tačiau šiuo atveju kalbama apie paslaugas, kai tiekėjas yra ir produktų tiekėjas mažmeniniame lygmenyje, kuriame veikia pirkėjas.

2.3. Mažmenininkų asociacijos

- (29) Remiantis bendrosios išimties 2 straipsnio 2 dalimi, į jos taikymo sritį įtraukiami įmonių asociacijų vertikalieji susitarimai, kurie tenkina tam tikras sąlygas, o visų kitų asociacijų sudarytiems vertikaliesiems susitarimams bendroji išimtis netaikoma. Bendroji išimtis 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 paveikti vertinimo pagal 53 straipsnį.
- (30) Įmonių asociacija gali sudaryti ir horizontaliuosius, ir vertikaliuosius susitarimus. Horizontalieji susitarimai turi būti vertinami pagal principus, išdėstytus Rekomendacijose dėl EEE susitarimo 53 straipsnio taikymo horizontalaus bendradarbiavimo susitarimams⁽³⁾. Jei atlikus tokį vertinimą 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. Tas vertinimas turi atliekamas vadovaujantis bendrosios išimties taisyklėmis ir šiomis gairėmis. Pavyzdžiui, asociacijos narių sudaryti susitarimai arba asociacijų sprendimai, kaip antai sprendimas reikalauti,

⁽¹⁾ OL C 266, 2002 10 31, p. 1 ir OL EEE priedas Nr. 55, 2002 10 31, p. 1.

⁽²⁾ Žr. ELPA priežiūros institucijos pranešimo dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo EEE konkurencijos teisės tikslais, OL L 200, 1998 7 16, p. 46 ir OL EEE priedas Nr. 28, 1998 7 16, p. 3, 20–24 dalis, Komisijos tryliktosios konkurencijos politikos ataskaitos 55 punktą ir Komisijos sprendimą 90/410/EEB byloje *Elopak/Metal Box-Odin*, Nr. IV/32.009, OL L 209, 1990 8 8, p. 15.

⁽³⁾ Žr. 27 dalį.

kad nariai pirktų iš asociacijos, arba sprendimas nariams paskirti išskirtines teritorijas, pirmiausia turi būti vertinami kaip horizontalieji susitarimai. Jei atlikus tokį vertinimą padaroma išvada, kad horizontalusis susitarimas nėra antikonkurencinis, būtina atlikti asociacijos ir atskirų narių arba asociacijos ir tiekėjų vertikaliųjų susitarimų vertinimą.

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

- (31) Remiantis bendrosios išimties 2 straipsnio 3 dalimi, į jos taikymo sritį įtraukiami vertikalieji susitarimai, kuriuose numatyta tam tikrų nuostatų, susijusių su INT perleidimu pirkėjui arba pirkėjo naudojimui INT, o visiems kitiems vertikaliesiems susitarimams, kuriuose numatyta nuostatų dėl INT, bendroji išimtis netaikoma. Bendroji išimtis taikoma vertikaliesiems susitarimams, kuriuose numatyta nuostatų dėl INT, kai tenkinamos šios penkios sąlygos:
- a) INT nuostatos turi būti vertikaliojo susitarimo dalis, t. y. susitarimas 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 objektas būtų identiškas vertikaliųjų apribojimų, kuriems pagal bendrąją išimtį išimtis netaikoma, objektui.
- (32) Tokiomis sąlygomis užtikrinama, kad bendroji išimtis būtų taikoma 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, nei tikroji licencinė sutartis. Pavyzdžiui, bendroji išimtis netaikoma:
- 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) prekės ženklo arba simbolio tikrajai 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 bendroji išimtis netaikoma, kai pirkėjas suteikia INT tiekėjui, – nesvarbu, ar INT yra susijusios su gamybos, ar su platinimo būdu. Bendroji išimtis netaikoma susitarimams dėl INT perleidimo tiekėjui ir nustatantiems galimus tiekėjo pardavimų apribojimus. Tai reiškia, kad subranga, įskaitant praktinės patirties (angl. *know-how*) perdavimą subrangovui⁽¹⁾ nepatenka į bendrosios išimties taikymo sritį (taip pat žr. 22 dalį). Tačiau į bendrosios išimties taikymo sritį patenka vertikalieji susitarimai, pagal kuriuos pirkėjas tiekėjui perduoda tik specifikacijas, kuriose aprašytos tiekimos prekės arba teiktinos paslaugos.
- (35) Iš trečiosios sąlygos aišku teigia, kad, siekiant taikyti bendrąją išimtį, INT perleidimas arba licencijos suteikimas negali būti pagrindinis susitarimo objektas. 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 suteikus INT pirkėjui arba jo klientams turėtų būti sudarytos geresnės sąlygos naudoti, parduoti arba perparduoti prekes ar paslaugas. Paprastai licencijos suteikėjas tiekia prekes arba teikia paslaugas naudojimo arba perpardavimo tikslu, bet licencijos gavėjas gali jas nupirkti ir iš trečio tiekėjo. Nuostatos dėl INT paprastai susijusios su prekių ar paslaugų rinkodara. Pavyzdžiui, taip yra franšizės sutarties atveju, kai franšizės teisių suteikėjas parduoda franšizės gavėjui prekes, kad šis jas perparduotų, ir suteikia franšizės gavėjui licenciją naudoti jo prekės ženklą bei praktine patirtimi parduodant prekes, arba kai koncentruoto ekstrakto tiekėjas suteikia pirkėjui licenciją prieš parduodant gėrimą ekstraktą skiesti bei pilstyti į tarą.
- (37) Penktąją sąlygą visų pirma pabrėžiama, kad nuostatų dėl INT objektas negali būti toks pats kaip pagrindinių apribojimų, išvardytų bendrosios išimties 4 straipsnyje, arba kaip kurio nors apribojimo, kuriam bendroji išimtis, remiantis to teisės akto 5 straipsniu, netaikoma (žr. šių gairių 47–69 dalis).
- (38) Intelektinės nuosavybės teisės, svarbios vertikaliam susitarimui įgyvendinti, kaip apibrėžta bendrosios išimties 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.
- 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 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, taikoma bendroji išimtis.

⁽¹⁾ Žr. Pranešimą dėl subrangos (minėtą 22 dalyje).

- (41) Susitarimai, pagal kuriuos perparduoti tiekiamos programinės spausdintinės kopijos, ir kai perpardavėjas nėra įsigijęs licencijos, suteikiančios kokias nors teises į programinę įrangą, o turi tik teisę perparduoti spausdintines kopijas, taikant bendrąją išimtį 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, todėl pirkėjams gali būti draudžiama daryti kopijas ir perparduoti programinę įrangą arba daryti kopijas ir naudoti programinę įrangą su kita technine kompiuterių įranga. Tokiems naudojimui apribojimams, jei jie iš viso patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, taikoma bendroji išimtis.

Praktinė patirtis

- (43) Franšizės sutartys, išskyrus pramoninės franšizės sutartis, yra akivaizdžiausias pavyzdys, kai praktinė patirtis perduodama pirkėjui rinkodaros tikslu⁽¹⁾. 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) Bendroji išimtis taikoma franšizės sutarčių licencijavimui, jei tenkinamos visos penkios 31 dalyje išvardytos sąlygos. Šios sąlygos paprastai 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. Jeigu franšizės sutartys susijusios tik (ar visų pirma) su INT licencijavimu, tokios sutartys nepatenka į bendrosios išimties taikymo sritį, tačiau ELPA priežiūros institucija tokioms sutartims paprastai taikys bendrojoje išimtyje ir šiose gairėse nustatytus principus.
- (45) Toliau išvardyti su INT susiję įsipareigojimai paprastai laikomi būtiniais franšizės teisių suteikėjo INT apsaugoti ir, jei jie patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, jiems taikoma bendroji išimtis:
- a) franšizės gavėjo įsipareigojimas tiesiogiai arba netiesiogiai nedalyvauti jokiame panašiam versle;
 - b) franšizės gavėjo įsipareigojimas neigyti 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 naudoti praktine patirtimi, kylančia iš tos patirties;

⁽¹⁾ 43–45 dalys tokiu pačiu būdu taikomos kitų rūšių platinimo susitarimams, pagal kuriuos didelė tiekėjo praktinės patirties dalis perduodama pirkėjui.

- e) franšizės gavėjo įsipareigojimas informuoti franšizės teisių suteikėją (apie licencijuotos intelektualinės 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 kitomis bendrosiomis išimtimis

- (46) 2 straipsnio 5 dalyje teigiama, kad bendroji išimtis „netaikoma vertikaliesiems susitarimams, kuriems taikoma bet kuri kita bendroji išimtis, nebent tokia teisės akte numatyta kitaip“. Todėl bendroji išimtis netaikoma vertikaliesiems susitarimams, kuriems taikomas EEE susitarimo XIV priedo 5 punkte nurodytas teisės aktas (2004 m. balandžio 27 d. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 772/2004 ⁽¹⁾) dėl EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo technologijų perdavimo susitarimų kategorijoms, EEE susitarimo XIV priedo 4b punkte nurodytas teisės aktas (2010 m. gegužės 27 d. Komisijos reglamentas Nr. 461/2010 ⁽²⁾) dėl EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams variklinių transporto priemonių sektoriuje, EEE susitarimo XIV priedo 6 punkte nurodytas teisės aktas (2000 m. lapkričio 29 d. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 2658/2000 ⁽³⁾) dėl EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo specializacijos susitarimų grupėms ir EEE susitarimo XIV priedo 7 punkte nurodytas teisės aktas (2000 m. lapkričio 29 d. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 2659/2000 ⁽⁴⁾) dėl EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo mokslinių tyrimų ir technologijų plėtros susitarimų grupėms, pagal kuriuos vertikaliesiems susitarimams, sudarytiems vykdant horizontaliuosius susitarimus, taikoma bendroji išimtis, ar kuriems ateiityje gali būti taikomi tokio pobūdžio teisės aktai, nebent tokia akte būtų nurodyta kitaip.

3. Pagrindiniai apribojimai pagal bendrąją išimtį

- (47) Bendrosios išimties 4 straipsnyje pateikiamas sąrašas pagrindinių apribojimų, kuriems esant visam vertikaliam susitarimui netaikoma bendroji išimtis ⁽⁵⁾. Jei toks pagrindinis apribojimas įtraukiamas į susitarimą, daroma prielaida, kad susitarimas patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Taip pat daroma prielaida, kad susitarimas tikriausiai neatitiks 53 straipsnio 3 dalies sąlygų, todėl bendroji išimtis netaikoma. Tačiau įmonės gali kiekvienu atskiru atveju nurodyti konkurenciją skatinantį poveikį pagal 53 straipsnio 3 dalį ⁽⁶⁾. Jeigu įmonės pagrindžia, kad tikėtiną veiksmingumą lemia tai, kad į susitarimą įtrauktas pagrindinis apribojimas, ir įrodo, kad apskritai tenkinamos visos 53 straipsnio 3 dalyje nustatytos sąlygos, ELPA priežiūros institucija turės veiksmingai įvertinti galimą neigiamą poveikį konkurencijai, ir tik tada ji galės atlikti galutinį vertinimą, ar tenkinamos 53 straipsnio 3 dalies sąlygos ⁽⁷⁾.

⁽¹⁾ OL L 123, 2004 4 27, p. 11, į EEE susitarimą įtrauktas EEE jungtinio komiteto sprendimu Nr. 142/2005, OL L 198, 2005 7 28, p. 42 ir OL EEE priedas Nr. 38, 2005 7 28, p. 24.

⁽²⁾ Žr. 25 dalį.

⁽³⁾ OL L 304, 2000 12 5, p. 3, į EEE susitarimą įtrauktas EEE jungtinio komiteto sprendimu Nr. 113/2000, OL L 52, 2001 2 22, p. 38 ir OL EEE priedas Nr. 9, 2001 2 22, p. 5.

⁽⁴⁾ OL L 304, 2000 12 5, p. 7, į EEE susitarimą įtrauktas EEE jungtinio komiteto sprendimu Nr. 113/2000, OL L 52, 2001 2 22, p. 38 ir OL EEE priedas Nr. 9, 2001 2 22, p. 5.

⁽⁵⁾ Šis pagrindinių apribojimų sąrašas taikomas vertikaliesiems susitarimams dėl prekybos Europos ekonominėje erdvėje. Jei vertikalieji susitarimai yra susiję su eksportu už Europos ekonominės erdvės ribų ar importu ir (arba) pakartotiniu importu iš Europos ekonominės erdvei nepriklausančių šalių, žr. 1998 m. balandžio 28 d. Teisingumo Teismo sprendimą *Javico prieš Yves Saint Laurent*, C-306/96, Rink. I-1983. ETT 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.“

⁽⁶⁾ Visų pirma žr. 106–109 dalis, kuriose bendrai aprašomas galimas veiksmingumas, susijęs su vertikaliais apribojimais, ir VI.2.10 skyrių dėl perpardavimo kainų apribojimų. Žr. su tuo susijusias bendrąsias rekomendacijas, išdėstytas ELPA priežiūros institucijos pranešime „EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, priimtame Sprendimu Nr. 123/04/COL (OL C 208, 2007 9 6, p. 1 ir OL EEE priedas Nr. 42, 2007 9 6, p. 1).

⁽⁷⁾ Nors teisiškai tai yra du atskiri etapai, praktiškai – tai gali būti pasikartojantis procesas, kurio metu šalys ir ELPA priežiūros institucija keletą kartų pakeičia ir patobulina savo atitinkamus argumentus.

- (48) Pagrindinis apribojimas, nurodytas bendrosios išimties 4 straipsnio a punkte, susijęs su pardavimo kainos palaikymu, – tai yra susitarimai arba suderinti veiksmai, kuriais tiesiogiai arba netiesiogiai siekiama nustatyti fiksuotas ar minimalias pardavimo kainas arba fiksuotą ar minimalų kainų lygį, kurio turi laikytis pirkėjas. Jeigu pagal sutarties nuostatas arba suderintais veiksmais pardavimo kaina nustatoma tiesiogiai, apribojimas yra visiškai akivaizdus. Tačiau pardavimo 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 reklamos išlaidas, jeigu laikomasi nurodyto kainos lygio, susiejantis nurodytas pardavimo kainas su konkurento pardavimo kainomis, grasinimai, bauginimai, išpėjimai, 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 išpareigojimas 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 pardavimo kainą, pavyzdžiui, tiekėjas išspausdina rekomenduojamą pardavimo kainą ant produkto arba tiekėjas išpareigoja 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 53 straipsnio 1 dalį (žr. 12–21 dalis) toks susitarimas negali būti laikomas atstovavimo susitarimu, išpareigojimas, kuriuo atstovui apribojama arba draudžiama galimybė pasidalyti fiksuotais arba kintančiais komisiniais su klientu, remiantis bendrosios išimties 4 straipsnio a punktu bus pagrindinis apribojimas. Siekiant išvengti tokio pagrindinio apribojimo įtraukimo į susitarimą, atstovui turi būti leidžiama savo nuožiūrą sumažinti galiojančią kliento mokamą kainą nesumažinant atstovaujamojo pajamų ⁽¹⁾.
- (50) Pagrindiniai apribojimai, išdėstyti bendrosios išimties 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 pasyvų 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 – tai rinkos pasidalijimas pagal teritorijas arba klientų grupę. Tai gali būti tiesioginių išpareigojimų rezultatas, pavyzdžiui, išpareigojimas neparduoti tam tikriems klientams arba klientams tam tikroje teritorijoje, arba išpareigojimas 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 išpareigojimas perduoti pelną. Tai gali kilti ir dėl to, kad tiekėjas neteikia garantinių paslaugų visoje EEE, kadangi visi platintojai paprastai yra išpareigoję teikti garantines paslaugas ir už šias paslaugas tiekėjas jiems atlygina, net ir tada, kai garantinės paslaugos teikiamos produktams, kuriuos jų teritorijoje parduoda kiti platintojai ⁽²⁾. 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 pagrindiniu apribojimu taip pat nelaikomas pardavėjo išpareigojimas, susijęs su tiekėjo ženklų demonstravimu. Kadangi 4 straipsnio b dalis susijusi tik su pirkėjo arba jo klientų pardavimo apribojimais, tai reiškia, kad tiekėjo pardavimo apribojimai taip pat nėra pagrindinis apribojimas, atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta 59 dalyje dėl atsarginių dalių pardavimo remiantis bendrosios išimties 4 straipsnio e dalimi. 4 straipsnio b dalis

⁽¹⁾ 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.

⁽²⁾ Jei tiekėjas nusprendžia neatlyginti platintojams už paslaugas, suteiktas pagal visoje EEE 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, mokesį, 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. p. II-49, 136–145 punktus).

taikoma nepažeidžiant pirkėjo įsisteigimo vietos apribojimo. Todėl bendrąja išimtimi nustatyta išimtis tebetaikoma, jei susitariama dėl pirkėjo platinimo punkto (-ų) ir sandėlio (-ių) konkretaus adreso, vietos ar teritorijos.

- (51) Esama keturių bendrosios išimties 4 straipsnio b dalyje nurodyto pagrindinio ribojimo taikymo išimčių. Pagal 4 straipsnio b dalies i punktu 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, kaip 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 Europos ekonominėje erdvėje 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. ELPA priežiūros institucija, taikydama bendrosios išimties 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 priemonėmis, nukreiptomis būtent į tą klientų grupę arba tuos klientus toje teritorijoje. Reklama ar kitos priemonės, kurios pirkėjui patrauklios tik tuo atveju, jei ta reklama ar kitos 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. Pasyviu pardavimu laikoma bendra reklama arba rėmimas, prieinama 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. Laikoma, kad bendra reklama arba rėmimas 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 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, jei platintojas naudojasi interneto svetaine produktams parduoti, toks pardavimas laikomas pasyviu pardavimu, nes tai yra racionalus būdas, kuriuo klientams suteikiama galimybė pasiekti platintoją. Naudojantis interneto svetaine poveikis gali būti daromas už platintojo teritorijos arba klientų grupės ribų; tačiau toks poveikis atsiranda dėl technologijų, kuriomis sudaromos galimybės 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 išreiškia norą, kad platintojas siųstų (automatinius) pranešimus, ir dėl to įvyksta pardavimas. Interneto svetainėje siūloma galimybė pasirinkti skirtingas kalbas savaime nekeičia pasyvaus tokio pardavimo pobūdžio. Todėl ELPA priežiūros institucija, atsižvelgdama į tai, kiek tokiais apribojimais gali būti apribotos platintojo galimybės pasiekti daugiau ir įvairesnių klientų, pagrindiniais pasyvaus pardavimo apribojimais laiko, pavyzdžiui, šiuos apribojimus:

a) susitarimą, kad (išskirtinis) platintojas neleistų kitoje (išskirtinėje) teritorijoje esantiems klientams matyti jo svetainės, arba susitarimą, kad platintojas automatiškai nukreiptų klientus į gamintojo arba kitų (išskirtinių) platintojų svetaines. Tuo nedraudžiamas sutikimas, 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 ribotą 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 (fizinės pardavimo vietos) 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 pasirašę platintojai, suderinamas su bendrąja išimtimi, jei reklamos internetu ar naudojimosi internetu rezultatas – aktyvus pardavimas, pavyzdžiui, išskirtinėse kitų platintojų teritorijose ar klientų grupėms. ELPA priežiūros institucija mano, kad specialiai tam tikriems klientams skirta reklama yra aktyvaus pardavimo tiems 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 pagal bendrąją išimtį 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 remiant 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 tais pakeitimais būtų siekiama tiesiogiai ar netiesiogiai apriboti platintojų vykdomą pardavimą internetu. Tiekėjas taip pat gali reikalauti, kad jo platintojai sutarties produktams platinti naudotųsi trečiųjų šalių platformomis tik laikydamiesi tiekėjo ir platintojų sutartų naudojimosi internetu standartų ir sąlygų. Pavyzdžiui, jei platintojo svetainė įkeliamą į trečiosios šalies platformą, tiekėjas gali reikalauti, kad klientai platintojo svetainėje nesilankytų per svetainę su trečiosios šalies platformos pavadinimu ar logotipu.
- (55) Numatytos trys papildomos bendrosios išimties 4 straipsnio b punkte nustatyto pagrindinio apribojimo išimtys. Visomis trimis išimtimis leidžiama riboti aktyvų ir pasyvų pardavimą. Pagal pirmąją išimtį leidžiama riboti didmeninio pardavimą galutiniams vartotojams, tai leidžia tiekėjui atskirti didmeninio lygio ir mažmeninio lygio prekybą. Tačiau pagal šią išimtį nedraudžiama galimybė leisti didmenininkui parduoti prekes tam tikriems galutiniams vartotojams, pavyzdžiui, didesniems galutiniams vartotojams, bet neleisti parduoti prekių (visiems) kitiems galutiniams vartotojams. Pagal antrąją išimtį tiekėjui leidžiama riboti pasirinktinio platinimo sistemoje paskirto platintojo pardavimą bet kuriuo prekybos lygmeniu neįgaliesiems platintojams, esantiems bet kurioje teritorijoje, kurioje šiuo metu veikia sistema arba kurioje tiekėjas dar neparduoda sutarties prekių (4 straipsnio b punkto iii dalyje 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. Terminas „sudedamoji dalis“ apima bet kurią tarpinę prekę, o terminu „surinkimas“ apibrėžiamas bet kokių išteklių naudojimas prekėms gaminti.
- (56) Bendrosios išimties 4 straipsnio c dalyje nustatytas pagrindinis apribojimas netaikomas apribojimui, kuris nustatytas pasirinktinio platinimo tinklo narių atliekamam aktyviam ir pasyviu pardavimui galutiniams vartotojams (nesvarbu, ar tai profesionalūs galutiniai vartotojai, ar tiesiog galutiniai

vartotojai), nepažeidžiant galimybės uždrausti tinklo nariui veikti neigalioje steigimo vietoje. Taigi, pasirinktinio platinimo sistemoje, kaip apibrėžta bendrosios išimties 1 straipsnio 1 dalies e punkte, negali būti ribojamas prekiautojo vartotojų, kuriems jis gali parduoti, arba pirkimo atstovų, dirbančių tų vartotojų 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 ELPA priežiūros institucija pagrindiniais apribojimais laiko visus išpareigojimus, kuriais paskirtiesiems prekiautojams, norintiems pasiekti daugiau ir įvairesnių klientų, trukdoma naudotis internetu nustatant pardavimo internetu kriterijus, kurie iš esmės nėra lygiaverčiai kriterijams, nustatytiems pardavimui fizinėje 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 neigaliojiesiems prekiautojams, tiekėjas gali neleisti pasirinktiems prekiautojams parduoti didesnę sutarties prekių kiekį už nustatytą individualiems galutiniams vartotojams. Toks reikalavimas gali būti griežtesnis parduodant prekes internetu, jei neigaliojiesiems prekiautojui jų lengviau gauti internetu. Ir atvirkščiai, toks reikalavimas gali būti griežtesnis parduodant prekes ne internetu, jei jų lengviau gauti fizinėje parduotuvėje. Kad būtų užtikrintas sutarties prekių pristatymas laiku, tiekėjas gali reikalauti, kad jei prekės parduodamos ne internetu, jos būtų pristatytos nedelsiant. Kadangi tokio reikalavimo negalima nustatyti parduodant prekes internetu, tiekėjas gali nurodyti tam tikrus įvykdomus tokiam pardavimui taikomus terminus. Kad būtų padengiamos prekes grąžinančių klientų išlaidos ir taikomos saugios mokėjimo sistemos, gali prireikti nustatyti konkrečius internetinės vėlesnio aptarnavimo tarnybos reikalavimus.

- (57) Toje teritorijoje, kurioje tiekėjas taiko pasirinktinį platinimą, negalima taikyti išskirtinio platinimo, nes dėl to būtų nustatytas pagrindinis prekiautojų vykdomo aktyvaus arba pasyvaus pardavimo apribojimas pagal bendrosios išimties 4 straipsnio c dalį, tačiau galima apriboti galimybę prekiautojui 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 prekiautojo punktas yra mobilus, gali būti nustatyta teritorija, už kurios ribų mobilus punktas negali veikti. Be to, tiekėjas gali išpareigoti tiekti tik vienam prekiautojui arba ribotam prekiautojų skaičiui konkrečioje teritorijoje, kurioje taikoma pasirinktinio platinimo sistema, dalyje.
- (58) Bendrosios išimties 4 straipsnio d punkte nustatytas pagrindinis apribojimas susijęs su kryžminio tiekimo ribojimu tarp paskirtų platintojų, priklausančių pasirinktinio platinimo sistemai. Taigi, susitarimu arba suderintais veiksmais negali būti 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 lygmenyse. Todėl pasirinktinis platinimas negali būti derinamas su vertikaliosios 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 4 straipsnio e punkte nustatytas pagrindinis apribojimas susijęs su susitarimais, kuriais kliudoma galutiniams vartotojams, nepriklausomiems remontootojams ir paslaugų teikėjams įsigyti atsarginių dalių tiesiogiai iš tų atsarginių dalių gamintojų ar tai ribojama. Atsarginių dalių gamintojo ir pirkėjo, kuris tas dalis panaudoja savo produktuose (originalių įrenginių gamintojas) susitarimu negali tiesiogiai arba netiesiogiai būti kliudoma tų 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 remontootojams 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, kuriems gali būti netaikoma 53 straipsnio 1 dalis arba kurie gali atitikti 53 straipsnio 3 dalies sąlygas

- (60) Pagrindiniai apribojimai išskirtiniais atvejais gali būti praktiškai būtini tam tikros rūšies ar pobūdžio susitarimams ⁽¹⁾, todėl 53 straipsnio 1 dalis jiems netaikoma. Pavyzdžiui, pagrindinis apribojimas gali būti praktiškai 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 53 straipsnio 3 dalį. Šiame skyriuje pateikiami keli perpardavimo ir (arba) pardavimo apribojimų pavyzdžiai, o perpardavimo kainų palaikymo klausimai nagrinėjami VI.2.10 skyriuje.
- (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 tokiais aplinkybėmis platintojas negali sudaryti platinimo susitarimo nebūdamas tam tikrą laiką apsaugotas nuo (aktyvaus ir) pasyvaus kitų platintojų pardavimo jo teritorijoje arba jo klientų grupei. Pavyzdžiui, toks atvejis gali susiklostyti, 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 tas investicijas, 53 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 53 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 53 straipsnio 1 dalies.
- (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 reklamos veiklą savo teritorijose, kad paskatintų paskirtųjų mažmenininkų vykdomą pardavimą, ir susitarime nurodyti reikiamos reklamos veiklos faktiškai neįmanoma, didmenininkų aktyvaus pardavimo paskirtiesiems mažmenininkams kitų didmenininkų teritorijose apribojimai, nustatyti siekiant išvengti pasinaudojimo, atskirais atvejais gali atitikti 53 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 specialiomis aplinkybėmis toks susitarimas gali tenkinti 53 straipsnio 3 dalies sąlygas. Tokios aplinkybės gali susiklostyti, kai gamintojas susitaria dėl tokios dvigubos kainodaros su platintojais, nes parduodant internetu patiriamos gerokai didesnės išlaidos nei parduodant ne internetu. Pavyzdžiui, platintojas, parduodamas prekes ne internetu, atlieka įrengimo darbus namuose, o parduodamas internetu – tokių darbų neatlieka, todėl antruoju atveju gamintojas gali gauti daugiau klientų skundų ir garantinių pretenzijų. Tokiomis aplinkybėmis ELPA priežiūros institucija taip pat svarstys, kiek apribojimu gali būti ribojamas pardavimas internetu ir sudaromos kliūtys platintojui pasiekti daugiau ir įvairesnių klientų.

⁽¹⁾ Žr. ELPA priežiūros institucijos pranešimo „EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, priimto Sprendimu Nr. 123/04/COL (OL C 208, 2007 9 6, p. 1 ir OL EEE priedas Nr. 42, 2007 9 6, p. 1), 18 punktą.

5. Neleistini apribojimai pagal bendrąją išimtį

- (65) Bendrosios išimties 5 straipsnyje nustatyta, kad tam tikriems įsipareigojimams bendroji išimtis netaikoma, net jei nėra viršijama rinkos dalies riba. Tačiau bendroji išimtis taikoma likusiai vertikaliojo susitarimo daliai, jei tą dalį galima atskirti nuo įsipareigojimų, kuriems išimtis netaikoma.
- (66) Pirmoji tokia galimybė netaikyti bendrosios išimties yra numatyta jo 5 straipsnio 1 dalies a punkte, ir yra susijusi su įsipareigojimais nekonkuruoti. Įsipareigojimai nekonkuruoti – tai susitarimai, pagal kuriuos pirkėjas turi pirkti daugiau kaip 80 % visų sutarties prekių ar paslaugų arba jų pakaitalų (kaip apibrėžta bendrosios išimties 1 straipsnio 1 dalies d punkte) pirkimo praėjusiais kalendoriniais metais iš tiekėjo arba iš kitos tiekėjo nurodytos įmonės, taip kliudant pirkėjui pirkti konkuruojančias prekes ar paslaugas arba apribojant tokį pirkimą iki mažiau kaip 20 % visų jo pirkimų. Jeigu 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 bendroji išimtis netaikoma, jei jų trukmė nėra nustatyta ar yra ilgesnė kaip penkeri metai. Įsipareigojimams nekonkuruoti, kurie tyliu sutikimu pratęsimi po penkerių metų, bendroji išimtis taip pat netaikoma (žr. 5 straipsnio 1 dalies antrą pastraipą). Apskritai įsipareigojimams nekonkuruoti išimtis pagal tą teisės aktą taikoma, jei jų trukmė yra penkeri metai arba mažiau ir nėra jokių kliūčių, kurios trukdytų pirkėjui veiksmingai nutraukti įsipareigojimo 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 įsipareigojimo nekonkuruoti galiojimui 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 įsipareigojimas nekonkuruoti gali trukti tiek pat, kiek ir laikotarpis, kuriuo pirkėjas naudojasi pardavimo vieta (bendrosios išimties 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, kuri priklauso tiekėjui arba tiekėjas ją 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 5 straipsnio 1 dalies b punkte ir yra susijusi su pirkėjo įsipareigojimais nekonkuruoti terminui pasibaigus. Paprastai tokiems įsipareigojimams bendroji išimtis netaikoma, nebent įsipareigojimas būtinai reikalingas siekiant apsaugoti tiekėjo pirkėjui perduotą praktinę patirtį ir apsiriboja tik pardavimo vieta, kurioje pirkėjas dirba sutarties laikotarpiu, ir šis įsipareigojimas galioja ilgiausiai vienerius metus (žr. bendrosios išimties 5 straipsnio 3 dalį). Pagal bendrosios išimties 1 straipsnio 1 dalies g punkte pateiktą apibrėžimą, 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 5 straipsnio 1 dalies c punkte ir yra susijusi su konkuruojančių prekių pardavimu pasirinktinio platinimo sistemoje. Bendroji išimtis taikoma tuo atveju, kai pasirinktinis platinimas derinamas su įsipareigojimu nekonkuruoti, įpareigojant platintojus apskritai neperpardavinėti konkuruojančių prekių ženklų. Tačiau jeigu tiekėjas tiesiogiai arba netiesiogiai trukdo savo paskirtiems platintojams iš konkretaus konkuruojančio tiekėjo pirkti produktus perparduoti, tokiam įsipareigojimui bendroji išimtis negali būti taikoma. Jo netaikymo tokiam įsipareigojimui tikslas – išvengti situacijos, kai keletas tiekėjų, naudodamiesi tais pačiais pasirinktinio platinimo punktais, trukdo vienam konkrečiam konkurentui arba keliems konkurentams

konkurentams naudotis tais punktais savo produktų pardavimui (naudojimosi teisės atėmimas iš konkuruojančio tiekėjo kolektyvinio boikoto forma) ⁽¹⁾.

6. Atskyrimas

- (70) Pagal bendrąją išimtį vertikaliesiems susitarimams taikoma išimtis, jeigu susitarime nenumatyta arba praktikoje nevykdomi pagrindiniai apribojimai, nustatyti to teisės akto 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 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) Jeigu tiekėjas naudojasi ta pačia platinimo sutartimi keletui prekių ar paslaugų platinti, vienoms jų, atsižvelgiant į rinkos dalies ribą, gali būti taikoma bendroji išimtis, o kitoms – ne. Tokiu atveju bendroji išimtis taikoma tokioms prekėms ir paslaugoms, kurių atžvilgiu tenkinamos taikymo sąlygos.
- (73) Prekių ar paslaugų, kurios nepatenka į bendrosios išimties 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 53 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 susiklostyti ir tada, jeigu vieniems produktams 54 straipsnis taikomas, o kitiems – ne.

IV. BENDROSIOS IŠIMTIES ATŠAUKIMAS IR BENDROSIOS IŠIMTIES NETAIKYMAS

1. Atšaukimo procedūra

- (74) Bendrąją išimtį pripažinta teisėtumo prielaida gali būti atšaukta, jei manoma, kad vertikalusis susitarimas atskirai arba kartu su kitais panašiais konkuruojančių tiekėjų arba pirkėjų vykdomais susitarimais patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir netenkina visų 53 straipsnio 3 dalies sąlygų.

⁽¹⁾ Netiesioginių priemonių, turinčių tokių 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.

- (75) 53 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 bendrai taikant 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 įgaliojimų platinimo 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 53 straipsnio 1 dalyje numatyto draudimo sritį⁽¹⁾, todėl jie nėra atšaukimo mechanizmo dalykas. Tokia įtaka bus vertinama vadovaujantis 128–229 dalyse išdėstytais kriterijais.
- (77) Jeigu taikoma atšaukimo procedūra, ELPA priežiūros institucijai tenka pareiga įrodyti, kad susitarimas patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir kad susitarimas netenkina vienos ar kelių 53 straipsnio 3 dalies sąlygų. Sprendimas dėl atšaukimo gali turėti tik *ex nunc* poveikį – tai reiškia, kad jis neturės įtakos atitinkamo susitarimo išimtinai padėčiai iki tos dienos, kai pradės galioti atšaukimas.
- (78) Europos Komisija ir ELPA priežiūros institucija, remdamosi EEE susitarimo 56 straipsnio nuostatomis dėl bylų paskirstymo šioms dviem institucijoms, turi išskirtinę teisę atšaukti bendrosios išimties taikymą vertikaliesiems susitarimams, kuriais apribojama konkurencija atitinkamoje geografinėje rinkoje, kuri yra didesnė nei vienos EEE valstybės teritorija. Jeigu vienos EEE valstybės teritorija arba jos dalis yra atitinkama geografinė rinka, kompetentinga priežiūros institucija ir atitinkama EEE valstybė turi vienodą kompetenciją atšaukti.

2. Bendrosios išimties netaikymas

- (79) Bendrosios išimties 6 straipsniu ELPA priežiūros institucijai leidžiama rekomendacijos pavidalu paskelbti, kad bendroji išimtis netaikoma, jei lygiagretūs panašių vertikalųjų apribojimų tinklai apima daugiau nei 50 % atitinkamos rinkos. Tokia rekomendacija skiriama ELPA valstybei ar ELPA valstybėms, kurios patenka į nagrinėjamą atitinkamą rinką.
- (80) Kadangi bendrosios išimties taikymo atšaukimas reiškia sprendimo, kuriuo nustatoma, kad atskira įmonė pažeidė 53 straipsnį, priėmimą, rekomendacija, priimta pagal 6 straipsnį, siekiama tik panaikinti bendrosios išimties taikymą ir vėl pradėti visapusiškai taikyti 53 straipsnio 1 ir 3 dalis apribojimams ir atitinkamai rinkai. ELPA valstybei ar ELPA valstybėms priėmus ELPA priežiūros institucijos rekomendaciją netaikyti bendrosios išimties tam tikriems vertikaliesiems apribojimams tam tikroje rinkoje, atskiriems susitarimams 53 straipsnis turi būti taikomas vadovaujantis ELPA teismo, Teisingumo Teismo ir Bendrojo Teismo nustatytais precedentsais atitinkamose bylose ir ELPA priežiūros institucijos pranešimais bei ankstesniais sprendimais. Atitinkamais atvejais ELPA priežiūros institucija priims sprendimą konkrečioje byloje, kuriuo galės vadovautis visos susijusioje rinkoje veikiančios įmonės.

⁽¹⁾ 1991 m. vasario 28 d. Teisingumo Teismo sprendimas *Stergios Delimitis prieš Henninger Bräu AG*, C-234/89, Rink. p. I-935.

- (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 6 straipsnis neįpareigoja ELPA priežiūros institucijos 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 tikrą platinimo būdą, pritaikytą tokių prekių pardavimui, atžvilgiu.
- (82) Vertindama būtinybę taikyti bendrosios išimties 6 straipsnį, ELPA priežiūros institucija 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 EEE skaičiaus.
- (83) Kiekvienoje rekomendacijoje, minėtoje bendrosios išimties 6 straipsnyje, turi būti aiškiai nustatyta tos rekomendacijos taikymo sritis. Todėl ELPA priežiūros institucija turi, pirma, apibrėžti atitinkamą (-as) produkto ir geografinę rinką (-as), ir, antra, nustatyti vertikaliojo apribojimo, kuriam nebebus taikoma bendroji išimtis, pobūdį. Pastarojo aspekto atžvilgiu ELPA priežiūros institucija gali moduluoti savo rekomendacijos 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, ELPA priežiūros institucija vis tiek gali pritaikyti rekomendaciją 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 rekomendacija gali būti taikoma tik tokiems papildomiems apribojimams. Atitinkamais atvejais ELPA priežiūros institucija 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 į EEE susitarimą įtrauktos bendrosios išimties (žr. adaptaciją, pateiktą EEE susitarimo XIV priedo 2 punkte) 6 straipsnį, ELPA priežiūros institucija turės nustatyti trijų mėnesių pereinamąjį laikotarpį, kuriam pasibaigus bus laikoma, kad rekomendaciją netaikyti bendrosios išimties ELPA valstybė ar ELPA valstybės, kuriai (-ioms) ta rekomendacija skirta, priėmė savaime. Jei ELPA valstybė ar ELPA valstybės, kuriai (-ioms) rekomendacija skirta, ją priima ar į ją laiku neatsako, tai valstybei (-ėms) taikomas EEE susitarime nustatytas teisinis įpareigojimas įgyvendinti rekomendaciją per tris mėnesius nuo jos paskelbimo. Taip susijusioms įmonėms turėtų būti sudarytos galimybės pakeisti savo susitarimus atsižvelgiant į rekomendaciją netaikyti bendrosios išimties.
- (85) Rekomendacija netaikyti bendrosios išimties neturės įtakos susijusių susitarimų išimtinei padėčiai laikotarpiu iki jos įsigaliojimo.

V. RINKOS APIBRĖŽIMAS IR RINKOS DALIES APSKAIČIAVIMAS

1. ELPA priežiūros institucijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo

- (86) ELPA priežiūros institucijos pranešime dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Europos ekonominės erdvės konkurencijos teisės tikslais⁽¹⁾ pateikiamos taisyklių, kriterijų ir įrodymų, kuriuos ELPA priežiūros institucija taiko sprendžiamas rinkos apibrėžimo klausimus, gairės. Tas 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.

⁽¹⁾ Sprendimas Nr. 46/98/COL, OL L 200, 1998 7 16, p. 46, ir OL EEE priedas Nr. 28, 1998 7 16, p. 3.

2. Atitinkama rinka 30 % rinkos dalies ribai pagal bendrąją išimtį apskaičiuoti

- (87) Remiantis bendrosios išimties 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 ir perka sutarties produktus. Taigi, turi būti apibrėžiamos 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 rinkos apibrėžimas 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 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 taip pat gali būti didesnės nei galutinių vartotojų paieškos teritorijos, jei rinkos sąlygos yra vienodos, o vietos ar regioninės rinkos teritorijos iš dalies sutampa.
- (90) Jeigu vertikaliuosius susitarimus sudaro trys šalys, kurių kiekviena veikia skirtingame prekybos lygmenyje, kiekvienos jų rinkos dalis turi neviršyti 30 %, kad joms būtų taikoma bendroji išimtis. Kaip nurodyta bendrosios išimties 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 išipareigojimas 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) Jeigu 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 taikoma bendroji išimtis, 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 svarbą ⁽¹⁾. Iš esmės, reikia nustatyti, ar daug pirkėjų rinkdamiesi produktą atsižvelgia į jo eksploataavimo 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 taikymo požiūriu. Jeigu 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 turėtojui suteikėjui reikia apskaičiuoti savo rinkos dalį rinkoje, kurioje taikomas šis verslo būdas, t. y. rinkoje, kurioje franšizės teisių suteikėjas taiko verslo būdą prekėms ar paslaugoms galutiniam vartotojui tiekti. Franšizės teisių suteikėjas savo rinkos dalį turi pagrįsti franšizės gavėjo tiekiamų prekių arba teikiamų paslaugų verte toje 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 bendrąją išimtį

- (93) Rinkos dalių apskaičiavimą iš esmės reikia pagrįsti vertės duomenimis. Jeigu 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 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 dvejopam 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 vertikaliai integruotus platintojus ir atstovus (žr. bendrosios išimties 7 straipsnio c punktą). Integruoti platintojai yra susijusios įmonės, kaip apibrėžta bendrosios išimties 1 straipsnio 2 dalyje ⁽²⁾.

VI. ĮGYVENDINIMO POLITIKA ATSKIRAIS ATVEJAIS

1. Analizės struktūra

- (96) Jeigu bendroji išimtis netaikoma, svarbu išanalizuoti, ar konkrečiu atveju susitarimui taikoma 53 straipsnio 1 dalis ir, jei taip, ar tenkinamos 53 straipsnio 3 dalyje nustatytos sąlygos. Jei jomis nesiekama riboti konkurencijos 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 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį arba neatitinka 53 straipsnio 3 dalies

⁽¹⁾ Pvz., žr. 1995 m. Komisijos sprendimo byloje *Pelikan/Kyocera*, COM(96) 126 (nepaskelbtas), 87 punktą, ir Komisijos sprendimą 91/595EEB 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 Europos ekonominės erdvės konkurencijos teisėje 56 punktą (žr. 86 dalį).

⁽²⁾ Siekiant nustatyti šį rinkos apibrėžimą ir apskaičiuoti rinkos dalį, nėra svarbu, ar integruoti platintojai papildomai prekiauja ir konkurentų produktais.

sąlygų. Reikia atlikti atskirą tikėtino susitarimo poveikio vertinimą. Įmonės skatinamos pačios atlikti vertinimą. Susitarimai, kuriais, kaip apibrėžta 53 straipsnio 1 dalyje, neribojama konkurencija arba kurie atitinka 53 straipsnio 3 dalyje nustatytas sąlygas, galioja ir yra vykdytini. Remiantis teisės akto, nurodyto EEE susitarimo 21 protokolo 3 straipsnio 1 dalies 3 punkte (2002 m. gruodžio 16 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1/2003 ⁽¹⁾) dėl konkurencijos taisyklių, nustatytų EEE susitarimo 53 ir 54 straipsniuose, įgyvendinimo 1 straipsnio 2 dalimi ir Priežiūros institucijos ir teismo susitarimo 4 protokolo II skyriaus 1 straipsnio 2 dalimi, kad būtų galima pasinaudoti atskira išimtimi pagal 53 straipsnio 3 dalį, pranešimo pateikti nereikia. Jeigu ELPA priežiūros institucija nagrinėja atskirą atvejį, ji turi įrodyti, kad nagrinėjamu susitarimu pažeidžiamos 53 straipsnio 1 dalies nuostatos. Įmonės, kurios siekia pasinaudoti 53 straipsnio 3 dalimi, turi įrodyti, kad jos atitinka toje dalyje nustatytas sąlygas. Jeigu yra įrodomas tikėtinas antikoncepcinis poveikis, prieš ELPA priežiūros institucijai priimanant sprendimą, ar susitarimas atitinka 53 straipsnio 3 dalies nuostatas, 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 ir ateityje galimą padėtį atitinkamoje rinkoje, kurioje galioja vertikalieji apribojimai, su padėtimi, kuri vyrautų, jeigu susitarime nebūtų numatyta vertikaliųjų apribojimų. Vertindama atskirus atvejus ELPA priežiūros institucija prirėkūs 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 egzistuoūtų 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 pastebimas ⁽²⁾. Tikėtina, kad pastebimas neigiamas poveikis konkurencijai atsiranda tuo atveju, kai bent viena iš šalių turi arba įgyja tam tikrą įtaką rinkai, o susitarimu tą įtaką rinkai padedama sukurti, išlaikyti arba sustiprinti, arba šalims suteikiama galimybių ja pasinaudoti. Įtaka rinkai yra galimybė gana ilgą laikotarpį išlaikyti didesnes nei konkurentų kainas, didesnę nei konkurentų kiekybinę produktų gamybos apimtį, produktų kokybę ir asortimentą arba žemesnę nei konkurentų naujovių diegimo lygį. Įtakos rinkai lygis, kurio paprastai reikia, kad būtų nustatytas 53 straipsnio 1 dalies nuostatų, yra žemesnis už įtakos rinkai lygį, kuris pagal 54 straipsnį vertinamas kaip dominavimas.
- (98) Vertikalieji apribojimai paprastai mažiau žalingi nei horizontalieji. Pagrindinė priežastis, dėl kurios horizontaliesiems apribojimams skiriama daugiau dėmesio, yra ta, kad tokie apribojimai gali būti susiję su konkurentų, gaminančių vienodas arba pakeičiamas prekes ar teikiančių vienodas ar pakeičiamas 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 produktas 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. Jeigu įmonė neturi rinkos galios, ji gali tik stengtis padidinti savo pelną optimizuodama gamybos ir platinimo procesą pasitelkdama vertikaliuosius apribojimus arba be jų. Kalbant bendriau, dėl to, kad vertikaliojo susitarimo šalys papildo viena kitos veiklą siekdamos, 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 dalijasi papildomu pelnu arba kai viena iš tokių įmonių naudojami vertikaliaisais visos papildomo pelno pasisavinimo apribojimais.

⁽¹⁾ OL L 1, 2003 1 4, p. 1, į EEE susitarimą įtrauktas EEE jungtinio komiteto sprendimu Nr. 130/2004, OL L 64, 2005 3 10, p. 57 ir OL EEE priedas Nr. 12, 2005 3 10, p. 42, išgaliojo 2005 5 19.

⁽²⁾ Žr. II.1 skyrių.

1.1. Neigiamas vertikalųjų apribojimų poveikis

- (100) Neigiamas poveikis rinkai, kurį gali sukelti vertikalieji apribojimai ir kuriam siekiama užkirsti kelią remiantis EEE 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 mažinimą ⁽¹⁾;
 - 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 ES valstybėje narėje arba ELPA valstybėje 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 labiau riboja konkurenciją nei neišskirtiniai. Išskirtiniu sandoriu viena šalis pagal nustatytas sutarties sąlygas arba jos praktinį poveikį gali visas arba beveik visus reikalingus produktus pirkti iš kitos šalies. Pvz., esant išpareigojimui 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.
- (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.

⁽¹⁾ Slaptas susitarimas – tai ir aiškus, ir tylus slaptas susitarimas (sąmoninga paralelinė elgsena).

- (105) Vertikaliųjų apribojimų derinys paprastai sustiprina neigiamą individualių apribojimų poveikį. Tačiau derinant kai kuriuos vertikaliuosius apribojimus konkurencija ribojama mažiau nei taikant juos atskirai. 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 sukeliamas 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. Jeigu 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 kainą 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. Tokia problema dažniausiai pasitaiko didmenininkų ir mažmenininkų lygmeniu. 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 apribojimais⁽¹⁾.

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 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 pateikimas į jas. Jeigu 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 skyriaus 61 dalį). Tai ypatingas aprašytas a punkte apibūdintos pasinaudojimo problemos atvejis.

⁽¹⁾ 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.

- c) Pasinaudojimo pripažinimo klausimas. Kai kuriuose sektoriuose tam tikri mažmenininkai turi tik „kokybiškų“ produktų pardavėjų reputaciją. Tokiu atveju pristatant naują produktą gali būti svarbu pardavimą vykdyti naudojantis tų 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 klientui 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. Jei šios sąlygos tenkinamos, paprastai esama pakankamo pagrindo taikyti vertikalųjį apribojimą tokiu laikotarpiu, kiek trunka investicijų nuvertėjimas. Jeigu 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 susigrąžinta, 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) taikymą ir tokiam apribojimui paprastai nebūtų taikoma 53 straipsnio 1 dalis.
- f) Vertikalųjų 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 apribojimai⁽¹⁾.
- g) Masto ekonomija platinimo srityje. Norėdamas pasinaudoti masto ekonomijos pranašumais ir taip sumažinti savo produkto kainą, gamintojas gali pageidauti, kad jo produkciją perparduotų ribotas platinimų skaičius. Tuo tikslu jis galėtų naudoti išskirtinį platinimą, įsipareigojimą pirkti nustatytą minimalų kiekį, pasirinktinį platinimą, kuriame būtų numatytas minėtasis įsipareigojimas, arba išskirtinį pirkimą.

(1) Tačiau žr. pirmesnę išnašą.

- 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. Jeigu tiekėjas suteikia pirkėjui paskolą, pastarajam dėl to gali būti nustatytas įsipareigojimas nekonkuruoti arba pirkti nustatytą kiekį. Jeigu pirkėjas suteikia tiekėjui paskolą, pastarajam dėl to gali būti nustatytas išskirtinio tiekimo reikalavimas arba įsipareigojimą tiekti nustatytą kiekį.
- i) Vienodumas ir kokybės standartizacija. Taikant vertikalųjų 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. visų pirma 107 dalies a, e, f, g ir i punktuose aprašytas situacijas).
- (109) Daugumą vertikalųjų apribojimų galima vieną kitu pakeisti. Todėl ta pati neveiksmingumo problema gali būti sprendžiama taikant skirtingus vertikaliuosius apribojimus. Pavyzdžiui, masto ekonomiją galima pasiekti taikant išskirtinį platinimą, pasirinktinį platinimą, privalomo kiekio nustatymą arba išskirtinį pirkimą. Tačiau skirtingi vertikalieji apribojimai gali daryti skirtingą neigiamą poveikį konkurencijai, kuris yra svarbus vertinant apribojimo būtinumą pagal 53 straipsnio 3 dalį.

1.3. *Analizės metodas*

(110) Vertikalojo apribojimo vertinimas paprastai apima šiuos keturis etapus ⁽¹⁾:

- a) pirmiausia, dalyvaujančios įmonės turi nustatyti tiekėjui ir pirkėjui tenkančias rinkos dalis rinkose, kuriose jie atitinkamai parduoda ir perka sutarties produktus;
- b) jeigu ir tiekėjo, ir pirkėjo atitinkamos rinkos dalis neviršija 30 % ribos, vertikalūs susitarimas patenka į bendrosios išimties taikymo sritį, atsižvelgiant į pagrindinius apribojimus ir neleistinus apribojimus, išdėstyti tame teisės akte;
- c) jeigu tiekėjo ir (arba) pirkėjo atitinkamos rinkos dalis viršija 30 % ribą, būtina įvertinti, ar vertikalūs susitarimas patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį;
- d) jeigu vertikalūs susitarimas patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, būtina išnagrinėti, ar jis tenkina 53 straipsnio 3 dalyje nustatytas išimties taikymo sąlygas.

⁽¹⁾ Šie etapai nėra teisinis pagrindimas, kuriuo ELPA priežiūros institucija išdėstyta tvarka turėtų vadovautis siekdama priimti sprendimą.

1.3.1. Svarbūs vertinimo pagal 53 straipsnio 1 dalį veiksniai

- (111) Vertindama atvejus, kai rinkos dalis viršija 30 %, ELPA priežiūros institucija atliks išsamią konkurencijos analizę. Svarbiausi vertinimo, ar vertikalusis susitarimas pastebimai riboja konkurenciją, kaip apibūdinta 53 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, jų trukmę ir bendro pardavimo rinkoje, kurią veikia tie apribojimai, procentą. Gali prireikti vertinti ne tik susitarime tiesiogiai nustatytas sąlygas. Tai, kad egzistuoja netiesioginiai apribojimai, galima suprasti iš to, kaip šalis 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, pirmąją pagal prekės ženklus arba turi geresnį produktų portfelį.

- (115) Tokie rodikliai, t. y. rinkos dalis ir galimi konkurenciniai pranašumai, naudojami ir konkurentų padėčiai rinkoje vertinti. Kuo stipresni konkurentai ir kuo jų daugiau, tuo mažesnė rizika, kad šalis sugebės vienos pačios daryti įtaką rinkai ir ją 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 iš tų klientų 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 užimančios klientai turi galimybių ir akstiną siekti, kad, vykstant nedideliame, bet nuolatiniame santykinė kainų didėjimui, į rinką patektų nauji tiekėjai. Jeigu tvirtą padėtį užimančios klientai vien tik reikalauja sau palankių sąlygų arba kainų didėjimo naštą perkelia savo klientams, šie klientai neužima tokios padėties, kad šalis negalėtų 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 apribojimų⁽¹⁾, 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 rinka (potencialiems) konkurentams ribojama. Patekimo į rinką kliūtys gali egzistuoti tik tiekėjo, tik pirkėjo arba abiem lygmenimis. Ar kai kurie iš šių veiksnių turėtų būti apibrėžti kaip patekimo kliūtys visų pirma priklauso nuo to, ar jie susiję su neatsiperkančiomis 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 negrįžtamų sąnaudų rinkos dalyviams tampa brangu palikti rinką. Jeigu, pvz., platintojai yra susieti su gamintoju išpareigojimu nekonkuruoti, rinkos apribojimo poveikis bus didesnis, jeigu savo platinimo punktams steigti potencialiems rinkos dalyviams reikės negrįžtamų sąnaudų. Apskritai patekimui į rinką reikalingos negrįžtamos sąnaudos kartais gali 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 išteklių kitoms prekėms arba paslaugoms gaminti ir paprastai neatpažįstamos galutinėse prekėse arba paslaugose. Tarpinių produktų pirkėjai paprastai yra gerai

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

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 turi atsižvelgti į galutinių vartotojų paklausą, konkurencija gali labiau nukentėti, kai platintojams neleidžiama parduoti vieno ar daugiau prekių 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 vienarūšiai, 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 veikia 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 išpareigojimai priskiriami daugiausia tik vienai šaliai), ar „sutartas“ (su apribojimais arba išpareigojimais 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 praityje buvę slapti susitarimai.

1.3.2. Svarbūs vertinimo pagal 53 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 53 straipsnio 3 dalį, kurioje numatyta 53 straipsnio 1 dalyje nustatytos draudimo taisyklės taikymo išimtis. Tam, kad ši išimtis būtų taikoma, vertikalioju 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 galimybės panaikinti konkurenciją didelės atitinkamų produktų dalies atžvilgiu⁽¹⁾.
- (123) Ribojančių susitarimų vertinimas pagal 53 straipsnio 3 dalį atliekamas atsižvelgiant į faktines šių susitarimų sudarymo aplinkybes⁽²⁾ ir į aplinkybes konkrečiu metu. Atliekant vertinimą, didelę įtaką turi esminis faktų pasikeitimas. 53 straipsnio 3 dalyje numatyta taisyklės išimtis taikoma tol, kol tenkinamos visos keturios sąlygos, ir nustoja būti taikoma, kai šios sąlygos nebetenkinamos⁽³⁾. Taikant 53 straipsnio 3 dalį pagal šiuos principus, būtina atsižvelgti į bet kurios šalies investicijas, reikiamą laikotarpį ir apribojimus, kuriuos reikia įveikti, kad būtų atliktos ir susigrąžintos veiksmingumą skatinančios investicijos.
- (124) Pagal pirmąją 53 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 skyriuje, gerinant būdą, kuriuo šalys vykdo savo papildomą veiklą.

⁽¹⁾ Žr. ELPA priežiūros institucijos pranešimą „EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, priimtą Sprendimu Nr. 123/04/COL (OL C 208, 2007 9 6, p. 1 ir OL EEE priedas Nr. 42, 2007 9 6, p. 1).

⁽²⁾ Žr. 1985 m. rugsėjo 17 d. Teisingumo Teismo sprendimą *Ford*, sujungtos bylos 25/84 ir 26/84, Rink. p. 2725.

⁽³⁾ Žr., pavyzdžiui, Komisijos sprendimą 1999/242/EB (byla Nr. IV/36.237, *TPS*), OL L 90, 1999 4 2, p. 6. Taip pat ir 53 straipsnio 1 dalyje numatytas draudimas taikomas tol, kol susitarimas turi ribojantį tikslą arba poveikį.

- (125) Taikydama būtinumo kriterijų, nustatytą 53 straipsnio 3 dalyje, ELPA priežiūros institucija 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 šalis susiduria. Įmonės, siekiančios pasinaudoti 53 straipsnio 3 dalies taikymu, neprivalo svarstyti hipotetinių ir teorinių alternatyvų. Tačiau jos turi paaiškinti ir įrodyti, 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 poveikis ⁽¹⁾. Kitaip tariant, gaunama nauda turi kompensuoti tikėtiną susitarimo neigiamą poveikį kainoms, produkcijai ir kitiems svarbiems veiksniams.
- (127) Remiantis paskutiniąja 53 straipsnio 3 dalyje nurodyta sąlyga, kad susitarimas neturi suteikti galimybės panaikinti konkurenciją didelei atitinkamų produktų daliai, iš anksto numatoma likusio konkurencinio spaudimo rinkoje ir susitarimo poveikio tokiems konkurencijos šaltiniams analizė. Taikant paskutiniąją 53 straipsnio 3 dalies sąlygą, būtina atsižvelgti į 53 straipsnio 3 dalies ir 54 straipsnio ryšį. Pagal įsigalėjusią teismų praktiką, 53 straipsnio 3 dalies taikymas negali trukdyti taikyti 54 straipsnį ⁽²⁾. Be to, kadangi ir 53, ir 54 straipsnių tikslas – išlaikyti veiksmingą konkurenciją rinkoje, siekiant nuoseklumo reikalaujama, kad 53 straipsnio 3 dalis būtų aiškinama kaip draudžianti taikyti išimtį ribojantiems susitarimams, kurie suteikia galimybę piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi ⁽³⁾. 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. Jeigu 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 toliau analizuojami šiose gairėse pagal 96–127 dalyse pateiktą analizės struktūrą. Yra kitų apribojimų ir jų derinių, apie kuriuos šiose gairėse tiesioginių rekomendacijų nėra. Tačiau jie bus nagrinėjami pagal tuos pačius principus, daugiausia dėmesio taip pat skiriant poveikiui rinkai.

2.1. Įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo

- (129) Į įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo kategoriją patenka tie susitarimai, kurių pagrindinis elementas yra pirkėjo įsipareigojimas arba skatinimas daugiau savo užsakymų tam tikrai produkto rūšiai teikti vienam tiekėjui. Šis elementas, be visa kita, gali būti vertinamas kaip nekonkuravimas arba kiekybinis

⁽¹⁾ Žr. ELPA priežiūros institucijos pranešimo „EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, priimto Sprendimu Nr. 123/04/COL (OL C 208, 2007 9 6, p. 1 ir OL EEE priedas Nr. 42, 2007 9 6, p. 1), 85 punktą.

⁽²⁾ Žr. 2000 m. kovo 16 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Compagnie Maritime Belge*, sujungtos bylos C-395/96 P ir C-396/96 P, Rink. p. I-1365, 130 punktą. Panašiai ir 53 straipsnio 3 dalies taikymas netrukdo taikyti EEE susitarime nustatytą laisvo prekių, paslaugų, asmenų ir kapitalo judėjimo taisyklių. Šios nuostatos tam tikromis aplinkybėmis taikomos susitarimams, sprendimams ir suderintiems veiksams, nurodytiems 53 straipsnio 1 dalyje; žr. 2002 m. vasario 19 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Wouters*, C-309/99, Rink. p. I-1577, 120 punktą.

⁽³⁾ Žr. 1990 m. vasario 21 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimą *Tetra Pak (I)*, T-51/89, Rink. p. II-309. Žr. taip pat ELPA priežiūros institucijos pranešimo „EEE susitarimo 53 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“, priimto Sprendimu Nr. 123/04/COL (OL C 208, 2007 9 6, p. 1 ir OL EEE priedas Nr. 42, 2007 9 6, p. 1), 106 punktą.

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 nelineinis kainų nustatymas taikant sąlyginių nuolaidų schemas arba dviejų dalių tarifus (fiksotas mokestis kartu su vieneto kaina). Tikėtina, kad vadinamoji „angliška sąlyga“, pagal kurią reikalaujama, 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. Tokie ribojantys veiksniai turi tiesioginį poveikį skirtingų prekės ženklų prekių konkurencijai.
- (131) Įsipareigojimui pirkti iš vieno tiekėjo bendroji išimtis taikoma tuo atveju, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, ir jeigu įsipareigojimas nekonkuruoti trunka ne ilgiau kaip penkerius metus. Toliau šiame skyriuje pateikiamos atskirų atvejų, kai rinkos dalis yra didesnė už rinkos dalies ribą arba trukmė ilgesnė nei penkerių metų riba, 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 dalį⁽¹⁾. 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. Jeigu 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 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

⁽¹⁾ 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.

- 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 tiems tiekėjams atskirai yra taikoma bendroji išimtis, 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 lygmeniu.
- (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. Jeigu tarpinio produkto tiekėjas nėra dominuojantis, konkuruojantys tiekėjai vis dar turi nemažą dalį paklausos, kuri yra netenkinama. 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) Jeigu susitarimas susijęs su galutinio produkto tiekimu didmeninės prekybos lygmeniu, 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., šaldytai maisto produktais). Pastaruoju atveju gamintojui, parduodančiam tik vieną produktą, neracionalu steigti savo didmeninės prekybos sistemas. 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 lygmeniu, atsižvelgiant į nemažas patekimo į rinką kliūtis, kuriomis daugumai gamintojų trukdoma steigti mažmeninės prekybos taškus tik jų pačių produktams parduoti. Be to, mažmeninės prekybos lygmeniu 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 lygmeniu, 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 lygmeniu taip pat gali atsirasti bendras rinkos apribojimo poveikis. Jeigu 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. Jeigu ne visų įmonių rinkos dalys yra mažesnės už bendrosios išimties 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) Jeigu 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 ELPA priežiūros institucijos 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) Jeigu nustatomas pastebimas antikonkurencinis poveikis, kyla galimos išimties pagal 53 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) ir 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 53 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) Jeigu 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 (žr. 107 dalies e punktą) 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 %). Tie 10 konkurentų drauge vykdo tiekimus kitiems 10 % rinkos per įsipareigojimu susaistytus prekybos taškus. Rinka pasižymi didele prekės ženklus 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 % ir dar 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 gabenimo išlaidų ir galimos sulaukymo problemos, susijusios su produktų saugojimo įranga, yra ribotas ir nenusveria neigiamo poveikio konkurencijai. Veiksmingumas ribotas, kadangi gabenimo 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 53 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 grąžinimas 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 gabenimo 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 53 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 yra sumažėjusia tam tikro prekės ženklo prekių konkurencija ir rinkos padalijimu, o tai visų pirma gali skatinti diskriminaciją kainomis. Jeigu visi arba dauguma tiekėjų taiko išskirtinį

platinimą, gali susilpnėti konkurencija ir susidaryti palankesnės sąlygos slaptiems susitarimams tiekėjų, tiek platintojų lygmeniu. Galiausiai, dėl išskirtinio platinimo rinka gali būti apribota kitiems platintojams, taigi, ir sumažinta konkurencija tuo lygmeniu.

- (152) Bendroji išimtis išskirtiniam platinimui taikoma tuo atveju, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, net jeigu jis taikomas kartu su kitais nepagrindiniais vertikaliaisiais apribojimais, kaip antai įsipareigojimu nekonkuruoti, kurio trukmė – 5 metai, privalomo kiekio nustatymu arba išskirtiniu pirkimu. Išskirtinio platinimo ir pasirinktinio platinimo deriniui bendroji išimtis taikoma tik tuo atveju, jeigu neapribojami aktyvūs pardavimai kitose teritorijose. Toliau šiame skyriuje pateikiamos išskirtinio platinimo atskirais atvejais, kai rinkos dalis viršija 30 % rinkos dalies ribą, 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 53 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 ženklų 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 ta 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. Jeigu 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 didesnė 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 taikymas gali būti atšauktas, jeigu tiekėjų ir pirkėjų rinkos dalys yra mažesnės už bendrosios išimties ribą.
- (155) Vertinant galimas 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 nebus problema, jeigu tiekėjas, kuris taiko išskirtinio platinimo sistemą, toje pačioje rinkoje paskiria daug išskirtinių platintojų ir tiems 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 lygmuo yra svarbus veiksnys, kadangi didmeniniame ir mažmeniniame lygmenyse galimas neigiamas poveikis gali skirtis. Išskirtinis platinimas daugiausia taikomas galutinėms prekėms ir paslaugoms platinti. Tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimas ypač tikėtinas mažmeniniu lygmeniu, jeigu jis susijęs su didelėmis teritorijomis, kadangi galutiniam vartotojams sudaromos labai ribotos galimybės svarbaus prekės ženklo atveju pasirinkti tarp platintojo, kuri 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 ES valstybei narei arba ELPA valstybei. 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 lygmeniu gali būti lengvai kompensuojamas veiksmingumu, kuris atsiranda logistikos, pardavimo skatinimo ir pan. srityse, ypač jeigu gamintojas yra įsisteigęs kitoje šalyje. Tačiau esant daugiopiams išskirtiniams platinimo santykiams didmeninės prekybos lygmeniu galimas pavojus skirtingų prekės ženklų prekių konkurencijai yra didesnis nei mažmeninės prekybos lygmeniu. Jei vienas didmenininkas tampa išskirtiniu daugelio tiekėjų prekių platintoju, kyla pavojus ne tik sumažinti tų prekės ženklų konkurenciją, bet ir apriboti rinką didmeninės prekybos lygmeniu.
- (161) Kaip nurodyta 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 tekti taikyti 2.1 skyriuje išdėstytus principus, susijusius su įsipareigojimu 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 lygmeniu, gali visiškai atitikti 53 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 visų pirma gali 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. Taigi tiekėjas, taikydamas nevienodas pardavimo sąlygas vartotojų naudai, turi geresnes galimybes riboti tam tikro prekės ženklo prekių konkurenciją, nebent tokiu deriniu būtų galima pasiekti veiksmingumo, dėl kurio sumažėtų kainos visiems galutiniam vartotojams
- (163) Produkto pobūdis nėra labai 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 gabenimo ir platinimo srityje gali būti sutaupyta logistikos lėšų dėl masto ekonomijos.

(165) Išskirtinio platinimo didmeninės prekybos lygmeniu pavyzdys

A yra ilgalaikio naudojimo prekių rinkos lyderis. A parduoda savo produktus per išskirtinius platintojus. Didmenininkams priskirtos teritorijos yra visos ES valstybės narės arba ELPA valstybės teritorija, jei ES valstybė narė arba ELPA valstybė yra maža, ir regionas, jei ES valstybė narė arba ELPA valstybė yra didelė. Šie išskirtiniai platintojai užsiima pardavimais visiems jų teritorijose esantiems mažmenininkams. Galutiniams vartotojams jie neparduoda. Didmenininkai atsakingi ne tik už pardavimo skatinimą savo rinkoje, įskaitant vietos renginių rėmimą, bet ir naujų produktų pristatymą ir jų pardavimo skatinimą 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 gabenimo sąnaudos, palyginti su produkto verte, nėra didelės. Didmenininkams netaikomas įsipareigojimas nekonkuruoti. Mažmenininkai taip pat parduoda daugelio konkuruojančių tiekėjų tiekiamų prekių ženklų prekes, o mažmeninės prekybos lygmeniu 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 20 % ir 5 %. 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.

Šiame 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 tikėtina, kad, net esant antikonkurenciniam poveikiui, 53 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 lygmeniu. 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. Šią riziką padidina daugeriopas platinimas. Tam tikro prekės ženklo prekių konkurenciją riboja išskirtinės teritorijos nustatymas. Keturių pirmaujančių prekės ženklų konkurencija mažmeninės prekybos lygmeniu 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, 53 straipsnio 3 dalies sąlygos gali būti netenkinamos ir gali prirėkti atšaukti bendrąjį išimtį susitarimą, 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 %. ES valstybėse narėse arba ELPA valstybėse, kuriose užimama didelė rinkos dalis, jis turi mažiau konkurentų, kurie užima gerokai mažesnes rinkos dalis. Konkurentai veikia tik vienoje arba dvejose nacionalinėse rinkose. A laikosi ilgalaikės politikos savo produktą per savo nacionalines pavaldžiąsias bendroves parduoti išskirtiniams platintojams mažmeninės prekybos lygmeniu, 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 lygmeniu, bet ir apsunkinama išskirtiniu pirkimo išipareigojimu, kuris tenka mažmenininkams. Esant išskirtinio pirkimo išipareigojimui, 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. Todėl galima 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 gabenimo srityje, nusvertų neigiamą diskriminacijos kainomis ir tam tikro prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimo poveikį. Taigi neatrodo, kad būtų tenkinamos 53 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. Bendrąja išimtimi 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. Jeigu 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 lygmeniu.

(169) Išskirtiniam kliento paskyrimui bendroji išimtis taikoma, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalys neviršija 30 % ribos, net jei toks paskyrimas derinamas su kitais nepagrindiniais vertikalieisiais 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 vertinant išskirtinio kliento paskyrimą, atsižvelgiant į toliau šiame skyriuje išdėstytas 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 lygmeniu, 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 automatinių gėsinimo sistemų rinkoje sudaro 40 %. Kai ji pradėjo prekiauti modernia gėsinimo sistema, su ankstesniu produktu ji užėmė 20 % rinkos. Naujo tipo automatinei gėsinimo sistemos įrengimas priklauso nuo pastato, kuriame ji yra įrengiama, tipo ir paskirties (įstaiga, chemijos gamykla, ligoninė ir pan.). Įmonė paskyrė tam tikrą skaičių platintojų gėsinimo sistemai parduoti ir įrengti. Kiekvienas platintojas privalo supažindinti savo darbuotojus su bendrais ir konkrečiais automatinės gėsinimo 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, nebebus 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 25 % ir 5 %, 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, 53 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 neįgaliojiems platintojams apribojimas, kai galimais pirkėjais lieka tik paskirtieji platintojai ir galutiniai klientai. Pasirinktinis platinimas beveik visada naudojamas prekės ženklą turintiems galutiniams produktams platininti
- (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 53 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 asortimentas⁽¹⁾. Taikant tokius kriterijus prekiautojų skaičius nėra tiesiogiai apribojamas. Vien kiekybinis pasirinktinis platinimas paprastai nepatenka tarp 53 straipsnio 1 dalies draudimų, kadangi nesukelia antikonkurencinio poveikio, jeigu tik yra

⁽¹⁾ Pvz., žr. 1996 m. gruodžio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimą *Groupement d'achat Édouard Leclerc prieš Komisiją*, T-88/92, Rink. p. II-1961.

tenkinamos trys sąlygos. Pirmą, nagrinėjamo produkto pobūdis privalo pateisinti pasirinktinio platinimo sistemą tuo 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 reikalinga ⁽¹⁾. 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, bendroji išimtis taikoma, net jeigu yra derinama su kitais nepagrindiniais vertikalaisiais apribojimais, tokiais kaip įpareigojimas nekonкуруoti arba išskirtinis platinimas, tik tai tuomet, kai aktyvus įgaliotų platintojų vienas kitiems ir galutiniams vartotojams pardavimas nėra ribojamas. Pasirinktiniam platinimui bendroji išimtis taikoma neatsižvelgiant į nagrinėjamo produkto ir atrankos kriterijų pobūdį. Tačiau tais atvejais, kai atsižvelgiant į produkto savybes ⁽²⁾ nereikia taikyti pasirinktinio platinimo arba kriterijų, pavyzdžiui, reikalavimo, kad platintojai turėtų vieną ar daugiau fizinių parduotuvių arba teiktų konkrečias paslaugas, tokia platinimo sistema paprastai neturi pakankamo veiksmingumą didinančio poveikio, kad būtų kompensuojamas to paties prekės ženklo prekių konkurencijos sumažėjimas. Jeigu yra pastebimas antikonkurencinis poveikis, tikėtina, kad bendrosios išimties taikymas gali būti atšauktas. Be to, toliau šiame skyriuje pateikiamos pasirinktinio platinimo atskirais atvejais, kai netaikoma bendroji išimtis arba kai sukeliama bendras poveikis 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. Jeigu 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 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 prekiautojams. Toks ribojimas numatomas tam, kad pasirinktinio platinimo sistemos būtų uždaros, ir iš jų neįgalios prekiautojai negalėtų įsigyti reikiamų prekių. Todėl pasirinktinis platinimas visų pirma taikomas siekiant išvengti kainų nuolaidas taikančių (ne internetu arba tik internetu prekiaujančių platintojų) daromo poveikio gamintojo pelnui, taip pat įgaliotų prekiautojų 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.

⁽¹⁾ Žr. 1980 m. gruodžio 11 d. Teisingumo Teismo sprendimo *L'Oréal prieš PVBA*, 31/80, Rink. p. 3775, 15 ir 16 punktus; 1977 m. spalio 25 d. Sprendimo *Metro I*, 26/76, Rink. p. 1875, 20 ir 21 punktus; 1983 m. spalio 25 d. Sprendimo *AEG*, 107/82, Rink. p. 3151, 35 punktą; ir 1992 m. vasario 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Vichy prieš Komisiją*, T-19/91, Rink. p. II-415, 65 punktą.

⁽²⁾ Pvz., žr. 1996 m. gruodžio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Groupement d'achat Edouard Leclerc prieš Komisiją*, T-19/92, Rink. p. II-1851, 112–123 punktus; 1996 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *Groupement d'achat Edouard Leclerc prieš Komisiją*, T-88/92, Rink. p. II-1961, 106–117 punktus, taip pat pirmesnėje išnašoje nurodytą teismo praktiką.

- (179) Jeigu bendroji išimtis taikoma individualiems pasirinktinio platinimo tinklams, bendrosios išimties atšaukimas arba bendrosios išimties 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 %. Jeigu 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 tikėtinas rinkos apribojimas kitiems platintojams. Jeigu visi penki didžiausi tiekėjai taiko pasirinktinį platinimą, abejonių dėl konkurencijos ypač gali kelti tie susitarimai, kuriais taikomi kiekybiniai 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 ar teikti konkrečias paslaugas. Paprastai nėra tikėtina, kad būtų tenkinamos 53 straipsnio 3 dalies sąlygos, jeigu nagrinėjamos pasirinktinio platinimo sistemos neleidžia įeiti į rinką naujiems platintojams, galintiems pardavinėti nagrinėjamus produktus, ir ypač tiems, kurie taikytų nuolaidas, 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 rinka yra apribojama neįgaliesiems prekyautojams. 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 prekyautojų riziką ir dėl to gerokai pakeisti galimo pasirinktinio platinimo antikonkurencinio poveikio analizę. Rinkos apribojimas veiksmingiau veikiančioms mažmenininkams gali ypač pasireikšti tada, kai stipri prekyautojų organizacija, siekdama apriboti konkurenciją savo narių naudai, tiekėjui taiko pasirinkimo kriterijus.
- (182) Bendrosios išimties 5 straipsnio 1 dalies c punkte numatyta, kad tiekėjas negali taikyti įpareigojimo, verčiančio įgaliotus prekyautojus 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 įgaliotųjų platintojų tinklas yra tankus ir yra bendras poveikis, pasirinktinio platinimo ir įpareigojimo nekonkuruoti derinys gali sudaryti rinkos apribojimo kitiems tiekėjams riziką. Tokiu atveju taikomi 2.1 skyriuje išdėstyti principai, susiję su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo. 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 prekyautojams jie taiko papildomus įpareigojimus, tokius kaip įpareigojimas rezervuoti minimalų plotą lentynose jų produktams arba užtikrinti, kad prekyautojo 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 prekyautojams 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, jei dėl masto ekonomijos transporto sektoriuje sutau-poma gabenimo ir tiekimo technikos lėšų, o taip gali būti nepaisant produkto pobūdžio (107 dalies g punktas). Tačiau toks veiksmingumas pasirinktinio platinimo sistemose 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. Dažniausiai didžiausio veiksmingumo pasiekama esant naujiems produktams, sudėtingiems produk-tams, produktams, kurių kokybę sunku įvertinti prieš juos panaudojant (vadinamieji patirties produk-tai) arba kurių kokybę sunku įvertinti netgi juos panaudojus (vadinamieji pasitikėjimo produktai). Toks pasirinktinio platinimo derinimas su vietovės išlyga, kuria paskirtasis prekyautojas saugomas nuo kitų paskirtųjų prekyautojų, atidarancijų parduotuvę kaimynystėje, gali visų pirma atitikti 53 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 antikonkurencinį poveikį darantis apribojimas, yra svarbu panagrinėti, ar toks pat veiksmingumas gali būti pasiektas tokiomis 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 53 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 kiekybinio pasirinktinio 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, toje 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 tos rūšies prekės turi sudaryti bent 30 % bendros parduotuvės apyvartos. Dažniausiai tas pats prekiautojas yra paskiriamas pasirinktiniu platintoju 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 skatinimą, 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 ženklu 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 mokestį 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 vertikalųjų 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 taikymas intelektinės nuosavybės teisių, kurias apima franšizės susitarimai, licencijų suteikimui yra nagrinėjamas 24–46 dalyse. O produktų ir paslaugų pirkimui, pardavimui ir perpardavimui taikomiems vertikaliesiems apribojimams, numatytiems franšizės susitarime, tokiems kaip pasirinktinis platinimas, įpareigojimas nekonkuruoti arba išskirtinis platinimas, bendroji išimtis taikoma, jeigu rinkos dalis neviršija 30 % ribos⁽¹⁾. Tos rūšies apribojimams skirtos gairės taikomos ir franšizei, atsižvelgiant į šias dvi specialias pastabas:
- a) 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 53 straipsnio 3 dalies sąlygas;

⁽¹⁾ Taip pat žr. 86–95 dalis, ypač 92 dalį.

- b) įsipareigojimas nekonkuruoti, taikomas prekėms ar paslaugoms, kurias perka naudotojas (franšizės gavėjas), nepatenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, jeigu įsipareigojimas yra būtinas palaikyti tinklo, besinaudojančio franšize, vientisumą ir reputaciją. Tokiais atvejais vertinant pagal 53 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 pardavinėti savo saldainius 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 saldainius, skystį ir dažymo 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 galutiniam 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 saldainius mažmeninės prekybos rinkoje arba iš nacionalinių gamintojų, kurie stengiasi įtikti nacionaliniam skoniui, arba iš didmenininkų, kurie, be nacionalinių gamintojų parduodamų produktų, importuoja saldainius 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 53 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 53 straipsnio 3 dalį, jei įsipareigojimai pagal susitarimą patenka į 53 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 atsirasti ne tik nustatant išskirtinio tiekimo įpareigojimą, pagal kurį tiekėjui leidžiama parduoti tik vienam pirkėjui, kuris perka siekdamas perparduoti ar konkrečiai naudoti, bet ir, pavyzdžiui, nustatant kiekį tiekėjui, jeigu 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 bendroji išimtis taikoma, jeigu ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, net jei toks paskyrimas yra derinamas su kitais nepagrindiniais vertikaliaisiais apribojimais, tokiais kaip įpareigojimas nekonkuruoti. Toliau šiame skyriuje pateikiamos išskirtinio tiekimo atskirais atvejais, kai rinkos dalis viršija rinkos dalies ribą, 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 skyrių, visų pirmą 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 veiksnys 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. Jeigu įmonė dominuoja vartotojų rinkoje, bet koks įpareigojimas tiekti produktus tik tai 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 tik dėl antikonkurencinių priežasčių, t. y. padidės jų išlaidos, jeigu 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 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 dažnai yra labai svarbių patekimo į rinką kliūčių.
- (198) Tiekėjų pasipriešinimo galia yra svarbi, kadangi svarbūs tiekėjai lengvai nesileis atskiriami nuo alternatyvių pirkėjų. Todėl rinkos apribojimo pavojus paprastai iškyla 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, gali lanksčiau negu didmenininkas arba mažmenininkas atsiliepti 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. Neatrodo, kad masto ekonomija platinimo srityje (107 dalies g punktas) galėtų pateisinti išskirtinį tiekimą.
- (201) Esant sulaikymo problemai ir ypač 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 įtrauktų 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 kitus komponento variantus kitur. 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 53 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 mokesčiai

- (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 ir sumokėtų už paslaugas, kurias mažmenininkai teikia tiekėjams. Ši kategorija apima įvairią praktiką, kaip antai prekių patekimo į lentynas mokesčiai ⁽¹⁾, vadinamieji mokesčiai „mokėk, kad būtum“ ⁽²⁾, mokesčiai už naudojimąsi platintojo reklaminėmis kampanijomis ir kt. Išankstiniams prieigos mokesčiams bendroji išimtis taikoma, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %. Toliau šiame skyriuje pateikiamos išankstinių prieigos mokesčių atskirais atvejais, kai rinkos dalis viršija rinkos dalies ribą, vertinimo gairės.

⁽¹⁾ Fiksuoti mokesčiai, kuriuos moka gamintojai mažmenininkams, kad gautų vietą jų lentynose tam tikram tolesniam laikotarpiui.

⁽²⁾ Mokesčiai, mokami siekiant užtikrinti nuolatinį esamo produkto buvimą lentynoje tam tikrą ilgesnį laikotarpį.

- (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. Tokiu atveju išankstiniai prieigos mokesčiai gali turėti tokį patį vartotojų rinkos apribojimo poveikį, kaip išpareigojimai dėl išskirtinio tiekimo. Toks galimas neigiamas poveikis vertinamas tokiu pačiu būdu, kaip išpareigojimas 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 ir rinką siekiančių patekti dalyvių atžvilgiu. Toks galimas neigiamas poveikis vertinamas tokiu pačiu būdu, kaip išpareigojimas 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 ir rinką patenkantys produktai gali būti sėkmingai pripažinti, negu tiekėjai, todėl gali būti laikomas neoptimalus produktų kiekis. Išankstiniai prieigos mokesčiai gali būti naudojami tokiai nesimetrinei 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 mokestį, jeigu apskaičiuoja, kad produkto pateikimo nesėkmės galimybė maža.
- (208) Be to, dėl 207 dalyje minėtos nesimetrinės informacijos, tiekėjai gali turėti paskatą pasinaudoti platintojų reklaminėmis 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 valdytojui“) produktų kategorijos rinkodarą, paprastai įtraukiant ne tik tiekėjo, bet ir jo konkurentų produktus. Todėl kategorijos valdytojas gali turėti įtakos, pavyzdžiui, produkto pateikimui ir produkto reklamai parduotuvėje ir produkto atrankai parduotuvei. Kategorijų valdymo susitarimams bendroji išimtis taikoma, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %. Toliau šiame skyriuje pateikiamos kategorijų valdymo susitarimų atskirais atvejais, kai rinkos dalis viršija rinkos dalies ribą, vertinimo gairės.
- (210) Nors daugeliu atvejų dėl kategorijos valdymo susitarimų sunkumų nekils, jais kartais gali būti iškraipoma konkurencija tarp tiekėjų ir galiausiai sukeliamas antikonkurencinis kitų tiekėjų ribojimas, jeigu 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 išipareigojimo 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 keistis slapta rinkos informacija, kaip antai informacija, susijusia su būsima kainodara, skatinimo planais ar reklaminėmis kampanijomis ⁽¹⁾.
- (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 ekonomikos, nes jais užtikrinama, kad laiku ir tiesiai į lentynas būtų pristatytas optimalus prekių kiekis. Kadangi kategorijos valdymas yra pagrįstas klientų išpročiais, kategorijos valdymo susitarimais gali būti padidintas klientų pasitenkinimas, nes jie padeda geriau patenkinti jų paklausos lūkesčiai. 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 54 straipsnį ⁽²⁾. Susiejimas taip pat gali būti laikomas vertikaliuoju apribojimu, patenkančiu į 53 straipsnio taikymo sritį, jeigu jis perauga į išipareigojimą 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, jeigu, 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 produkcija ⁽³⁾. 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 produktų ⁽⁴⁾, 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.

⁽¹⁾ Tiesioginiam konkurentų dalijimuisi informacija bendroji išimtis netaikoma, žr. to teisės akto 2 straipsnio 4 dalį ir šių gairių 27–28 dalis.

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

⁽³⁾ 2007 m. rugsėjo 17 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Microsoft prieš Komisiją*, T-201/04, Rink. p. II-3601, 917, 921 ir 922 punktai.

⁽⁴⁾ 1991 m. gruodžio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Hilti prieš Komisiją*, T-30/89, Rink. p. II-1439, 67 punktą.

- (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 53 straipsnio 1 dalį, galima taikyti įpareigojimui nekonkuruoti prekėmis su kitais prekių ženklais pateiktą analizę. Susiejimas reiškia, kad pirkėjui yra nustatomas susieto produkto atžvilgiu privalomas 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 susiejančią 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) Susiejimu taip pat gali būti tiesiogiai skatinamos didesnės nei konkurencinio lygio kainos, visų pirma trimis atvejais. Pirma, jeigu 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 susiejančią 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 bendroji išimtis taikoma, 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 vertikaliaisiais apribojimais, kurie nėra pagrindiniai apribojimai pagal tą teisės aktą, tokiais kaip įpareigojimu nekonkuruoti, arba privalomo kiekio nustatymu susiejančio produkto atžvilgiu, arba išskirtiniu pirkimu. Toliau šiame skyriuje pateikiamos susiejimo atskirais atvejais, kai rinkos dalis viršija rinkos dalies ribą, 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 rinkos padėtis susiejančio produkto rinkoje yra svarbi vertinant tiekėjo rinkos galią. 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) Jeigu yra nustatomas apčiuopiamas antikonkurencinis poveikis, kyla klausimas, ar tenkinamos 53 straipsnio 3 dalies sąlygos. Susiejimo įpareigojimai gali padėti pasiekti veiksmingumą dėl bendros gamybos arba bendro platinimo. Jeigu tiekėjas negamina susieto produkto, veiksmingumas gali būti pasiektas dėl to, kad tiekėjas perka didelius susieto produkto kiekius. Tačiau kad susiejimas atitiktų 53 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 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Jeigu susiejančio produkto tiekėjas priskiria pirkėjui tiekėjus, iš kurių pirkėjas privalo pirkti susietą produktą, dėl to, kad, pavyzdžiui, yra neįmanoma suformuluoti minimalių kokybės standartų, 53 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 skyriuje, 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, laikoma pagrindiniu apribojimu. Jeigu į susitarimą įtraukta perpardavimo kainų palaikymo sąlyga, daroma prielaida, kad tuo susitarimu ribojama konkurencija ir todėl jis patenka į 53 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Taip pat galima daryti prielaidą, kad susitarimas tikriausiai neatitiks 53 straipsnio 3 dalies sąlygų, todėl bendroji išimtis netaikoma. Tačiau įmonės atskiru atveju gali pasitelkti argumentus dėl veiksmingumo pagal 53 straipsnio 3 dalį. Šalys privalo pagrįsti, kad tikėtino veiksmingumo pasiekta dėl to, kad į jų susitarimą įtraukta PKP sąlyga, ir įrodyti, kad tenkinamos visos 53 straipsnio 3 dalies sąlygos. Tada ELPA priežiūros institucija, prieš priimdama sprendimą, ar tenkinamos 53 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. Toks neigiamas poveikis ypač tikėtinas, jeigu 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. Toks 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 išpareigojimų 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 išpareigoti nemažinti kainų tolesniems platintojams ir kad būtų sumažintas poveikis jo pelnui. Šešta, PKP gali įgyvendinti gamintojas, turintis įtaką rinkoje, kad galėtų riboti mažesnius konkurentus. Dėl PKP sudaromų didesnio pelno galimybių platintojai gali būti suinteresuoti konsultuojant klientus pirmenybę teikti tam tikriems prekių ženkliams, o ne jų konkurentų prekių ženkliams, 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 arba pakankamai išvirtinti 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 53 straipsnio 3 dalį. Jeigu gamintojas pristato naują produktą, PKP labiausiai gali būti naudingas pirminiu didėjančios paklausos laikotarpiu siekiant skatinti platintojus geriau atsižvelgti į gamintojo interesus skatinti produktą.

PKP gali suteikti platintojams priemonių padidinti pardavimo pastangas ir jeigu 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 vartotojams ⁽¹⁾. 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 savaitių), 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. Siekdamos įrodyti, kad tenkinamos visos 53 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 mažmenininkų pasinaudojimas, ir kad paslaugos iki pardavimo apskritai naudingos klientams.

- (226) Praktikai, kai rekomenduojama perpardavėjui perpardavimo kainą arba reikalaujama, kad perpardavėjas laikytųsi maksimalios perpardavimo kainos, taikoma bendroji išimtis, kai kiekvienos susitarimo šalies rinkos dalis neviršija 30 % ribos, jeigu tokia kaina nėra minimali arba fiksuota pardavimo kaina, nustatyta kuriai nors šaliai darant spaudimą ar imantis skatinimo priemonių. Toliau šiame skyriuje pateikiamos didžiausių ar rekomenduojamų kainų, kai rinkos dalis yra didesnė už rinkos dalies ribą, ir bendrosios išimties atšaukimo atvejų vertinimo 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) Jeigu yra nustatomas didžiausių arba rekomenduojamų kainų apčiuopiamas antikonkurencinis poveikis, kyla galimos išimties pagal 53 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.

⁽¹⁾ Tai reiškia, kad tiekėjui nenaudinga sutartimi nustatyti veiksmingų skatinimo reikalavimų visiems pirkėjams (žr. 107 dalies a punktą).

2012 m. prenumeratos kainos (be PVM, įskaitant paprastosios siuntos išlaidas)

<i>ES oficialusis leidinys</i> , L ir C serijos, tik spausdintinė versija	22 oficialiosiomis ES kalbomis	1 200 EUR per metus
<i>ES oficialusis leidinys</i> , L ir C serijos, spausdintinė versija ir metinis skaitmeninis diskas	22 oficialiosiomis ES kalbomis	1 310 EUR per metus
<i>ES oficialusis leidinys</i> , L serija, tik spausdintinė versija	22 oficialiosiomis ES kalbomis	840 EUR per metus
<i>ES oficialusis leidinys</i> , L ir C serijos, mėnesinis kaupiamasis skaitmeninis diskas	22 oficialiosiomis ES kalbomis	100 EUR per metus
Oficialiojo leidinio priedas, S serija (Konkursai ir viešieji pirkimai), skaitmeninis diskas, leidžiamas vieną kartą per savaitę	daugiakalbis: 23 oficialiosiomis ES kalbomis	200 EUR per metus
<i>ES oficialusis leidinys</i> , C serija. Konkursai	konkursų kalbomis	50 EUR per metus

Europos Sąjungos oficialųjį leidinį, leidžiamą oficialiosiomis Europos Sąjungos kalbomis, galima prenumeruoti bet kuria iš 22 kalbų. Jį sudaro L (teisės aktai) ir C (informacija ir pranešimai) serijos.

Kiekviena kalba leidžiamas leidinys prenumeruojamas atskirai.

Oficialieji leidiniai airių kalba parduodami atskirai, remiantis 2005 m. birželio 18 d. Oficialiajame leidinyje L 156 paskelbtu Tarybos reglamentu (EB) Nr. 920/2005, nurodančiu, kad Europos Sąjungos institucijos laikinai neįpareigojamos rengti ir skelbti visų aktų airių kalba.

Oficialiojo leidinio priedas (S serija. Konkursai ir viešieji pirkimai) skelbiamas viename daugiakalbiame skaitmeniniame diske visomis 23 oficialiosiomis kalbomis.

Pateikę paprastą prašymą *Europos Sąjungos oficialiojo leidinio* prenumeratoriai gali gauti įvairius Oficialiojo leidinio priedus. Apie priedų išleidimą prenumeratoriai informuojami pranešime skaitytojui, kuris skelbiamas *Europos Sąjungos oficialiajame leidinyje*.

Pardavimas ir prenumerata

Įvairių mokamų leidinių, tokių kaip *Europos Sąjungos oficialusis leidinys*, galima užsiprenumeruoti mūsų pardavimo biuruose. Pardavimo biurų sąrašą galima rasti internete adresu

http://publications.europa.eu/others/agents/index_lt.htm

EUR-Lex (<http://eur-lex.europa.eu>) – tai tiesioginė ir nemokama prieiga prie Europos Sąjungos teisės aktų. Šiame tinklalapyje galima skaityti *Europos Sąjungos oficialųjį leidinį*, susipažinti su sutartimis, teisės aktais, precedentine teise bei parengiamaisiais teisės aktais.

Išsamesnės informacijos apie Europos Sąjungą rasite <http://europa.eu>



Europos Sąjungos leidinių biuras
2985 Liuksemburgas
LIUKSEMBURGAS

LT