

II

(Informācija)

EIROPAS SAVIENĪBAS IESTĀŽU UN STRUKTŪRU SNIEGTI PAZIŅOJUMI

EIROPAS KOMISIJA

KOMISIJAS PAZIŅOJUMS

Pamatnostādnes par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta piemērojamību horizontālās sadarbības nolīgumiem

(2023/C 259/01)

SATURA RĀDĪTĀJS

Lappuse

1.	Ievads	7
1.1.	Šo pamatnostādņu mērķis un struktūra	7
1.2.	101. panta piemērojamība horizontālās sadarbības nolīgumiem	8
1.2.1.	Ievads	8
1.2.2.	Analītiskais satvars	10
1.2.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	11
1.2.4.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ	11
1.2.5.	Konkurenci ierobežojošā ietekme	12
1.2.6.	Akcesoriskie ierobežojumi	13
1.2.7.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	14
1.2.8.	Horizontālās sadarbības nolīgumi, uz kuriem 101. panta 1. punkts parasti neattiecas	14
1.3.	Attiecības ar citiem norādījumiem, tiesību aktiem un judikatūru	15
2.	Pētniecības un izstrādes nolīgumi	17
2.1.	Ievads	17
2.2.	Pētniecības un izstrādes nolīgumu grupu atbrīvojuma regula ("Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR")	18

2.2.1.	Pētniecības un izstrādes definīcija Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR	18
2.2.2.	Pētniecības un izstrādes nolīgumu definīcija Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR	18
2.2.3.	Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētie atbrīvojuma nosacījumi	20
2.2.4.	Stingrie un izslēgtie ierobežojumi	25
2.2.5.	Attiecīgais brīdis, lai novērtētu atbilstību Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumiem	27
2.2.6.	Grupu atbrīvojuma atsaukšana	27
2.2.7.	Pārejas periods	28
2.3.	Pētniecības un izstrādes nolīgumu individuāls novērtējums atbilstoši 101. panta 1. punktam	28
2.3.1.	Konkrētie tirgi	29
2.3.2.	Galvenās konkurences problēmas	29
2.3.3.	Pētniecības un izstrādes nolīgumi, kas parasti neierobežo konkurenci	30
2.3.4.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ	30
2.3.5.	Konkurenci ierobežojošā ietekme	30
2.4.	Pētniecības un izstrādes nolīgumu individuāls novērtējums atbilstoši 101. panta 3. punktam	32
2.4.1.	Efektivitātes pieaugums	32
2.4.2.	Obligāta vajadzība	32
2.4.3.	Nodošana patērētājiem	32
2.4.4.	Konkurences nelikvidēšana	32
2.5.	Piemērotais brīdis novērtējuma veikšanai	33
2.6.	Piemēri	33
3.	Ražošanas nolīgumi	36
3.1.	Ievads	36
3.2.	Konkrētie tirgi	38
3.3.	Specializācijas nolīgumu GAR	39
3.3.1.	Ražošanas nolīgumi, uz kuriem attiecas Specializācijas nolīgumu GAR	39

3.3.2.	Citi noteikumi, uz kuriem attiecas Specializācijas nolīgumu GAR	40
3.3.3.	Izplatīšana saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR	40
3.3.4.	Pakalpojumi saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR	41
3.3.5.	Tirgus daļas robežlielums un atbrīvojuma ilgums	41
3.3.6.	Stingrie ierobežojumi Specializācijas nolīgumu GAR	42
3.3.7.	Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanas atsaukšana	42
3.3.8.	Pārejas periods	43
3.4.	Ražošanas nolīgumu individuāls novērtējums atbilstoši 101. panta 1. punktam	43
3.4.1.	Galvenās konkurences problēmas	43
3.4.2.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ	44
3.4.3.	Konkurenci ierobežojošā ietekme	44
3.5.	Ražošanas nolīgumu individuāls novērtējums atbilstoši 101. panta 3. punktam	47
3.5.1.	Efektivitātes pieaugums	47
3.5.2.	Obligāta vajadzība	48
3.5.3.	Nodošana patērētājiem	48
3.5.4.	Konkurences nelikvidēšana	48
3.6.	Mobilās telesakaru infrastruktūras koplietošanas nolīgumi	48
3.7.	Piemēri	51
4.	Pirkšanas nolīgumi	55
4.1.	Ievads	55
4.2.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	56
4.2.1.	Galvenās konkurences problēmas	56
4.2.2.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ	56
4.2.3.	Konkurenci ierobežojošā ietekme	58
4.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	61

4.3.1.	Efektivitātes pieaugums	61
4.3.2.	Obligāta vajadzība	61
4.3.3.	Nodošana patērētājiem	61
4.3.4.	Konkurences nelikvidēšana	62
4.4.	Piemēri	62
5.	Komercializācijas nolīgumi	66
5.1.	Ievads	66
5.2.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	67
5.2.1.	Galvenās konkurences problēmas	67
5.2.2.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ	67
5.2.3.	Konkurenci ierobežojošā ietekme	68
5.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	69
5.3.1.	Efektivitātes pieaugums	69
5.3.2.	Obligāta vajadzība	70
5.3.3.	Nodošana patērētājiem	70
5.3.4.	Konkurences nelikvidēšana	70
5.4.	Piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs	70
5.5.	Piemēri	73
6.	Informācijas apmaiņa	76
6.1.	Ievads	76
6.2.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	77
6.2.1.	Ievads	77
6.2.2.	Galvenās konkurences problēmas, kas izriet no komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņas	78
6.2.3.	Informācijas, ar kuru apmainās, raksturs	80
6.2.4.	Komerčiāli sensitīvas informācijas apmaiņas iezīmes	83

6.2.5.	Tirgus iezīmes	87
6.2.6.	Konkurences ierobežojums mērķa dēļ	88
6.2.7.	Konkurences ierobežojums ietekmes dēļ	90
6.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	91
6.3.1.	Efektivitātes pieaugums	91
6.3.2.	Obligāta vajadzība	92
6.3.3.	Nodošana patērētājiem	92
6.3.4.	Konkurences nelikvidēšana	92
6.4.	Piemēri, pašnovērtējuma posmi un tabula, kurā sniegti norādījumi par atbildību dažādās vidēs	92
7.	Standartizācijas noligumi	96
7.1.	Ievads	96
7.2.	Konkrētie tirgi	97
7.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	97
7.3.1.	Galvenās konkurences problēmas	97
7.3.2.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ	99
7.3.3.	Konkurenci ierobežojošā ietekme	99
7.4.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	104
7.4.1.	Efektivitātes pieaugums	104
7.4.2.	Obligāta vajadzība	104
7.4.3.	Nodošana patērētājiem	105
7.4.4.	Konkurences nelikvidēšana	105
7.5.	Piemēri	105
8.	Tipveida noteikumi	107
8.1.	Definīcijas	107
8.2.	Konkrētie tirgi	107

8.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	107
8.3.1.	Galvenās konkurences problēmas	107
8.3.2.	Konkurences ierobežojums mērķa dēļ	107
8.3.3.	Konkurenci ierobežojošā ietekme	107
8.4.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	109
8.4.1.	Efektivitātes pieaugums	109
8.4.2.	Obligāta vajadzība	109
8.4.3.	Nodošana patērētājiem	109
8.4.4.	Konkurences nelikvidēšana	109
8.5.	Piemēri	109
9.	Ilgspējas nolīgumi	110
9.1.	Ievads	110
9.2.	Ilgspējas nolīgumi, kas, visticamāk, neradīs konkurences problēmas	112
9.3.	Ilgspējas nolīgumu novērtējums saskaņā ar 101. panta 1. punktu	113
9.3.1.	Vispārīgie principi	113
9.3.2.	Ilgspējas standartizācijas nolīgumi	114
9.4.	Ilgspējas nolīgumu novērtējums saskaņā ar 101. panta 3. punktu	117
9.4.1.	Efektivitātes pieaugums	117
9.4.2.	Obligāta vajadzība	117
9.4.3.	Nodošana patērētājiem	119
9.4.4.	Konkurences nelikvidēšana	122
9.5.	Publisko iestāžu iesaiste	122
9.6.	Piemēri	122

1. IEVADS

1.1. Šo pamatnostādņu mērķis un struktūra

1. Šīs pamatnostādnes aizstāj 2011. gada Pamatnostādnes par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta piemērojamību horizontālās sadarbības nolīgumiem ⁽¹⁾. To mērķis ir sniegt juridisko noteiktību, palīdzot uzņēmumiem novērtēt to horizontālās sadarbības nolīgumu atbilstību Savienības konkurences noteikumiem, un vienlaikus nodrošināt efektīvu konkurences aizsardzību. To mērķis ir arī atvieglot uzņēmumiem sadarbību tādos veidos, kas ir ekonomiski vēlama, un tādējādi sniedzot ieguldījumu, piemēram, zaļās un digitālās pārkārtošanās procesā un iekšējā tirgus noturības stiprināšanā ⁽²⁾.
2. Šajās pamatnostādnēs ir noteikti principi horizontālās sadarbības nolīgumu un saskaņotu darbību novērtēšanai saskaņā ar Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. pantu (turpmāk "101. pants"), un tās nodrošina analītisku satvaru izplatītāko horizontālās sadarbības nolīgumu veidu pašnovērtējuma atvieglošanai:
 - 1. nodaļā ir ievads, kurā sniegts konteksts, kādā 101. pants ir piemērojams horizontālās sadarbības nolīgumiem. Minētajā nodaļā ir arī izskaidrotas attiecības starp šīm pamatnostādnēm un citiem norādījumiem, tiesību aktiem un judikatūru, kas skar horizontālās sadarbības nolīgumus. Norādījumi 2.–9. nodaļā, kas attiecas uz konkrētu veidu horizontālajiem nolīgumiem, papildina vispārīgākos norādījumus, kas sniegti šajā ievada nodaļā. Tāpēc ir ieteicams vienmēr vispirms izlasīt šo nodaļu, un tad – minētās citas nodaļas,
 - 2. nodaļa attiecas uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kā arī norādījumiem par to, kā piemērot Komisijas Regulu (ES) 2023/1066 (turpmāk "Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR") ⁽³⁾,
 - 3. nodaļa attiecas uz ražošanas nolīgumiem, kā arī norādījumiem par to, kā piemērot Komisijas Regulu (ES) 2023/1067 (turpmāk "Specializācijas nolīgumu GAR") ⁽⁴⁾,
 - 4. nodaļa attiecas uz pirkšanas nolīgumiem,
 - 5. nodaļa attiecas uz komercializācijas nolīgumiem,
 - 6. nodaļa attiecas uz informācijas apmaiņu,
 - 7. nodaļa attiecas uz standartizācijas nolīgumiem,
 - 8. nodaļa attiecas uz tipveida noteikumiem.
3. Turklāt, tā kā Komisija ir apņēmusies sasniegt Eiropas Savienības zaļā kursa ⁽⁵⁾ mērķus, 9. nodaļā ir sniegti norādījumi par to, kā saskaņā ar 101. pantu tiks novērtēti izplatītākie horizontālās sadarbības nolīgumi, ja tajos ir izvirzīti ilgtspējas mērķi.
4. Ņemot vērā, ka ir iespējami daudzi potenciālie horizontālās sadarbības veidi un to kombinācijas, un to, cik dažādi ir tirgus konteksti, kuros var notikt šāda sadarbība, ir sarežģīti sniegt konkrētus norādījumus par ikvienu iespējamo scenāriju. Tāpēc šīs pamatnostādnes nav "kontROLSaraksts", ko var piemērot automātiski. Katrs gadījums ir jānovērtē, pamatojoties uz tā faktiem.
5. Šajās pamatnostādnēs ietvertie norādījumi ir piemērojami horizontālās sadarbības nolīgumiem, kas attiecas uz precēm, pakalpojumiem un tehnoloģijām.

⁽¹⁾ OV C 11, 14.1.2011., 1. lpp.

⁽²⁾ Sk. arī Komisijas paziņojumu Eiropas Parlamentam, Eiropadomei, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai "2020. gada Jaunās industriālās stratēģijas atjaunināšana: veidojot spēcīgāku vienoto tirgu Eiropas atveseļošanai" (COM(2021) 350 final).

⁽³⁾ Komisijas Regula (ES) 2023/1066 (2023. gada 1. jūnijs) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu dažām pētniecības un izstrādes nolīgumu kategorijām (OV L 143, 2.6.2023., 9. lpp.).

⁽⁴⁾ Komisijas Regula (ES) 2023/1067 (2023. gada 1. jūnijs) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu dažām specializācijas nolīgumu kategorijām (OV L 143, 2.6.2023., 20. lpp.).

⁽⁵⁾ Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Eiropadomei, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai "Eiropas zaļais kurss" (COM(2019) 640 final).

6. Horizontālās sadarbības nolīgumi var attiekties uz dažādiem sadarbības posmiem, piemēram, PI un tās rezultātu izmantošanu ražošanā vai komercializāciju. Šīs pamatnostādnes attiecas arī uz šādiem kombinētās sadarbības nolīgumiem. Izmantojot šīs pamatnostādnes šādu kombinētu nolīgumu novērtēšanai, parasti svarīgas būs visas nodaļas, kas attiecas uz dažādajiem sadarbības posmiem. Tomēr, lai novērtētu, vai konkrēta rīcība ir uzskatāma par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ vai ietekmes dēļ, uz visu sadarbību pirmām kārtām attieksies norādījumi, kuri sniegti nodaļā, kas attiecas uz to kombinētās sadarbības daļu, kuru var uzskatīt par tās “smaguma centru”.
7. Šādu kombinētās sadarbības nolīgumu smaguma centra noteikšanā īpaši svarīgi ir divi faktori: pirmkārt, sadarbības sākuma punkts un, otrkārt, dažādo kombinēto funkciju integrācijas pakāpe. Lai gan nav iespējams sniegt precīzu un skaidru noteikumu, kas būtu derīgs visiem gadījumiem un visām iespējamajām kombinācijām, principā piemēro šādu pieeju:
- a) smaguma centrs horizontālās sadarbības nolīgumam, kas aptver gan kopīgu pētniecību un izstrādi, gan tās rezultātu kopīgu izmantošanu ražošanā (vai kopīgu izplatīšanu), parasti ir kopīgā pētniecība un izstrāde ar nosacījumu, ka kopīga ražošana (vai kopīga izplatīšana) notiek tikai tad, ja kopīgā pētniecība un izstrāde ir sekmīga. Ja kopīgās pētniecības un izstrādes rezultātiem ir izšķiroša nozīme turpmākajā kopīgajā ražošanā (vai kopīgajā izplatīšanā), noteicošie ir norādījumi nodaļā par pētniecības un izstrādes nolīgumiem. Sadarbības smaguma centrs būtu atšķirīgs, ja puses būtu iesaistījušās kopīgā ražošanā (vai kopīgā izplatīšanā) jebkurā gadījumā, tas ir, neatkarīgi no kopīgās pētniecības un izstrādes. Šādā gadījumā sadarbība būtu jānovērtē kā kopīgas ražošanas (vai kopīgas komercializācijas) nolīgums, un noteicošie ir norādījumi nodaļā par ražošanas (vai kopīgas komercializācijas) nolīgumiem. Ja nolīgums paredz pušu ražošanas darbību pilnīgu integrāciju un tikai daļēju dažu pētniecības un izstrādes darbību integrāciju, arī tad sadarbības smaguma centrs būtu kopīgā ražošana;
 - b) smaguma centrs horizontālās sadarbības nolīgumam, kas attiecas gan uz specializāciju ražošanā, gan uz rezultātā saražoto produktu kopīgu komercializāciju, parasti ir specializācija, jo kopīga komercializācija parasti notiek tikai kā specializācijas sekas;
 - c) smaguma centrs horizontālās sadarbības nolīgumam, kas attiecas uz kopīgu ražošanu un rezultātā saražoto produktu kopīgu komercializāciju, parasti ir kopīga ražošana, jo kopīga komercializācija parasti notiek tikai kā kopīgas ražošanas sekas.
8. Smaguma centra kritērijs attiecas tikai uz attiecībām starp šo pamatnostādņu nodaļām, bet ne attiecībām starp grupu atbrīvojuma regulām. Grupu atbrīvojuma regulas darbības joma ir definēta tās noteikumos (sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 2. nodaļu un Specializācijas nolīgumu GAR 3. nodaļu). Lai gan piemēri 7. punktā sniedz vispārīgu norādi par to, kas var būt kombinētās horizontālās sadarbības nolīguma smaguma centrs, praksē ir vajadzīga individuāla analīze katrā atsevišķā gadījumā, ko veic, pamatojoties uz katra nolīguma konkrēto juridisko un ekonomisko kontekstu.

1.2. 101. panta piemērojamība horizontālās sadarbības nolīgumiem

1.2.1. Ievads

9. Līguma 101. panta mērķis ir nodrošināt, ka uzņēmumi neizmanto horizontālās sadarbības nolīgumus, lai nepieļautu, ierobežotu vai izkropļotu konkurenci tirgū, galu galā kaitējot patērētājiem.
10. Līguma 101. pants ir piemērojams uzņēmumiem un uzņēmumu apvienībām. Uzņēmums ir jebkurš subjekts, ko veido personīgie, materiālie un nemateriālie elementi un kas veic saimniecisko darbību, neatkarīgi no juridiskā statusa un finansēšanas veida⁽⁶⁾. Uzņēmumu apvienība ir struktūra, ar kuras starpniecību viena un tā paša vispārīgā veida uzņēmumi koordinē savu rīcību tirgū⁽⁷⁾. Šīs pamatnostādnes ir piemērojamas horizontālās sadarbības nolīgumiem starp uzņēmumiem un uzņēmumu apvienību lēmumiem.

⁽⁶⁾ Sk., piemēram, 2021. gada 25. marta spriedumu *Deutsche Telekom/Komisija*, C-152/19 P, EU:C:2021:238, 72. punktu un tajā minēto judikatūru.

⁽⁷⁾ Kā tas skaidrots 2014. gada 11. septembra spriedumā *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 76. punktā, un ģenerālvadladvokāta F. Ležē [F. Léger] 2001. gada 10. jūlija secinājumos lietā *Wouters*, C-309/99, EU:C:2001:390, 61. punktā.

11. Ja viena sabiedrība īsteno izšķirošu ietekmi pār citu sabiedrību, tās kopā veido vienu saimniecisko subjektu un tādējādi pieder pie viena un tā paša uzņēmuma ⁽⁸⁾. Sabiedrības, kas pieder pie viena un tā paša uzņēmuma, šajās pamatnostādņēs neuzskata par konkurentēm, pat ja tās abas darbojas vienā un tajā pašā konkrētajā produktu un ģeogrāfiskajā tirgū vai tirgos.
12. Lai noteiktu atbildību par 101. panta pārkāpumiem, Tiesa ir spriedusi, ka mātessabiedrības un to kopuzņēmums veido vienu saimniecisko subjektu un tādējādi – vienu uzņēmumu no konkurences tiesību un konkrētā(-o) tirgus(-u) viedokļa, ja vien tiek pierādīts, ka mātessabiedrības īsteno izšķirošu ietekmi pār šo kopuzņēmumu ⁽⁹⁾. Nemot vērā šo judikatūru, Komisija 101. pantu parasti nepiemēros nolīgumiem vai saskaņotām darbībām starp mātessabiedrībām un to kopuzņēmumu, ciktāl tie attiecas uz rīcību konkrētajā(-os) tirgū(-os), kur kopuzņēmums darbojas, un laika periodos, kad mātessabiedrība īsteno izšķirošu ietekmi pār kopuzņēmumu. Tomēr Komisija 101. pantu parasti piemēros šādām nolīgumu kategorijām:
- a) nolīgumi starp mātessabiedrībām ar mērķi izveidot kopuzņēmumu;
 - b) nolīgumi starp mātessabiedrībām ar mērķi mainīt to kopuzņēmuma darbības jomu;
 - c) nolīgumi starp mātessabiedrībām un to kopuzņēmumu par produktiem vai ģeogrāfiskajām teritorijām, kur kopuzņēmums nedarbojas, un
 - d) nolīgumi starp mātessabiedrībām, kuri neattiecas uz to kopuzņēmumu, pat ja nolīgums attiecas uz produktiem vai ģeogrāfiskajām teritorijām, kur kopuzņēmums darbojas.
13. Fakts, ka kopuzņēmums un tā mātessabiedrības tiek uzskatīti par vienu un to pašu uzņēmumu konkrētā tirgū, neliedz uzskatīt mātessabiedrības par neatkarīgām citos tirgos ⁽¹⁰⁾.
14. Lai 101. pantu piemērotu horizontālajai sadarbībai, jāpastāv noteiktai koordinācijai starp konkurentiem, proti, nolīgumam starp uzņēmumiem, uzņēmumu apvienības lēmumam vai saskaņotai darbībai.

Nolīgums Līguma 101. panta un šo pamatnostādņu nozīmē ir akts, ar kuru divi vai vairāki uzņēmumi pauž saskaņīgu gribu sadarboties ⁽¹¹⁾. Saskaņota darbība ir tāda veida koordinācija, kurā uzņēmumi nav noslēguši nolīgumu, bet apzināti aizstāj konkurences riskus ar savstarpēju praktisko sadarbību ⁽¹²⁾. Saskaņotas darbības jēdziens līdzās saskaņošanai uzņēmumu starpā nozīmē šai saskaņošanai atbilstošu rīcību tirgū un cēloņsakarību starp šiem abiem elementiem ⁽¹³⁾.

15. Nolīguma, saskaņotas darbības vai uzņēmumu apvienības lēmuma pastāvēšana vēl nenozīmē, ka pastāv konkurences ierobežojums 101. panta 1. punkta nozīmē. Pārskatāmības labad šajās pamatnostādņēs termins “nolīgums” ietver arī saskaņotās darbības un uzņēmumu apvienību lēmumus, ja vien nav noteikts citādi.
16. Horizontālās sadarbības nolīgumus var noslēgt starp faktiskiem vai potenciāliem konkurentiem. Divus uzņēmumus uzskata par faktiskiem konkurentiem, ja tie darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū un ģeogrāfiskajā tirgū. Uzņēmumu uzskata par potenciālu cita uzņēmuma konkurentu, ja gadījumā, ja nolīguma nebūtu, pirmais

⁽⁸⁾ Sk., piemēram, 1996. gada 24. oktobra spriedumu *Viho*, C-73/95 P, EU:C:1996:405, 51. punktu. To, ka mātessabiedrība īsteno izšķirošu ietekmi pār mātessabiedrības rīcību, var pieņemt pilnībā piederošu mātessabiedrību gadījumā vai ja mātessabiedrībai ir visas balsstiesības, kas saistītas ar tās mātessabiedrību kapitāldaļām; sk., piemēram, 2009. gada 10. septembra spriedumu *Akzo*, C-97/08 P, EU:C:2009:536, 60. un nākamās punktus, un 2021. gada 27. janvāra spriedumu *The Goldman Sachs Group Inc/Komisija*, C-595/18 P, EU:C:2021:73, 36. punktu.

⁽⁹⁾ 2013. gada 26. septembra spriedums *El du Pont de Nemours and Company*, C-172/12 P, EU:C:2013:601, 47. punkts, un 2017. gada 14. septembra spriedums *LG Electronics Inc. un Koninklijke Philips Electronics NV*, C-588/15 P un C-622/15 P, EU:C:2017:679, 71. un 76. punkts.

⁽¹⁰⁾ 2017. gada 14. septembra spriedums *LG Electronics Inc. un Koninklijke Philips Electronics NV*, C-588/15 P un C-622/15 P, EU:C:2017:679, 79. punkts.

⁽¹¹⁾ Sk., piemēram, 2006. gada 13. jūlija spriedumu *Komisija/Volkswagen*, C-74/04 P, EU:C:2006:460, 37. punkts.

⁽¹²⁾ Sk., piemēram, 2009. gada 4. jūnija spriedumu *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 26. punktu; 1993. gada 31. marta spriedumu *Wood Pulp*, C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-116/85, C-117/85 un no C-125/85 līdz C-129/85, EU:C:1993:120, 63. punktu.

⁽¹³⁾ 2015. gada 19. marta spriedums *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 126. punktu un tajā minēto judikatūru.

uzņēmums šajā laikā⁽¹⁴⁾, visticamāk, veiktu vajadzīgās papildu investīcijas vai segtu vajadzīgās pārorientēšanās izmaksas, lai ieietu konkrētajā tirgū, kurā darbojas otrs uzņēmums. Šim novērtējumam jābūt reālistiskam: nepietiek ar tīri teorētisku iespēju, ka uzņēmums varētu ieiet attiecīgajā tirgū⁽¹⁵⁾. Šajās pamatnostādņēs jēdziens “konkurenti” attiecas gan uz faktiskajiem, gan potenciālajiem konkurentiem, ja vien nav norādīts citādi.

Lai novērtētu, vai uzņēmumu var uzskatīt par potenciālu cita uzņēmuma konkurentu, būtiski var būt šādi apsvērumi:

- a) vai uzņēmumam ir stingrs nodoms un piemīt spēja ienākt tirgū šajā laikā, un tas nesaskaras ar nepārvaramiem šķēršļiem ienākšanai⁽¹⁶⁾;
- b) vai uzņēmums ir veicis pietiekamus sagatavošanās darbus, lai tas varētu ienākt attiecīgajā tirgū;
- c) uzņēmuma, kas vēl nedarbojas attiecīgajā tirgū, reālās un konkrētās iespējas ienākt tajā un konkurēt ar vienu vai vairākiem citiem uzņēmumiem – ar tīri hipotētisku iespēju vai vienkāršu vēlmi ienākt tirgū vien nepietiek;
- d) tirgus struktūra un ekonomiskais un juridiskais konteksts, kurā uzņēmums darbojas⁽¹⁷⁾;
- e) tas, kā tiek uztverts uzņēmums, kas jau ir tirgū, ir faktors, pēc kura var novērtēt, vai starp šo pusi un uzņēmumu, kas ir ārpus tirgus, pastāv konkurences attiecības, jo, ja pēdējais minētais tiek uzskatīts par potenciālu jaunpienācēju šajā tirgū, tas ar to vien, ka pastāv, var radīt konkurences spiedienu uz uzņēmumu, kas jau ir tirgū.

1.2.2. Analītiskais satvars

- 17. Novērtējumu saskaņā ar 101.pantu veic divos posmos. Pirmajā posmā saskaņā ar 101.panta 1.punktu novērtē, vai starp uzņēmumiem noslēgtam nolīgumam, kas var ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm, nav konkurenci ierobežojošs mērķis vai faktiskā vai potenciālā⁽¹⁸⁾ konkurenci ierobežojoša ietekme.
- 18. Otrajā posmā, ko veic saskaņā ar 101.panta 3.punktu un kas kļūst piemērojams tikai tad, ja tiek konstatēts, ka nolīgums ierobežo konkurenci 101.panta 1.punkta nozīmē, nosaka attiecīgā nolīguma radītās priekšrocības un novērtē, vai šīs priekšrocības atsver neizdevīgu stāvokli attiecībā uz konkurenci⁽¹⁹⁾. Šīs konkurenci ierobežojošās un konkurenci veicinošās ietekmes samēru izvērtē vienīgi saskaņā ar 101.panta 3.punktu⁽²⁰⁾. Ja priekšrocības patērētājiem konkrētajā tirgū neatsver konkurences ierobežojumus, 101.panta 2.punkts paredz, ka nolīgums automātiski zaudē spēku.
- 19. Līguma 101.pants nav piemērojams, ja uzņēmumu konkurenci ierobežojošo rīcību pieprasa vai nu valsts tiesību akti, vai valsts tiesiskais regulējums, kas padara neiespējamu iesaistītajiem uzņēmumiem visu veidu

⁽¹⁴⁾ Tas, cik ilgs laiks uzskatāms par “īsu laiku”, ir atkarīgs no juridiskā un ekonomiskā konteksta un konkrētā gadījuma faktiem, un jo īpaši no tā, vai attiecīgais uzņēmums ir horizontālās sadarbības nolīguma puse vai trešā persona. Piemērojot jēdzienu “īss laiks”, lai novērtētu, vai nolīguma puse būtu jāuzskata par citas puses potenciālo konkurentu, Komisija parasti ņem vērā ilgāku laikposmu nekā gadījumā, kad tā šo jēdzienu piemēro, lai novērtētu trešās personas spēju radīt konkurences spiedienu uz nolīguma pusēm. Lai trešo personu varētu uzskatīt par potenciālu konkurentu, tai būtu jāienāk tirgū pietiekami strauji, potenciālās ienākšanas draudu radītajam konkurences spiedienam ietekmējot nolīguma pušu un citu tirgus dalībnieku rīcību. Tāpēc Pētniecības un izstrādes nolīgumu grupu atbrīvojuma regulā un Specializācijas nolīgumu grupu atbrīvojuma regulā par “īsu laiku” uzskata ne vairāk kā trīs gadu periodu.

⁽¹⁵⁾ 2020.gada 30.janvāra spriedums *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 37. un 38.punkts.

⁽¹⁶⁾ To, ka pastāv patents, pašu par sevi nevar uzskatīt par nepārvaramu šķēršli. Sk. 2021.gada 25.marta spriedumu *Lundbeck*, C-591/16 P, EU:C:2021:243, 38., 58. un 59.punktu.

⁽¹⁷⁾ Sk., piemēram, 2020.gada 30.janvāra spriedumu *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 36.–58.punktu.

⁽¹⁸⁾ Līguma 101.panta 1.punkts aizliedz gan faktisku, gan potenciālu konkurenci ierobežojošu ietekmi; sk., piemēram, 1998.gada 28.maija spriedumu *John Deere*, C-7/95 P, EU:C:1998:256, 77.punktu; 2006.gada 23.novembra spriedumu *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 50.punktu.

⁽¹⁹⁾ Sk. 2009.gada 6.oktobra spriedumu *GlaxoSmithKline*, C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P un C-519/06 P, EU:C:2009:610, 95.punktu.

⁽²⁰⁾ Sk. 2003.gada 23.oktobra spriedumu *Van den Bergh Foods*/Komisija, T-65/98, EU:T:2003:281, 107.punktu; 2001.gada 18.septembra spriedumu *Métropole télévision (M6)* un citi/Komisija, T-112/99, EU:T:2001:215, 74.punktu; 2006.gada 2.maija spriedumu *O2/Komisija*, T-328/03, EU:T:2006:116, 69.un nākamās punktus. Ja ņem vērā konkurenci veicinošo ietekmi, tas ļauj novērtēt prakses objektīvo nopietnību. Tas nav paredzēts kā “saprātīgas piemērojamības noteikums”, saskaņā ar kuru būtu jāizsver nolīguma konkurenci veicinošā un ierobežojošā ietekme, ja tas ir raksturojams kā “konkurences ierobežojums” saskaņā ar 101.panta 1.punktu; sk. 2020.gada 30.janvāra spriedumu *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 104.punktu.

konkurējošo darbību⁽²¹⁾. Šādās situācijās uzņēmumiem nav iespējams veikt neatkarīgu rīcībā, kas varētu nepieļaut, ierobežot vai izkropļot konkurenci⁽²²⁾. Fakts, ka publiskās iestādes rosina slēgt horizontālās sadarbības nolīgumu, nenozīmē, ka tas ir atļauts saskaņā ar 101. pantu⁽²³⁾. Uz uzņēmumiem turpina attiekties 101. pants, ja valsts tiesību normas tikai veicina vai atvieglo uzņēmumiem veikt neatkarīgu, konkurenci ierobežojošu darbību, piemēram, ja publiskās iestādes rosina uzņēmumus slēgt horizontālās sadarbības nolīgumus, lai pašregulējuma ceļā sasniegtu kādu sabiedriskās politikas mērķi.

1.2.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

1.2.3.1. Horizontālās sadarbības priekšrocības

20. Horizontālās sadarbības nolīgumi var radīt ievērojamu saimniecisku labumu, tostarp labumu ilgtspējas ziņā, jo īpaši, ja tie attiecas uz savstarpēji papildinošām darbībām, prasmēm vai aktīviem. Horizontālā sadarbība var būt līdzeklis, kā sadalīt risku, ietaupīt izmaksas, palielināt investīcijas, apvienot zinātību, uzlabot produktu kvalitāti un daudzveidību un paātrināt inovāciju. Tāpat horizontālā sadarbība var būt līdzeklis, ar kuru novērst deficītu un traucējumus piegādes ķēdēs vai mazināt atkarību no konkrētiem produktiem, pakalpojumiem un tehnoloģijām.

1.2.3.2. Bažas saistībā ar horizontālo sadarbību

21. Tomēr horizontālās sadarbības nolīgumi var ierobežot konkurenci konkrētajā tirgū vairākos veidos. Šādi nolīgumi var, piemēram, novest pie aizliegtas vienošanās starp pusēm vai ar konkurenci nesaderīgas tirgus piekļuves ierobežošanas.

Horizontālās sadarbības nolīgums var samazināt pušu neatkarību lēmumu pieņemšanā un tādējādi palielināt varbūtību, ka tās koordinēs savu rīcību, lai panāktu aizliegtu vienošanos. Pusēm, kas savu rīcību koordinējušas jau iepriekš, tas var arī padarīt koordināciju vieglāku, stabilāku un rezultatīvāku, vai nu padarot koordināciju ciešāku, vai arī ļaujot pusēm noteikt augstākas cenas. Piemēram, horizontālā sadarbība var likt pusēm izpaust komerciāli sensitīvu informāciju, tādējādi palielinot koordinācijas varbūtību starp pusēm sadarbības jomā vai ārpus tās. Turklāt puses var panākt izmaksu kopīgumu ievērojamā mērā (tas ir, mainīgo izmaksu daļu, kas pusēm ir kopīga), dodot pusēm iespēju vieglāk koordinēt tirgus cenas un izlaidi. Konkurences zaudēšana var arī negatīvi ietekmēt produktu kvalitāti vai daudzveidību, inovāciju un citus konkurences aspektus.

Daži horizontālās sadarbības nolīgumi, piemēram, ražošanas un standartizācijas nolīgumi, var izraisīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu. Nolīgums var liegt vai ierobežot pušu konkurentiem iespējas efektīvi konkurēt, piemēram, liedot tiem piekļuvi svarīgam resursam vai nobloķējot svarīgu ceļu uz tirgu. Arī komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa rada neiesaistītiem konkurentiem ievērojami neizdevīgākus konkurences nosacījumus salīdzinājumā ar apmaiņu iesaistītajiem uzņēmumiem.

1.2.4. Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ

22. Konkrētus uzņēmumu sadarbības veidus pēc to būtības var uzskatīt par kaitējošiem normālas konkurences pienācīgai darbībai⁽²⁴⁾. Šādos gadījumos nav nepieciešams izvērtēt rīcības faktisko vai iespējamo ietekmi uz tirgu, ja ir konstatēts, ka tai ir konkurenci ierobežojošs mērķis⁽²⁵⁾.

23. Jēdziens “konkurences ierobežojumi mērķa dēļ” ir jāinterpretē šauri, un to var piemērot tikai konkrētiem starp uzņēmumiem noslēgtiem nolīgumiem, kas paši par sevi un attiecībā uz to noteikumu saturu, to mērķiem un

⁽²¹⁾ Sk. 2010. gada 14. oktobra spriedumu *Deutsche Telekom*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 80. un 81. punktu. Šī iespēja ir interpretēta šauri; sk., piemēram, 1980. gada 29. oktobra spriedumu *Van Landewyck*, apvienotās lietas no 209 līdz 215 un 218/78, EU:C:1980:248, 130.–134. punktu; 1997. gada 11. novembra spriedumu *Ladbroke Racing*, C-359/95 P un C-379/95 P, EU:C:1997:531, 33. un nākamos punktus.

⁽²²⁾ 2003. gada 9. septembra spriedums *CIF*, C-198/01, EU:C:2003:430, 54. un nākamie punkti.

⁽²³⁾ Sk., piemēram, 2006. gada 13. decembra spriedumu *FNCBV* un citi/Komisija (*French Beef*), T-217/03 un T-245/03, EU:T:2006:391, 92. punkts.

⁽²⁴⁾ Sk., piemēram, 2014. gada 11. septembra spriedumu *CB/Komisija*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 49. un 50. punktu.

⁽²⁵⁾ Sk., piemēram, 2009. gada 6. oktobra spriedumu *GlaxoSmithKline*, C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P un C-519/06 P, EU:C:2009:610, 55. punktu; 2008. gada 20. novembra spriedumu *BIDS*, C-209/07, EU:C:2008:643, 16. punktu; 2009. gada 4. jūnija spriedumu *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 29. un nākamos punktus; 1998. gada 28. maija spriedumu *John Deere*, C-7/95 P, EU:C:1998:256, 77. punktu.

ekonomisko un juridisko kontekstu, kuru daļa tie ir, liecina par pietiekamu kaitējuma konkurencei pakāpi, lai uzskatītu, ka nav nepieciešams novērtēt to ietekmi ⁽²⁶⁾.

24. Saskaņā ar judikatūru ierobežojumus var iedalīt kategorijā “ierobežojumi mērķa dēļ”, pamatojoties uz pietiekami stabili un ticamu pieredzi, lai varētu uzskatīt, ka attiecīgais nolīgums jau pēc sava rakstura kaitē labai konkurences darbībai ⁽²⁷⁾, vai pamatojoties uz nolīguma īpašajām iezīmēm, no kurām ir iespējams izsecināt tā īpašo kaitējumu konkurencei, attiecīgā gadījumā veicot nolīguma, tā mērķu un tā ekonomiskā un juridiskā konteksta sīku analīzi ⁽²⁸⁾.
25. Lai konstatētu ierobežojumu “mērķa dēļ”, nav jābūt tiešai saiknei starp nolīgumu un patēriņa cenām ⁽²⁹⁾. Līguma 101. pants ir paredzēts, lai aizsargātu ne tikai atsevišķu konkurentu vai patērētāju tiešās intereses, bet arī tirgus struktūru un tādējādi arī konkurenci kā tādu ⁽³⁰⁾.
26. Lai novērtētu, vai nolīgumam ir konkurenci ierobežojošs mērķis ⁽³¹⁾, ņem vērā šādus elementus:
 - a) nolīguma saturs;
 - b) mērķi, kurus ar nolīgumu tiecas sasniegt; un
 - c) ekonomiskais un juridiskais konteksts, kura daļa tas ir.
27. Novērtējot minēto juridisko un ekonomisko kontekstu, ir jāņem vērā arī ⁽³²⁾:
 - a) ietekmēto preču vai pakalpojumu veids; un
 - b) faktiskie attiecīgā tirgus vai tirgu darbības un struktūras apstākļi ⁽³³⁾.
28. Ja puses norāda uz nolīguma iespējamo konkurenci veicinošo ietekmi, šī ietekme ir pienācīgi jāņem vērā kā konteksta elementi, lai nolīgumu varētu klasificēt kā ierobežojumu mērķa dēļ, ciktāl tā var likt apšaubīt vispārējo novērtējumu par to, vai nolīgums ir pietiekami kaitējošs konkurencei ⁽³⁴⁾. Tomēr šajos nolūkos šādām konkurenci veicinošajai ietekmei vajadzētu būt ne tikai pierādītai un būtiskai, bet arī konkrēti saistītai ar attiecīgo nolīgumu un pietiekami nozīmīgai ⁽³⁵⁾.
29. Pušu nodoms nav nepieciešams faktors, lai noteiktu, vai nolīgumam ir konkurenci ierobežojošs mērķis, bet to var ņemt vērā ⁽³⁶⁾.

1.2.5. Konkurenci ierobežojošā ietekme

30. Horizontālās sadarbības nolīgumam, kas pats par sevi neliecina par pietiekamas pakāpes kaitējumu konkurencei, tik un tā var būt konkurenci ierobežojoša ietekme. Lai horizontālās sadarbības nolīgumam būtu konkurenci ierobežojoša ietekme, tam jāspēj faktiski vai potenciāli izraisīt ievērojamu negatīvu ietekmi uz vismaz vienu no

⁽²⁶⁾ 2020. gada 30. janvāra spriedums *Generics (UK) Ltd u. c.*, C-307/18, EU:C:2020:52, 67. punkts un tajā minētā judikatūra.

⁽²⁷⁾ 2020. gada 2. aprīļa spriedums *Gazdasági Versenyhivatal/Budapest Bank* Nyrt. un citi, C-228/18, EU:C:2020:265, 76. un 79. punkts.

⁽²⁸⁾ Sk. 2021. gada 25. marta spriedumu *Lundbeck*, C-591/16 P, EU:C:2021:243, 130. un 131. punktu, un 2021. gada 25. marta spriedumu *Sun/Komisija*, C-586/16 P, EU:C:2021:241, 86. punktu. Fakts, ka Komisija iepriekš nav uzskatījusi, ka aplūkotajam nolīgumam līdzīgs nolīgums ir ierobežojošs “mērķa dēļ”, pats par sevi neliedz tai nākotnē uzskatīt pretēji.

⁽²⁹⁾ Cena ir viens no konkurences parametriem papildus tādiem parametriem kā izlaide, produktu kvalitāte, produktu daudzveidība vai inovācija.

⁽³⁰⁾ 2009. gada 4. jūnija spriedums *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 38. un 39. punkts; 2015. gada 19. marta spriedums *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 125. punkts. 2023. gada 12. janvāra spriedums *HSBC/Komisija*, C-883/19 P, EU:C:2023:11, 121. punkts.

⁽³¹⁾ Ierobežojumus, kas grupu atbrīvojuma regulās, pamatnostādņēs un paziņojumos ir norādīti kā stingrie ierobežojumi, Komisija parasti uzskata par ierobežojumiem mērķa dēļ.

⁽³²⁾ Attiecībā uz nolīgumiem, par kuriem Eiropas Savienības Tiesa jau ir spriedusi, ka tie rada īpaši nopietnus konkurences noteikumu pārkāpumus, juridiskā un ekonomiskā konteksta analīze var ietvert tikai to, kas ir absolūti nepieciešams, lai konstatētu, ka pastāv konkurences ierobežojums mērķa dēļ; sk. 2016. gada 20. janvāra spriedumu *Toshiba*, C-373/14 P, EU:C:2016:26, 29. punktu.

⁽³³⁾ Sk. arī 2014. gada 11. septembra spriedumu *CB/Komisija*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 53. punktu; 2015. gada 19. marta spriedumu *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 117. punktu, un 2020. gada 2. aprīļa spriedumu lietā *Budapest Bank* un citi, C-228/18, EU:C:2020:265, 51. punktu.

⁽³⁴⁾ 2020. gada 30. janvāra spriedums *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 103.–107. punkts, un 2023. gada 12. janvāra spriedums *HSBC/Komisija*, C-883/19 P, EU:C:2023:11, 139. punkts.

⁽³⁵⁾ 2020. gada 30. janvāra spriedums *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 107. punkts.

⁽³⁶⁾ Sk., piemēram, 2013. gada 14. marta spriedumu *Allianz Hungária Biztosító* un citi, C-32/11, EU:C:2013:160, 37. punktu; 2014. gada 11. septembra spriedumu *CB/Komisija*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 54. punktu, un 2015. gada 19. marta spriedumu *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 118. punktu.

konkurences parametriem tirgū, piemēram, uz cenām, izlaidi, produktu kvalitāti, produktu daudzveidību vai inovāciju. Lai noskaidrotu, vai tā ir, ir jānovērtē konkurence reālā situācijā, kādā tā rastos, ja nolīguma nebūtu ⁽³⁷⁾.

31. Nolīgumiem var būt ierobežojoša ietekme, kuras izpaužas tādējādi, ka ievērojami samazinās konkurence starp uzņēmumiem, kas ir nolīguma puses, vai starp kādu nolīguma pusi un trešo personu. Tas nozīmē, ka nolīgumam ir jāmazina pušu neatkarība lēmumu pieņemšanā ⁽³⁸⁾ vai nu nolīgumā paredzēto pienākumu dēļ, kuri regulē vismaz vienas puses rīcību tirgū, vai ietekmējot vismaz vienas puses rīcību tirgū, piemēram, radot izmaiņas tās stimulus.
32. Lai novērtētu, vai nolīgumam ir ierobežojoša ietekme, būtiski ir šādi elementi:
 - a) nolīguma veids un saturs;
 - b) faktiskais konteksts, kādā notiek sadarbība, jo īpaši ekonomiskais un juridiskais konteksts, kādā attiecīgie uzņēmumi darbojas, ietekmēto preču vai pakalpojumu veids, kā arī faktiskie attiecīgā tirgus vai tirgu darbības un struktūras apstākļi ⁽³⁹⁾;
 - c) tas, cik lielā mērā pusēm atsevišķi vai kopīgi ir vai rodas zināma tirgus varas pakāpe un cik lielā mērā nolīgums veicina šīs tirgus varas rašanos, saglabāšanu un stiprināšanu vai ļauj pusēm izmantot šo tirgus varu ⁽⁴⁰⁾;
 - d) konkurenci ierobežojošā ietekme var būt faktiska vai potenciāla, bet tai katrā ziņā jābūt pietiekami ievērojamai ⁽⁴¹⁾.
33. Dažos gadījumos uzņēmumi noslēdz horizontālās sadarbības nolīgumus, jo, pamatojoties uz objektīviem faktoriem, tās nespētu neatkarīgi īstenot attiecīgo projektu vai darbību, ko aptver sadarbība, piemēram, to ierobežoto tehnisko spēju dēļ. Šādi horizontālās sadarbības nolīgumi parasti neradīs konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē, ja vien puses nebūtu varējušas īstenot projektu ar mazāk stingriem ierobežojumiem ⁽⁴²⁾.
- 1.2.6. *Akcesoriskie ierobežojumi*
34. Ja uzņēmumi iesaistās sadarbībā, uz kuru neattiecas 101. panta 1. punkta aizliegums, jo tai ir neitrāla vai pozitīva ietekme uz konkurenci, minētais aizliegums neattiecas arī uz viena vai vairāku iesaistīto uzņēmumu komerciālās autonomijas ierobežojumu, ja vien šis ierobežojums ir objektīvi nepieciešams sadarbības īstenošanai un ir samērīgs ar sadarbības mērķiem (tā dēvētie “akcesoriskie ierobežojumi”) ⁽⁴³⁾. Lai noteiktu, vai ierobežojums ir akcesorisks ierobežojums, ir jāizvērtē, vai sadarbību būtu neiespējami īstenot, ja nebūtu attiecīgā ierobežojuma. Tas, ka sadarbību ir vienkārši grūtāk īstenot vai tā ir mazāk izdevīga bez attiecīgā ierobežojuma, nepadara šo ierobežojumu “objektīvi nepieciešamu” un līdz ar to akcesorisku ⁽⁴⁴⁾.

⁽³⁷⁾ 2020. gada 30. janvāra spriedums *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 118. punkts; 2018. gada 12. decembra spriedums *Krka/Komisija*, T-684/14, EU:T:2018:918, 315. punkts, un 2014. gada 11. septembra spriedums *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 166. punkts.

⁽³⁸⁾ 1998. gada 28. maija spriedums lietā *John Deere*, C-7/95 P, EU:C:1998:256, 88. punkts; 2006. gada 23. novembra spriedums *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 51. punkts.

⁽³⁹⁾ 2020. gada 30. janvāra spriedums *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 116. punkts un tajā minētā judikatūra. Sadarbības faktiskais konteksts var ietvert tādus faktorus kā pietiekamu iespēju esība klientiem mainīt piegādātāju, varbūtība, ka konkurenti palielinās piedāvājumu, ja cenas paaugstināsies, tas, vai tirgus iezīmes ir koordināciju veicinošas, tas, vai sadarbības aptvertās darbības veido lielu daļu no pušu mainīgajām izmaksām konkrētajā tirgū, u. c. Var būt arī būtiski novērtēt, vai puses ievērojamā apmērā apvieno savas darbības, ko aptver sadarbība. Tas tā varētu būt, piemēram, gadījumā, kad tās kopīgi ražo vai iepērk starpproduktu, kas ir svarīgs resurss to lejupējo produktu ražošanai, vai kad tās kopīgi ražo vai izplata lielu daļu savas galīgā produkta kopējās izlaidēs.

⁽⁴⁰⁾ Tirgus vara ir spēja noteiktā laikposmā izdevīgi saglabāt cenas virs konkurences līmeņa vai noteiktā laikposmā izdevīgi saglabāt izlaidi, t. i., produktu daudzumu, kvalitāti un daudzveidību vai inovāciju, zem konkurences līmeņa. Parasti tirgus varas pakāpe, kas ir vajadzīga, lai konstatētu 101. panta 1. punkta pārkāpumu, ir mazāka par tirgus varas pakāpi, kas ir vajadzīga, lai konstatētu dominējošu stāvokli saskaņā ar 102. pantu.

⁽⁴¹⁾ 2014. gada 11. septembra spriedums *CB/Komisija*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 52. punkts.

⁽⁴²⁾ Sk. arī 18. punktu Komisijas Pamatnostādnēs par Līguma 81. panta 3. punkta piemērošanu (OV C 101, 27.4.2004., 97. lpp.) (turpmāk “101. panta 3. punkta pamatnostādnes”).

⁽⁴³⁾ 2014. gada 11. septembra spriedums *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 89. punkts; 1985. gada 11. jūlija spriedums *Remia* un citi/Komisija, 42/84, EU:C:1985:327, 19. un 20. punkts; 1986. gada 28. janvāra spriedums *Pronuptia*, 161/84, EU:C:1986:41, 15., 16. un 17. punkts; 1994. gada 15. decembra spriedums *Gøtttrup-Klim*, C-250/92, EU:C:1994:413, 35. punkts, un 1995. gada 12. decembra spriedums *Oude Luttikhuis* un citi, C-399/93, EU:C:1995:434, 12.–15. punkts.

⁽⁴⁴⁾ 2014. gada 11. septembra spriedums *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 91. punkts.

- 1.2.7. *Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu*
35. Konkurences ierobežojumu mērķa vai ietekmes dēļ novērtējums saskaņā ar 101. panta 1. punktu ir tikai viena saskaņā ar 101. pantu veicamās analīzes puse. Otra puse ir novērtējums par to, vai ierobežojošs nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem ⁽⁴⁵⁾. Ja tiek konstatēts, ka nolīgums ierobežo konkurenci mērķa vai ietekmes dēļ 101. panta 1. punkta nozīmē, kā pretargumentu var izmantot atsauci uz 101. panta 3. punktu. Pierādīšanas pienākums saskaņā ar 101. panta 3. punktu ir uzņēmumam(-iem), kas atsaucas uz minēto tiesību normu ⁽⁴⁶⁾. Citiem vārdiem sakot, uzņēmumam(-iem) ir jāpierāda, ka attiecīgais nolīgums var radīt konkurenci veicinošu ietekmi ⁽⁴⁷⁾.
36. Līguma 101. panta 3. punktā paredzēto izņēmuma noteikumu piemēro, ja ir ievēroti četri kumulatīvi nosacījumi, no kuriem divi ir pozitīvi, bet divi – negatīvi:
- a) nolīgumam jārada efektivitātes pieaugums, proti, tam jāveicina produktu ražošanas vai izplatīšanas uzlabošanās vai jāveicina tehniskais vai ekonomiskais progress;
 - b) ierobežojumiem jābūt obligāti vajadzīgiem, lai sasniegtu šos mērķus, proti, efektivitātes pieaugumu;
 - c) patērētājiem jāsaņem pienācīga daļa no gūtajiem labumiem, proti, efektivitātes pieaugums – tostarp kvalitātes ziņā –, kas panākts ar obligāti vajadzīgo ierobežojumu palīdzību, pietiekamā apjomā jānodod patērētājiem, lai tādējādi patērētājiem kompensētu vismaz nolīguma ierobežojošo ietekmi. Tātad nepietiek, ja efektivitāte pieaug tikai nolīguma pusēm. Šajās pamatnostādnēs "patērētāji" ir nolīguma pušu klienti un vēlākie pircēji ⁽⁴⁸⁾;
 - d) nolīgums nedrīkst ļaut dot pusēm likvidēt konkurenci attiecībā uz attiecīgo produktu būtisku daļu.
37. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR un Specializācijas nolīgumu GAR balstās uz pieņēmumu, ka savstarpēji papildinošu prasmju vai aktīvu apvienošana pētniecības un izstrādes un specializācijas nolīgumu gadījumā var būt ievērojama efektivitātes pieauguma avots. Tāpat arī citu veidu horizontālā sadarbība var ļaut kopā likt prasmes un aktīvus, tā radot ievērojamu efektivitātes pieaugumu. Tāpēc sadarbības nolīguma efektivitātes pieauguma analīzē saskaņā ar 101. panta 3. punktu svarīga nozīme ir to savstarpēji papildinošu prasmju un resursu apzināšanai, kurus katra puse iegulda sadarbībā, un izrietošā efektivitātes pieauguma novērtēšanai ar mērķi noskaidrot, vai nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.
- Savstarpēja papildināmība horizontālās sadarbības nolīgumos var izpausties dažādi. Pētniecības un izstrādes nolīgums var ļaut kopīgi likt lietā dažādas pētniecības spējas un savstarpēji papildinošas prasmes un aktīvus, kā rezultātā var tikt izstrādāti vai pārdoti jauni vai uzlaboti produkti un tehnoloģijas, kas citādi nepastāvētu. Citi horizontālās sadarbības nolīgumi var sniegt pusēm iespēju apvienot spēkus, lai izstrādātu, ražotu un komercializētu produktus vai lai kopīgi pirkto produktus un pakalpojumus, kas tām vajadzīgi to darbību veikšanai.*
38. Attiecībā uz horizontālās sadarbības nolīgumiem, kas neparedz savstarpēji papildinošu prasmju un aktīvu kopā likšanu, ir mazāk ticams, ka tie radītu efektivitātes pieaugumu, kas dotu labumu patērētājiem.
- 1.2.8. *Horizontālās sadarbības nolīgumi, uz kuriem 101. panta 1. punkts parasti neattiecas*
39. Uz nolīgumiem, kas nevar ievērojami ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm (ietekmes uz tirdzniecību neesība) vai kas ievērojami neierobežo konkurenci (maznozīmīgi nolīgumi), neattiecas 101. panta 1. punkta piemērošanas joma ⁽⁴⁹⁾. Komisija ir sniegusi norādījumus par ietekmes uz tirdzniecību neesību savās Pamatnostādnēs

⁽⁴⁵⁾ Vispārējā pieeja, kas izmantojama, piemērojot 101. panta 3. punktu, ir sniegta 101. panta 3. punkta pamatnostādnēs.

⁽⁴⁶⁾ Sk. 2. pantu Padomes Regulā (EK) Nr. 1/2003 (2002. gada 16. decembris) par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti Līguma 81. un 82. pantā (OV L 1, 4.1.2003., 1. lpp.).

⁽⁴⁷⁾ Sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 51.–58. punktu.

⁽⁴⁸⁾ Sīkāka informācija par jēdzienu "patērētāji" sniegta 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 84. punktā.

⁽⁴⁹⁾ Sk. 2012. gada 13. decembra spriedumu *Expedia*, C-226/11, EU:C:2012:795, 16. un 17. punktu un tajos minēto judikatūru.

par Līguma 81. un 82. pantā ietvertu jēdzienu “ietekme uz tirdzniecību” (turpmāk “Pamatnostādnes par ietekmi uz tirdzniecību”) ⁽⁵⁰⁾, un norādījumus par maznozīmīgiem nolīgumiem tā ir sniegusi savā Paziņojumā par maznozīmīgiem nolīgumiem, kas ievērojami neierobežo konkurenci atbilstīgi Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 1. punktam (turpmāk “*De minimis* paziņojums”) ⁽⁵¹⁾. Gan Pamatnostādnes par ietekmi uz tirdzniecību, gan *De minimis* paziņojums ir īpaši būtiski, novērtējot horizontālās sadarbības nolīgumus starp mazajiem un vidējiem uzņēmumiem (turpmāk “MVU”) ⁽⁵²⁾. Šīs pamatnostādnes neskar ne Pamatnostādnes par ietekmi uz tirdzniecību un *De minimis* paziņojumu, ne arī jebkādos turpmākus Komisijas norādījumus šajā saistībā.

40. Pamatnostādnēs par ietekmi uz tirdzniecību ir sniegti Eiropas Savienības Tiesas izstrādātie principi, kas piemērojami, interpretējot jēdzienu “ietekme uz tirdzniecību”, un tajās ir norādīts, kad ir maz ticams, ka nolīgumiem varētu būt ievērojama ietekme uz tirdzniecību starp dalībvalstīm. Tajās ir ietverta negatīva atspēkojama prezumpcija, kas piemērojama visiem nolīgumiem 101. panta 1. punkta nozīmē neatkarīgi no šādos nolīgumos ietvertu ierobežojumu veida, tātad arī nolīgumiem, kas paredz stingros ierobežojumus ⁽⁵³⁾. Saskaņā ar minēto prezumpciju horizontālās sadarbības nolīgumi principā nevar ievērojami ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm, ja:

a) pušu kopējā tirgus daļa nevienā konkrētā Savienības tirgū, kuru skar nolīgums, nepārsniedz 5 %; un

b) attiecīgo uzņēmumu kopējais gada apgrozījums Savienībā saistībā ar produktiem, uz kuriem attiecas nolīgums, nepārsniedz 40 miljonus EUR ⁽⁵⁴⁾. Tādu nolīgumu gadījumā, kuri attiecas uz produktu kopīgu pirkšanu, attiecīgais apgrozījums ir nolīguma aptvertu produktu pušu veikti kopīgi pirkumi.

41. Kā noteikts *De minimis* paziņojumā, horizontālās sadarbības nolīgumi, ko noslēdz faktiski vai potenciāli konkurenti, ievērojami neierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, ja nolīguma pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 10 % nevienā no konkrētajiem tirgiem, uz ko attiecas nolīgums ⁽⁵⁵⁾. Šim vispārējam noteikumam ir divi izņēmumi. Pirmkārt, uz ierobežojumiem mērķa dēļ 101. panta 1. punkts attiecas neatkarīgi no pušu tirgus daļām. Tas tā ir tāpēc, ka nolīgums, kurš var ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm un kura mērķis ir ierobežot konkurenci, pēc savas būtības un neatkarīgi no tā konkrētās ietekmes ir uzskatāms par nolīgumu, kas ievērojami ierobežo konkurenci ⁽⁵⁶⁾. Otrkārt, tirgus daļas robežlielums 10 % tiek samazināts līdz 5 %, ja konkurenci konkrētajā tirgū ierobežo nolīgumu paralēlo tiklu kumulatīvā iedarbība ⁽⁵⁷⁾.

42. Turklāt nav prezumpcijas, ka horizontāli nolīgumi, ko noslēguši uzņēmumi, kuru kopējā tirgus daļa pārsniedz 10 %, automātiski ietilpst 101. panta 1. punkta piemērošanas jomā. Šādiem nolīgumiem tik un tā var nebūt ievērojamas ietekmes uz tirdzniecību starp dalībvalstīm, vai tie var nebūt uzskatāmi par ievērojamu konkurences ierobežojumu ⁽⁵⁸⁾. Tāpēc tie ir jāanalizē, ņemot vērā to juridisko un ekonomisko kontekstu. Šādu nolīgumu individuālā novērtējuma kritēriji ir sniegti šajās pamatnostādnēs.

1.3. Attiecības ar citiem norādījumiem, tiesību aktiem un judikatūru

43. Uz nolīgumiem, kas noslēgti starp uzņēmumiem, kuri darbojas dažādos ražošanas vai izplatīšanas ķēdes līmeņos, t. i., vertikālajiem nolīgumiem, parasti attiecas Komisijas Regula (ES) Nr. 2022/720 ⁽⁵⁹⁾ (turpmāk “VNGAR”) un Komisijas paziņojums “Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā” ⁽⁶⁰⁾ (turpmāk “Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā”). Tomēr, ja vertikālos nolīgumus noslēdz konkurenti, šādi nolīgumi var radīt līdzīgas bažas par konkurenci kā horizontālo nolīgumu gadījumā. Šā iemesla dēļ vertikāliem nolīgumiem

⁽⁵⁰⁾ OV C 101, 27.4.2004., 81. lpp.

⁽⁵¹⁾ OV C 291, 30.8.2014., 1. lpp.

⁽⁵²⁾ Definēti pielikumā Komisijas Ieteikumam (2003. gada 6. maijs) par mikrouzņēmumu, mazo un vidējo uzņēmumu definīciju (OV L 124, 20.5.2003., 36. lpp.).

⁽⁵³⁾ Pamatnostādņu par ietekmi uz tirdzniecību 50. punkts.

⁽⁵⁴⁾ Pamatnostādņu par ietekmi uz tirdzniecību 52. punkts.

⁽⁵⁵⁾ *De minimis* paziņojuma 8. punkts.

⁽⁵⁶⁾ 2012. gada 13. decembra spriedums *Expedia*, C-226/11, EU:C:2012:795, 37. punkts.

⁽⁵⁷⁾ *De minimis* paziņojuma 10. punkts.

⁽⁵⁸⁾ Sk. 1995. gada 8. jūnija spriedumu *Langnese-Iglo*/Komisija, T-7/93, EU:T:1995:98, 98. punktu.

⁽⁵⁹⁾ Komisijas Regula (ES) Nr. 2022/720 (2022. gada 10. maijs) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu vertikālo nolīgumu un saskaņotu darbību kategorijām (OV L 134, 11.5.2022., 4. lpp.).

⁽⁶⁰⁾ OV C 248, 30.6.2022., 1. lpp.

starp konkurentiem VNGAR⁽⁶¹⁾ parasti nevar piemērot, un tie vispirms būtu jānovērtē, izmantojot šīs pamatnostādnes. Ja minētajā novērtējumā tiek secināts, ka nolīgums nerada horizontālas bažas, visi nolīguma vertikālie ierobežojumi papildus būtu jānovērtē, izmantojot Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā.

44. Ja šajās pamatnostādnēs ir atsauce uz konkrēto tirgu, Komisijas Paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Savienības konkurences tiesībās⁽⁶²⁾ (turpmāk “Paziņojums par tirgus definīciju”) sniedz norādījumus par noteikumiem, kritērijiem un pierādījumiem, ko Komisija izmanto, lai definētu konkrētos tirgus. Tāpēc horizontālās sadarbības nolīgumu novērtēšanai saskaņā ar 101. pantu būtu jāņem vērā minētais paziņojums un jebkuri turpmāki Komisijas norādījumi par konkrēto tirgu definīciju Savienības konkurences tiesībās.
45. Lai gan šajās pamatnostādnēs ir pieminēti karteli, to nolūks nav sniegt norādījumus par to, kas ir vai nav uzskatāms par karteli, kā tas definēts Eiropas Savienības Tiesas judikatūrā un Komisijas lēmumu pieņemšanas praksē.
46. Šīs pamatnostādnes attiecas uz izplatītākajiem horizontālās sadarbības nolīgumu veidiem neatkarīgi no to integrācijas līmeņa, izņemot darbības, kas ir koncentrācijas darījums Padomes Regulas (EK) Nr. 139/2004⁽⁶³⁾ (turpmāk “Apvienošanās regula”) 3. panta nozīmē. Apvienošanās regula attiecas, piemēram, uz tādu kopuzņēmumu izveidi, kuri ilgtermiņā pildīs visas autonoma saimnieciskā subjekta funkcijas (turpmāk “pilnfunkciju kopuzņēmumi”)⁽⁶⁴⁾.
47. Šīs pamatnostādnes neattiecas uz lauksaimniecības produktu ražotāju nolīgumiem, apvienību lēmumiem un saskaņotām darbībām, kuras saistītas ar lauksaimniecības produktu ražošanu vai tirdzniecību un kuru mērķis ir piemērot augstāku ilgtspējas standartu, nekā noteikts Savienības vai valstu tiesību aktos, vai kurām nepiemēro 101. panta 1. punktu atbilstoši Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) Nr. 1308/2013⁽⁶⁵⁾ 210.a pantam. Šīs pamatnostādnes neskar pamatnostādnes, ko Komisija var izdot atbilstoši Regulas (ES) Nr. 1308/2013 210. a panta 5. punktam. Tomēr 101. panta 1. punkts attiecas uz lauksaimniecības produktu ražotāju nolīgumiem, apvienību lēmumiem un saskaņotām darbībām, kas saistītas ar lauksaimniecības produktu ražošanu vai tirdzniecību un kas neatbilst Regulas (ES) Nr. 1308/2013 210.a panta nosacījumiem.
48. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. pantu, kā aprakstīts šajās pamatnostādnēs, neskar Līguma 102. panta iespējamo paralēlo piemērošanu horizontālās sadarbības nolīgumiem⁽⁶⁶⁾.

⁽⁶¹⁾ Atkāpjoties no šā noteikuma, vertikāliem nolīgumiem starp konkurentiem var piemērot VNGAR, ja nolīgums nav savstarpējs un vai nu i) piegādātājs darbojas augšupējā līmenī kā preču ražotājs, importētājs vai vairumtirgotājs un lejupējā līmenī kā importētājs, vairumtirgotājs vai mazumtirgotājs, savukārt pircējs ir importētājs, vairumtirgotājs vai mazumtirgotājs lejupējā līmenī un nav konkurējošs uzņēmums augšupējā līmenī, kur tas pērk līguma preces, vai ii) piegādātājs ir pakalpojumu sniedzējs vairākos tirdzniecības līmeņos, bet pircējs sniedz savus pakalpojumus mazumtirdzniecības līmenī un nav konkurējošs uzņēmums tirdzniecības līmenī, kur tas pērk līguma pakalpojumus (sk. VNGAR 2. panta 4. punktu).

⁽⁶²⁾ Komisijas Paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Kopienas konkurences tiesībās (OV C 372, 9.12.1997., 5. lpp.).

⁽⁶³⁾ Padomes Regula (EK) Nr. 139/2004 (2004. gada 20. janvāris) par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp.).

⁽⁶⁴⁾ Sk. Apvienošanās regulas 3. panta 4. punktu. Novērtējot, vai pastāv pilnfunkciju kopuzņēmums, Komisija izvērtē kopuzņēmuma neatkarību darbības ziņā. Tas nenozīmē, ka kopuzņēmums pieņem stratēģiskus lēmumus neatkarīgi no mātessabiedrībām (sk. 91.–109. punktu Komisijas konsolidētajā jurisdikcijas paziņojumā saskaņā ar Padomes Regulu (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (OV C 95, 16.4.2008., 1. lpp.) (turpmāk “Konsolidētais jurisdikcijas paziņojums”). Jāatceras arī, ka gadījumos, kad, veidojot kopuzņēmumu koncentrācijas darījuma ceļā Apvienošanās regulas 3. panta nozīmē, mērķis vai ietekme ir to uzņēmumu ar konkurenci saistītās rīcības koordinēšana, kuri saglabā neatkarību, šāda koordinēšana ir jānovērtē saskaņā ar Līguma 101. pantu (sk. Apvienošanās regulas 2. panta 4. punktu).

⁽⁶⁵⁾ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) Nr. 1308/2013 (2013. gada 17. decembris), ar ko izveido lauksaimniecības produktu tirgu kopīgu organizāciju un atceļ Padomes Regulas (EEK) Nr. 922/72, (EEK) Nr. 234/79, (EK) Nr. 1037/2001 un (EK) Nr. 1234/2007 (OV L 347, 20.12.2013., 671. lpp.). Attiecībā uz zvejas tirgu kopīgo organizāciju sk. 41. pantu Eiropas Parlamenta un Padomes Regulā (ES) Nr. 1379/2013 (2013. gada 11. decembris) par zvejas un akvakultūras produktu tirgu kopīgo organizāciju un ar ko groza Padomes Regulas (EK) Nr. 1184/2006 un (EK) Nr. 1224/2009 un atceļ Padomes Regulu (EK) Nr. 104/2000 (OV L 354, 28.12.2013, 1. lpp.).

⁽⁶⁶⁾ Sk. 1990. gada 10. jūlija spriedumu *Tetra Pak I*, T-51/89, EU:T:1990:41, 25. un nākamās punktus.

49. Šīs pamatnostādnes neskar interpretāciju, kuru attiecībā uz 101. panta piemērošanu horizontālās sadarbības nolīgumiem varētu sniegt Eiropas Savienības Tiesa.
50. Šīs pamatnostādnes nav piemērojamas, ciktāl ir piemērojami konkrētu nozaru noteikumi, kā tas ir attiecībā uz konkrētiem nolīgumiem lauksaimniecības⁽⁶⁷⁾ vai transporta⁽⁶⁸⁾ jomā. Komisija turpinās uzraudzīt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR un Specializācijas nolīgumu GAR, kā arī šo pamatnostādņu darbību, pamatojoties uz tirgus informāciju, ko sniedz ieinteresētās personas un valstu konkurences iestādes, un var pārskatīt šīs pamatnostādnes, ņemot vērā turpmākās norises un augošo pieredzi.

2. PĒTNIECĪBAS UN IZSTRĀDES NOLĪGUMI

2.1. Ievads

51. Šajā nodaļā ir sniegti norādījumi par tādu pētniecības un izstrādes nolīgumu novērtēšanu no konkurences viedokļa, kuri attiecas uz produktiem, tehnoloģijām vai procesiem⁽⁶⁹⁾.
52. Pētniecības un izstrādes nolīgumiem ir dažādi veidi un tvērumi. Tie ietver nolīgumus, saskaņā ar kuriem viena puse finansē citas puses veiktu pētniecību un izstrādi ("maksas pētniecība un izstrāde"), nolīgumus, kas attiecas uz esošu produktu un tehnoloģiju kopīgu uzlabošanu, un nolīgumus, kas attiecas uz tādu produktu un tehnoloģiju izstrādi, kas radītu pilnīgi jaunu pieprasījumu. Sadarbība pētniecībā un izstrādē var izpausties kā sadarbības nolīgums vai kopuzņēmums, proti, kopīgi kontrolēta sabiedrība⁽⁷⁰⁾. Kopuzņēmumi var sadarboties arī brīvākos veidos, piemēram, tā var būt tehniska sadarbība darba grupās.
53. Pētniecības un izstrādes nolīgumus var noslēgt lieli uzņēmumi, MVU⁽⁷¹⁾, jaunuzņēmumi, akadēmiskas struktūras vai pētniecības institūti, vai minētie jebkādā kombinācijā.
54. Pētniecības un izstrādes sadarbības nolīgumiem bieži ir konkurenci veicinoša ietekme, it īpaši tad, ja tie saved kopā uzņēmumus ar savstarpēji papildinošām prasmēm un aktīviem un sniedz tiem iespēju izstrādāt un pārdot jaunus un uzlabotus produktus un tehnoloģijas ātrāk, nekā tas notiktu citādi. Tomēr pētniecības un izstrādes nolīgumi var arī ierobežot konkurenci dažādos veidos. Pirmkārt, tie var samazināt vai palēnināt inovāciju, kā rezultātā tirgū nonāk mazāk produktu vai sliktākas kvalitātes produkti, vai arī jauni produkti ienāk tirgū vēlāk, nekā tas notiktu citkārt. Tas var notikt pat tad, ja sadarbība attiecas uz tādu produktu vai tehnoloģiju izstrādi, kas radītu pilnīgu jaunu pieprasījumu, vai agrīniem inovācijas centieniem, kas nav cieši saistīti ar konkrētu produktu vai tehnoloģiju, bet ir vērsti uz konkrētu lietojumu vai izmantojumu. Otrkārt, pētniecības un izstrādes nolīgumi var samazināt konkurenci starp pusēm ārpus sadarbības nolīguma tvēruma, un/vai gadījumos, kad vienai vai vairākām pusēm ir tirgus vara, var radīt konkurenci ierobežojošu tirgus piekļuves bloķēšanu trešām personām.
55. Šī nodaļa ir strukturēta šādi:
- a) 2.2. iedaļā ir sniegti norādījumi par Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērošanu, tai skaitā nosacījumiem atbrīvojumu piemērošanai pētniecības un izstrādes nolīgumiem, robežlielumiem un stingrajiem un izslēgtajiem ierobežojumiem;
 - b) 2.3. iedaļā ir sniegti norādījumi par pētniecības un izstrādes nolīgumu individuālo novērtējumu saskaņā ar 101. panta 1. punktu;
 - c) 2.4. iedaļā ir sniegti norādījumi par pētniecības un izstrādes nolīgumu individuālo novērtējumu saskaņā ar 101. panta 3. punktu;
 - d) 2.5. iedaļā ir sniegti norādījumi par attiecīgo laikposmu pētniecības un izstrādes nolīgumu novērtēšanai;
 - e) 2.6. iedaļā ir sniegti hipotētisku pētniecības un izstrādes nolīgumu piemēri kopā ar norādījumiem par to novērtēšanu no konkurences viedokļa.

⁽⁶⁷⁾ Padomes Regula (EK) Nr. 1184/2006 (2006. gada 24. jūlijs), ar ko piemēro konkrētus konkurences noteikumus lauksaimniecības produktu ražošanai un tirdzniecībai (OV L 214, 4.8.2006., 7. lpp.).

⁽⁶⁸⁾ Padomes Regula (EK) Nr. 169/2009 (2009. gada 26. februāris), ar ko konkurences noteikumus attiecina uz pārvadājumiem pa dzelzceļu, autoceļiem un iekšējiem ūdensceļiem (OV L 61, 5.3.2009., 1. lpp.), un Komisijas Regula (EK) Nr. 906/2009 (2009. gada 28. septembris) par Līguma 81. panta 3. punkta piemērošanu dažām kuģu līnijasatiksmes uzņēmumu nolīgumu, lēmumu un saskaņotu darbību kategorijām (konsorcijiem) (OV L 256, 29.9.2009., 31. lpp.).

⁽⁶⁹⁾ Šajā nodaļā jēdziens "tehnoloģijas" ietver tehnoloģijas un procesus.

⁽⁷⁰⁾ Šīs pamatnostādnes attiecas uz izplatītākajiem horizontālās sadarbības nolīgumu veidiem neatkarīgi no to integrācijas līmeņa, izņemot darbības, kas ir koncentrācijas darījums Regulas (EK) Nr. 139/2004 3. panta nozīmē, piemēram, pilnfunkciju kopuzņēmuma izveidi. Sk. arī 46. punktu.

⁽⁷¹⁾ Definēti pielikumā Komisijas Ieteikumam (2003. gada 6. maijs) par mikrouzņēmumu, mazo un vidējo uzņēmumu definīciju (OV L 124, 20.5.2003., 36. lpp.).

2.2. **Pētniecības un izstrādes nolīgumu grupu atbrīvojuma regula ("Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR")**

56. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ⁽⁷²⁾ noteiktiem pētniecības un izstrādes nolīgumiem nepiemēro 101. panta 1. punktā noteikto aizliegumu. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums ir balstīts uz pieņēmumu, ka tad, ja uz pētniecības un izstrādes nolīgumu attiecas 101. panta 1. punkts un tas atbilst Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētajiem nosacījumiem, tas parasti atbildīs visiem četriem 101. panta 3. punkta kumulatīvajiem nosacījumiem. Drošības labad uzņēmumi, kas plāno noslēgt pētniecības un izstrādes nolīgumu, var vispirms vēlēties noskaidrot, vai to nolīgumam var piemērot Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR.

57. Pētniecības un izstrādes nolīgumi, kas atbilst Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumiem, ir saderīgi ar 101. pantu, un papildu novērtējums nav nepieciešams ⁽⁷³⁾. Ja pētniecības un izstrādes nolīgums neatbilst Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumiem, ir jāveic individuāls novērtējums saskaņā ar 101. pantu, lai noteiktu, pirmkārt, vai nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē ⁽⁷⁴⁾, un, ja tā ir, vai nolīgums atbilst visiem četriem 101. panta 3. punktā noteiktajiem kumulatīvajiem nosacījumiem.

2.2.1. *Pētniecības un izstrādes definīcija Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR*

58. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR pētniecība un izstrāde ir definēta kā darbības, kuru mērķis ir iegūt zinātību attiecībā uz produktiem vai tehnoloģijām, teorētisku analīžu veikšana, sistemātiski pētījumi vai eksperimenti, tostarp eksperimentāla ražošana vai ražošana demonstrējuma nolūkos, produktu vai procesu tehniska testēšana, vajadzīgās materiāli tehniskās bāzes izveide demonstrējuma mērogā un intelektuālā īpašuma tiesību ieguve attiecībā uz rezultātiem ⁽⁷⁵⁾.

2.2.2. *Pētniecības un izstrādes nolīgumu definīcija Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR*

59. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR attiecas uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, ko noslēdz divas vai vairākas puses par nosacījumiem, saskaņā ar kuriem šīs puses veic ⁽⁷⁶⁾:

- a) līguma produktu vai līguma tehnoloģiju kopīgu pētniecību un izstrādi, kas var ietvert vai neietvert šādas pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, vai
- b) līguma produktu vai līguma tehnoloģiju maksas pētniecību un izstrādi, kas var ietvert vai neietvert šādas pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, vai
- c) līguma produktu vai līguma tehnoloģiju pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, ja pētniecība un izstrāde veikta saskaņā ar šo pušu iepriekšēju nolīgumu, kura mērķis ir kopīga pētniecība un izstrāde (definēta a) punktā iepriekš); vai
- d) līguma produktu vai līguma tehnoloģiju pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, ja pētniecība un izstrāde veikta saskaņā ar šo pušu iepriekšēju nolīgumu, kura mērķis ir maksas pētniecība un izstrāde (definēta b) punktā iepriekš).

60. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR "līguma produktiem" un "līguma tehnoloģijām" ir šāda nozīme:

- a) "līguma produkts" ⁽⁷⁷⁾ ir produkts, kas ir kopīgās vai maksas pētniecības un izstrādes rezultāts vai ko ražo, pielietojot līguma tehnoloģijas; "produkts" ir prece vai pakalpojums, tai skaitā gan starppatēriņa preces un pakalpojumi, gan galapatēriņa preces vai pakalpojumi ⁽⁷⁸⁾;
- b) "līguma tehnoloģija" ⁽⁷⁹⁾ ir tehnoloģija vai process, kas ir kopīgās vai maksas pētniecības un izstrādes rezultāts.

61. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR neattiecas uz citiem pētniecības un izstrādes sadarbības nolīgumu veidiem. Šādiem nolīgumiem vienmēr ir jāveic individuāls novērtējums saskaņā ar 101. pantu (sk. 2.3. un 2.4. iedaļu).

⁽⁷²⁾ Komisijas Regula (ES) 2023/1066 (2023. gada 1. jūnijs) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu dažām pētniecības un izstrādes nolīgumu kategorijām (OV L 143, 2.6.2023., 9. lpp.).

⁽⁷³⁾ Ja vien Komisija vai valsts konkurences iestāde (VKI) individuālā gadījumā neatsauc grupu atbrīvojuma piemērošanu (sk. 2.2.6. iedaļu).

⁽⁷⁴⁾ Attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumu novērtējumu saskaņā ar 101. panta 1. punktu sk. 2.3. iedaļu.

⁽⁷⁵⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 3) apakšpunktu.

⁽⁷⁶⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1) apakšpunktu.

⁽⁷⁷⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 6) apakšpunktu.

⁽⁷⁸⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 4) apakšpunktu.

⁽⁷⁹⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 5) apakšpunktu.

2.2.2.1. Nošķīrums starp “kopīgu pētniecību un izstrādi” un “maksas pētniecību un izstrādi” un jēdziens “specializācija attiecībā uz pētniecību un izstrādi”

62. “Kopīga pētniecība un izstrāde” ir definēta kā pētniecība un izstrāde, ko veic kādā no šiem veidiem ⁽⁸⁰⁾:

a) pētniecības un izstrādes darbības veic kopīga komanda, organizācija vai uzņēmums;

b) puses kopīgi uztic pētniecības un izstrādes darbības trešai personai ⁽⁸¹⁾, vai

c) puses sadala darbības savā starpā, “specializējoties attiecībā uz pētniecību un izstrādi”. Tas nozīmē, ka katra puse ir iesaistīta pētniecības un izstrādes darbībās, un puses sadala pētniecības un izstrādes darbu savā starpā tādā veidā, kādu tās uzskata par piemērotu. Te nav ietverta maksas pētniecība un izstrāde ⁽⁸²⁾.

63. “Maksas pētniecība un izstrāde” ir pētniecība un izstrāde, ko veic vismaz viena puse, savukārt vismaz viena cita puse finansē šo pētniecību un izstrādi, bet pati neveic nekādas pētniecības un izstrādes darbības.

64. Nošķīrums starp kopīgu pētniecību un izstrādi un maksas pētniecību un izstrādi ir būtisks, piemērojot Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzēto tirgus daļas robežlielumu. Attiecībā uz maksas pētniecību un izstrādi, lai aprēķinātu tirgus daļas, pusēm ir arī jāņem vērā visi pētniecības un izstrādes nolīgumi, ko finansējošā puse noslēgusi ar trešām personām par tiem pašiem līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām (sk. 2.2.3.4. iedaļu).

2.2.2.2. Pētniecības un izstrādes rezultātu “kopīga izmantošana” un “specializācija attiecībā uz kopīgu izmantošanu”

65. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR attiecas uz nolīgumiem, kas paredz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu. Tomēr, lai šādiem nolīgumiem varētu piemērot grupu atbrīvojumu, ir jābūt izpildītiem konkrētiem nosacījumiem (sk. 2.2.3.3. iedaļu).

66. “Rezultātu izmantošana” ir plašs jēdziens, kas ietver līguma produktu ražošanu vai izplatīšanu, līguma tehnoloģiju pielietošanu, intelektuālā īpašuma tiesību cedēšanu vai licencēšanu vai tādas zinātnības nodošanu, kas vajadzīga šādi ražošanai, izplatīšanai vai pielietošanai ⁽⁸³⁾.

67. Uz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR attiecas tikai tad, ja rezultāti ir:

a) obligāti vajadzīgi līguma produktu ražošanai vai līguma tehnoloģiju pielietošanai, un

b) aizsargāti ar intelektuālā īpašuma tiesībām vai tie ir zinātība ⁽⁸⁴⁾.

68. Kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātu kopīga izmantošana var būt paredzēta sākotnējā pētniecības un izstrādes nolīgumā, vai arī tā var notikt tāda vēlāka nolīguma kontekstā, kas paredz starp tām pašām pusēm iepriekš noslēgta pētniecības un izstrādes nolīguma rezultātu kopīgu izmantošanu ⁽⁸⁵⁾. Pēdējā minētajā gadījumā, lai uz vēlāko kopīgas izmantošanas nolīgumu varētu attiecināt grupu atbrīvojumu, iepriekšējam pētniecības un izstrādes nolīgumam jāatbilst Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumiem.

69. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredz trīs dažādus veidus, kā pētniecības un izstrādes rezultātus var kopīgi izmantot ⁽⁸⁶⁾:

a) izmantošanu var kopīgi īstenot puses kopīgā komandā, kopīgā organizācijā vai kopuzņēmumā;

b) puses var kopīgi uzticēt izmantošanas darbu trešai personai ⁽⁸⁷⁾;

⁽⁸⁰⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 10) apakšpunktu.

⁽⁸¹⁾ Šis veids ir nošķīrums no maksas pētniecības un izstrādes, kur pētniecību un izstrādi veic viena vai vairākas pētniecības un izstrādes nolīguma puses.

⁽⁸²⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 11) apakšpunktu.

⁽⁸³⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 7) apakšpunktu.

⁽⁸⁴⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 5. panta 1. punktu. Papildu nosacījumi, kas saistīti ar pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, ir aprakstīti 2.2.3.3. iedaļā.

⁽⁸⁵⁾ Uz to attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta c) un d) punkts.

⁽⁸⁶⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 10) apakšpunktu.

⁽⁸⁷⁾ Nolīgumam ar trešo personu ir jāveic atsevišķs novērtējums saskaņā ar 101. pantu.

c) puses var sadalīt darbu savā starpā, *specializējoties attiecībā uz izmantošanu*, kas nozīmē, ka ⁽⁸⁸⁾:

i) puses sadala savā starpā tāds atsevišķos uzdevumus kā ražošana vai izplatīšana. Te ir ietverti gadījumi, kad, pamatojoties uz ekskluzīvu licenci, ko vienai pusei piešķirušas pārējās puses, līguma produktus ražo un izplata tikai šī viena puse; vai

ii) puses nosaka viena otrai rezultātu izmantošanas ierobežojumus, piemēram, ierobežojumus attiecībā uz konkrētām teritorijām, klientiem vai izmantošanas jomām.

70. Ja puses vienojas specializēties attiecībā uz izmantošanu, tās var vienoties par atbilstošiem ierobežojumiem attiecībā uz piekļuvi rezultātiem to izmantošanas nolūkā. Piemēram, tās var vienoties ierobežot konkrētu pušu tiesības izmantot pētniecības un izstrādes rezultātus konkrētās teritorijās, izmantošanas jomās vai attiecībā pret konkrētiem klientiem.

2.2.2.3. Intelektuālā īpašuma tiesību cedēšana un licencēšana

71. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais izņēmums ir piemērojams arī pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kuros ietverti noteikumi par intelektuālā īpašuma tiesību cedēšanu vai licencēšanu vienai vai vairākām pusēm vai subjektam, ko puses nodibina, lai veiktu kopīgu pētniecību un izstrādi, maksas pētniecību un izstrādi vai rezultātu pētniecības vai izstrādes kopīgu izmantošanu, ar nosacījumu, ka šie noteikumi nav pētniecības un izstrādes nolīguma galvenais priekšmets, bet ir tieši saistīti ar konkrēto nolīgumu un ir nepieciešami tā īstenošanai ⁽⁸⁹⁾. Šādos gadījumos uz cedēšanu vai licencēšanu attieksies Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR noteikumi, nevis Tehnoloģiju nodošanas grupu atbrīvojuma regulas ⁽⁹⁰⁾ noteikumi.

72. Tomēr pētniecības un izstrādes nolīgumu ietvaros puses var arī vienoties par nosacījumiem pētniecības un izstrādes rezultātu licencēšanai trešām personām. Uz šādiem licences nolīgumiem Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR neattiecas, bet uz tiem var attiekties Tehnoloģiju nodošanas grupu atbrīvojuma regula, ja ir izpildīti tajā paredzētie nosacījumi ⁽⁹¹⁾.

2.2.3. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētie atbrīvojuma nosacījumi

73. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir paredzēti vairāki nosacījumi, kam jābūt izpildītiem, lai pētniecības un izstrādes nolīgumam varētu piemērot grupu atbrīvojumu.

2.2.3.1. Piekļuve galīgajiem rezultātiem

74. Pirmais nosacījums, kam jābūt izpildītam, lai nolīgumam varētu piemērot Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzēto atbrīvojumu, ir tāds, ka visām pusēm jābūt pilnīgai piekļuvei kopīgās vai maksas pētniecības un izstrādes galīgajiem rezultātiem šādiem diviem mērķiem ⁽⁹²⁾:

a) lai veiktu turpmāku pētniecību un izstrādi un

b) lai izmantotu pētniecības un izstrādes rezultātus.

75. Šis nosacījums attiecas uz pētniecības un izstrādes rezultātiem, kas ir galīgi, un uz izrietošajām intelektuālā īpašuma tiesībām un zinātību ⁽⁹³⁾.

76. Piekļuve jāpiešķir, tiklīdz pētniecības un izstrādes galīgie rezultāti ir pieejami ⁽⁹⁴⁾. Šī prasība nav obligāti piesaistīta pētniecības un izstrādes projekta beigām.

⁽⁸⁸⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 12) apakšpunktu.

⁽⁸⁹⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 2. panta 3. punktu.

⁽⁹⁰⁾ Komisijas Regula (ES) Nr. 316/2014 (2014. gada 21. marts) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu tehnoloģiju nodošanas nolīgumu kategorijām (OV L 93, 28.3.2014., 17. lpp.). Sk. arī Komisijas Pamatnostādnes par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta piemērošanu tehnoloģiju nodošanas nolīgumiem (OV C 89, 28.3.2014., 3. lpp.), 73. un 74. punkts (turpmāk "Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādnes").

⁽⁹¹⁾ Sk. Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādņu 74. punktu.

⁽⁹²⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. panta 2. punktu.

⁽⁹³⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. panta 3. punkta a) apakšpunktu.

⁽⁹⁴⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. panta 3. punkta b) apakšpunktu.

77. Tiesības piekļūt pētniecības un izstrādes rezultātiem turpmākas pētniecības un izstrādes veikšanas nolūkos nevar ierobežot. Taču Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredz, ka puses var ierobežot savas tiesības izmantot kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātus divos gadījumos:
- a) pirmkārt, ja pētniecības un izstrādes nolīgums tiek noslēgts ar uzņēmumiem, kas pieder vienai vai vairākām turpmāk norādītajām kategorijām, un šie uzņēmumi vienojas izmantot pētniecības un izstrādes rezultātus tikai turpmākai pētniecībai (nevis izmantošanai). Šis uzņēmumu kategorijas ir šādas:
 - i) pētniecības institūti;
 - ii) akadēmiskas iestādes;
 - iii) uzņēmumi, kas nodrošina pētniecību un izstrādi kā komercpakalpojumu un parasti nepiedalās rezultātu izmantošanā ⁽⁹⁵⁾;
 - b) otrkārt, puses var vienoties ierobežot savas tiesības izmantot pētniecības un izstrādes rezultātus saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, it īpaši tad, ja tās vienojas specializēties attiecībā uz izmantošanu. Piemēram, ja pētniecības un izstrādes nolīgums paredz specializāciju attiecībā uz izmantošanu, puses var noteikt viena otrai rezultātu izmantošanas ierobežojumus attiecībā uz konkrētām teritorijām, izmantošanas jomām vai klientiem.
78. Visbeidzot, tā kā pētniecības un izstrādes nolīguma pušu ieguldījums to sadarbībā pētniecībā un izstrādē var būt nevienlīdzīgs, piemēram, atšķirīgu spēju, resursu vai komerciālo interešu dēļ, pētniecības un izstrādes nolīgums var paredzēt, ka viena puse atlīdzina otrai pusei (pārējām pusēm) piekļuvi rezultātiem turpmākas pētniecības un izstrādes vai izmantošanas nolūkos. Tomēr šādā gadījumā atlīdzība nedrīkst būt tik liela, ka tā faktiski kavē piekļuvi ⁽⁹⁶⁾.

2.2.3.2. Piekļuve iepriekšpastāvējušajai zinātībai

79. Otrais nosacījums attiecas uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas neparedz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu.
80. Lai šādiem pētniecības un izstrādes nolīgumiem varētu piemērot grupu atbrīvojumu, nolīgumam ir jāparedz, ka katrai pusei tiek piešķirta piekļuve pārējo pušu iepriekšpastāvējušajai zinātībai, kas ir obligāti vajadzīga, lai attiecīgā puse varētu izmantot kopīgās vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātus ⁽⁹⁷⁾. Jāatzīmē, ka šis nosacījums neparedz, ka pusēm jāpiešķir piekļuve visai to iepriekšpastāvējušajai zinātībai, bet tikai zinātībai, kas ir obligāti vajadzīga kopīgās vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātu izmantošanai.
81. Pētniecības un izstrādes nolīgumi var paredzēt, ka puses atlīdzina viena otrai piekļuves sniegšanu to iepriekšpastāvējušajai zinātībai (piemēram, licences maksu veidā). Tomēr atlīdzība nedrīkst būt tik liela, ka tā faktiski kavē piekļuvi ⁽⁹⁸⁾.
82. Šis otrais nosacījums ir piemērojams papildus nosacījumiem, kas paredzēti Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. pantā attiecībā uz piekļuvi galīgajiem pētniecības un izstrādes rezultātiem (sk. 2.2.3.1. iedaļu). Tas nozīmē, ka atkarībā no konkrētā gadījuma faktiem, lai varētu piemērot grupu atbrīvojumu, konkrētā pētniecības un izstrādes nolīgumā var būt jāiekļauj noteikumi gan par piekļuvi iepriekšpastāvējušajai zinātībai, gan par pētniecības un izstrādes galīgajiem rezultātiem.

2.2.3.3. Nosacījumi attiecībā uz kopīgu izmantošanu

83. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir noteikti vēl divi nosacījumi attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas paredz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu.
84. Pirmkārt, kā noteikts Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 5. panta 1. punktā, kopīgajai izmantošanai jāattiecas tikai uz pētniecības un izstrādes rezultātiem, kas ir obligāti vajadzīgi līguma produktu ražošanai vai līguma tehnoloģiju pielietošanai un kas ir aizsargāti ar intelektuālā īpašuma tiesībām vai ir zinātība.

⁽⁹⁵⁾ Tie var būt, piemēram, MVU, kuru galvenā komercdarbība ir pētniecības un izstrādes pakalpojumu sniegšana trešām personām.

⁽⁹⁶⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. panta 4. punktu.

⁽⁹⁷⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 4. panta 2. punktu.

⁽⁹⁸⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 4. panta 3. punktu.

85. Otrkārt, ja puses vienojas specializēties attiecībā uz izmantošanu un vienai vai vairākām pusēm ir uzticēta līguma produktu ražošana, šīm pusēm ir jāizpilda pārējo pušu pasūtījumi par līguma produktu piegādēm⁽⁹⁹⁾. Tomēr šī prasība nav piemērojama, ja i) pētniecības un izstrādes nolīgums paredz kopīgu izplatīšanu (ko veic kopīga komanda, organizācija, uzņēmums vai kopīgi norīkota trešā persona) vai ii) ja puses vienojas, ka līguma produktus var izplatīt tikai puses, kam uzticēta to ražošana⁽¹⁰⁰⁾.

2.2.3.4. Tirgus daļas robežlielums un atbrīvojuma ilgums

86. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums ir balstīts uz pieņēmumu, ka līdz noteiktam tirgus varas līmenim pētniecības un izstrādes nolīgumu pozitīvā ietekme parasti atsvērs negatīvo ietekmi uz konkurenci⁽¹⁰¹⁾.

a) Pētniecības un izstrādes nolīgumi, kam piemēro tirgus daļas robežlielumu

87. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 1. punktā ir paredzēts tirgus daļas robežlielums, kas ir 25 %. Šis tirgus daļas robežlielums ir piemērojams pētniecības un izstrādes nolīgumiem, ko noslēdz starp konkurējošiem uzņēmumiem. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nozīmē "konkurējoši uzņēmumi" ir Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 15.apakšpunktā definētie faktiskie vai potenciālie konkurenti:

a) "faktisks konkurents" ir uzņēmums, kas konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū piegādā produktu, tehnoloģiju vai procesu, kuru ir iespējams uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktu vai līguma tehnoloģiju;

b) "potenciāls konkurents" ir uzņēmums, kurš, ja pētniecības un izstrādes nolīguma nebūtu, konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū ne tikai teorētiski, bet reāli varētu ilgākais triju gadu laikā veikt vajadzīgās papildu investīcijas vai segt nepieciešamās izmaksas, lai piegādātu produktu, tehnoloģiju vai procesu, ko ir iespējams uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktu vai līguma tehnoloģiju.

88. Potenciāla konkurence jānovērtē reālistiski. Izšķirošais jautājums ir par to, vai katrai pusei ir nepieciešamie līdzekļi aktīvu, zinātnības un citu resursu veidā un vai tā varētu veikt nepieciešamās darbības, lai piegādātu produktus vai tehnoloģijas⁽¹⁰²⁾, ko ir iespējams uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām neatkarīgi no pārējām pusēm⁽¹⁰³⁾. Plašāki norādījumi par potenciālās konkurences novērtēšanu ir sniegti 16. punktā.

89. Šajos nolūkos uzlabots vai aizstājošs produkts vai tehnoloģija ir produkts vai tehnoloģija, kas ir savstarpēji aizstājami ar esošo produktu, tehnoloģiju vai procesu un pieder pie tā paša konkrētā tirgus. Aizstājējprodukts vai aizstājējtehnoloģija ir produkts vai tehnoloģija, kas apmierina to pašu pieprasījumu kā esošais produkts vai tehnoloģija, bet nepieder pie tā paša konkrētā tirgus, piemēram, kompaktdiski, ar kuriem aizstāj vinila skaņuplates⁽¹⁰⁴⁾.

90. Daži produkti vai tehnoloģijas neuzlabos, neaizstās un neaizvieto esošus produktus vai tehnoloģijas, bet gan radīs jaunu konkrēto tirgu, kas apmierina jaunu pieprasījumu, piemēram, vakcīna, kas aizsargā no vīrusa, pret kuru iepriekš vakcīnas nebija. Uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas skar šīs kategorijas produktu vai tehnoloģiju izstrādi, attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 2. punkts, un tiem nepiemēro tirgus daļas robežlielumu (sk. 2.2.3.4. iedaļas b) punktu)⁽¹⁰⁵⁾.

⁽⁹⁹⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 5. panta 2. punktu.

⁽¹⁰⁰⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 5. panta 2. punktu.

⁽¹⁰¹⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 5. apsvērumu.

⁽¹⁰²⁾ Šīs nodaļas pārējā daļā jēdziens "tehnoloģija" vai "tehnoloģijas" ietver procesus, ja vien nav norādīts citādi.

⁽¹⁰³⁾ Sk. arī 1.2.1. iedaļu.

⁽¹⁰⁴⁾ Norādījumus par konkrētā tirgus definēšanu sk. 44. punktā un Komisijas Paziņojumā par tirgus definīciju. Sk. arī 2.3.1. iedaļu.

⁽¹⁰⁵⁾ Norādījumus par konkrētā tirgus definēšanu sk. 44. punktā un Komisijas Paziņojumā par tirgus definīciju. Sk. arī 2.3.1. iedaļu.

a.1) *Tirgus daļas robežlielums*

91. Ja divas vai vairākas pētniecības un izstrādes nolīguma puses ir konkurējoši uzņēmumi Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 15) apakšpunkta nozīmē⁽¹⁰⁶⁾, pētniecības un izstrādes nolīgumam grupu atbrīvojumu var piemērot tikai tad, ja brīdī, kad tiek noslēgts pētniecības un izstrādes nolīgums, pušu kopējā tirgus daļa konkrētajos produktu un tehnoloģiju tirgos nepārsniedz 25 %. Tirgus daļas robežlielumu piemēro šādi⁽¹⁰⁷⁾:

a) attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas paredz *kopīgu pētniecību un izstrādi*, nolīguma pušu kopējā tirgus daļa konkrētajos produktu un tehnoloģiju tirgos nedrīkst pārsniegt 25 %⁽¹⁰⁸⁾;

b) attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas paredz *maksas pētniecību un izstrādi*, piemēro to pašu 25 % tirgus daļas robežlielumu, taču kopējā tirgus daļā ir jāņem vērā finansējošās puses tirgus daļa un visu to uzņēmumu tirgus daļas, ar kuriem finansējošā puse ir noslēgusi pētniecības un izstrādes nolīgumus par tiem pašiem līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām⁽¹⁰⁹⁾.

a.2) *Tirgus daļu aprēķins*

92. Brīdī, kad tiek noslēgts pētniecības un izstrādes nolīgums, atskaites punkts ir tirgus, kuru veido esošie produkti vai tehnoloģijas, kurus var uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām⁽¹¹⁰⁾.
93. Ja pētniecības un izstrādes nolīguma mērķis ir *uzlabot, aizstāt vai aizvietot* esošus produktus vai tehnoloģijas, tirgus daļas aprēķina, ņemot vērā tikai tos esošos produktus vai tehnoloģijas, kas tiks uzlaboti, aizstāti vai aizvietoti. Tā rīkojas pat tad, ja aizstājējprodukts vai aizstājējtehnoloģija ievērojami atšķirsies no esošā produkta vai tehnoloģijas.
94. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredz, ka pušu tirgus daļas ir jāaprēķina, pamatojoties uz *tirgū pārdoto produktu vērtības datiem*. Ja tirgū pārdoto produktu vērtības dati nav pieejami, puses var izmantot *tirgū pārdoto produktu apjoma* datus, un, ja arī šādi dati nav pieejami, puses savu tirgus daļu aprēķināšanai var izmantot citu ticamu tirgus informāciju, tai skaitā pētniecības un izstrādes izdevumus vai pētniecības un izstrādes jaudu⁽¹¹¹⁾.
95. Parasti tirgus daļas ir jāaprēķina, izmantojot pārdošanas datus par iepriekšējo kalendāro gadu⁽¹¹²⁾. Tomēr gadījumos, kad pārdošanas dati par iepriekšējo kalendāro gadu neatspoguļo pušu stāvokli konkrētajā(-os) tirgū(-os), tirgus daļas aprēķina kā pušu tirgus daļu vidējo rādītāju par trim iepriekšējiem kalendārajiem gadiem⁽¹¹³⁾. Tas var attiekties, piemēram, uz piedāvājumu iesniegšanas tirgiem, kur tirgus daļas gadu no gada ievērojami atšķiras atkarībā no tā, vai uzņēmumi ir bijuši sekmīgi piedāvājumu iesniegšanas procesā. Tāpat tas var attiekties arī uz tirgiem, kuriem raksturīgi lieli, neregulāri pasūtījumi, piemēram, ja pārdošanas dati par iepriekšējo kalendāro gadu nav reprezentatīvi, jo attiecīgajā gadā nav bijis lielu pasūtījumu. Tirgus daļu aprēķins uz trīs iepriekšējo kalendāro gadu vidējās vērtības bāzes var būt nepieciešams arī gadījumos, kad kalendārajā gadā pirms sadarbības nolīguma noslēgšanas ir noticis piedāvājuma vai pieprasījuma satricinājums.
96. Tehnoloģiju tirgu gadījumā tehnoloģiju licenciāra tirgus daļu aprēķina, pamatojoties uz licenciāra un visu tā licenciātu noietu par produktiem, kas ietver licencēto tehnoloģiju, kā procentuālo daļu no visa konkurējošo produktu noietā neatkarīgi no tā, vai konkurējošie produkti ir ražoti, izmantojot licencējamo tehnoloģiju. Šo metodiku izmanto, jo parasti ir grūti iegūt uzticamus autoratlīdzību ienākumu datus un aprēķinos, kas balstīti uz faktiskajiem autoratlīdzību ienākumiem, tehnoloģijas stāvoklis tirgū var būt novērtēts pārāk zemu⁽¹¹⁴⁾.

⁽¹⁰⁶⁾ Sk. 87. un 88. punktu.

⁽¹⁰⁷⁾ Sk. 2.2.2.1. iedaļu attiecībā uz nošķirumu starp kopīgu pētniecību un izstrādi un maksas pētniecību un izstrādi. Sk. arī Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1) apakšpunktu.

⁽¹⁰⁸⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 1. punkta a) apakšpunktu.

⁽¹⁰⁹⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu. Nav nepieciešams, lai Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR attiektos uz visiem finansējošās puses pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas attiecas uz tiem pašiem līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām.

⁽¹¹⁰⁾ Norādījumus par konkrētā tirgus definēšanu sk. 44. punktā un Komisijas Paziņojumā par tirgus definīciju. Sk. arī 2.3.1. iedaļu.

⁽¹¹¹⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 7. panta 2. punktu.

⁽¹¹²⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 7. panta 3. punktu.

⁽¹¹³⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 7. panta 3. punktu.

⁽¹¹⁴⁾ Sk. arī Tehnoloģiju nodošanas grupu atbrīvojuma regulas 8. panta d) punktu un Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādņu 25. un 86.–88. punktu.

b) *Pētniecības un izstrādes nolīgumi, kam nepiemēro tirgus daļas robežlielumu*

97. Ja pētniecības un izstrādes nolīguma puses nav konkurējoši uzņēmumi Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 15) apakšpunkta nozīmē⁽¹¹⁵⁾, Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 2. punkts paredz, ka grupu atbrīvojums ir piemērojams visu kopīgās vai maksas pētniecības un izstrādes periodu un uz atbrīvojumu tirgus daļas robežlielums neattiecas.
98. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 2. punkts ir piemērojams jo īpaši šādās situācijās⁽¹¹⁶⁾:
- a) ja tikai viena puse atbilst Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 15) apakšpunktā sniegtajai faktiskai vai potenciāla konkurenta definīcijai;
- b) ja pētniecības un izstrādes nolīgums attiecas uz tādu produktu vai tehnoloģiju izstrādi, kas neuzlabotu, neaizstātu vai neaizvietotu esošus produktus vai tehnoloģijas, bet gan radītu pilnīgi jaunu pieprasījumu, piemēram, vakcīna, kas aizsargā no vīrusa, pret kuru iepriekš vakcīnas nebija;
- c) ja pētniecības un izstrādes nolīgums attiecas uz inovācijas centieniem, kas pētniecības un izstrādes nolīguma noslēgšanas brīdī vēl nav cieši saistīti ar konkrētu produktu vai tehnoloģiju.

99. Situācijās, kas aprakstītas 98. punkta b) un c) apakšpunktā, nav iespējams identificēt produktu vai tehnoloģiju, kas tiks uzlabots, aizstāts vai aizvietots ar līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām. Šādā gadījumā pētniecības un izstrādes nolīgumam grupu atbrīvojumu var piemērot uz kopīgās vai maksas pētniecības un izstrādes laiku, un tirgus daļas robežlielumu nepiemēro⁽¹¹⁷⁾. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR noteikumi, kas attiecas uz konkrēto tirgus un tirgus daļas robežlielumiem, neskar novērtējumu no konkurences viedokļa par pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kam nav piemērojams Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums, tai skaitā pētniecības un izstrādes nolīgumiem, attiecībā uz kuriem grupu atbrīvojuma piemērošana ir atsaukta. Piemēram, uzņēmumi, kas nav faktiski vai potenciāli konkurenti Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nozīmē, tomēr var konkurēt inovācijā.

c) *Ilgums*

100. Ja kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultāti *netiek kopīgi izmantoti*, Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums ir piemērojams visā pētniecības un izstrādes laikā.
101. Ja kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultāti tiek *kopīgi izmantoti* un uz pētniecības un izstrādes nolīgumu attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta a) vai b) apakšpunktā sniegtās definīcijas (nolīgumi, kuru mērķis ir kopīga vai maksas pētniecība un izstrāde), tad pētniecības un izstrādes nolīgumam turpina piemērot atbrīvojumu septiņus gadus no brīža, kad līguma produkti vai līguma tehnoloģijas pirmo reizi tiek laisti iekšējā tirgū, ja nolīguma noslēgšanas brīdī konkrētā tirgus daļas robežlielums netika pārsniegts.
102. Ja kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultāti tiek *kopīgi izmantoti* un uz pētniecības un izstrādes nolīgumu attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta c) vai d) apakšpunktā sniegtās definīcijas (nolīgumi, kuru mērķis ir tādas pētniecības un izstrādes rezultātu kopīga izmantošana, kuru veic saskaņā ar iepriekšēju kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes nolīgumu starp tām pašām pusēm), tad pētniecības un izstrādes nolīgumam turpina piemērot atbrīvojumu septiņus gadus no brīža, kad līguma produkti vai līguma tehnoloģijas pirmo reizi tiek laisti iekšējā tirgū, ja šā iepriekšējā nolīguma noslēgšanas brīdī konkrētā tirgus daļas robežlielums netika pārsniegts⁽¹¹⁸⁾.
103. Ja pētniecības un izstrādes nolīguma rezultātā iekšējā tirgū tiek laists vairāk nekā viens līguma produkts vai līguma tehnoloģija un katrs līguma produkts vai līguma tehnoloģija pieder pie atsevišķa produktu tirgus, tad septiņu gadu atbrīvojuma periods ir piemērojams atsevišķi katram līguma produktam vai līguma tehnoloģijai, sākot no brīža, kad produktu vai tehnoloģiju pirmo reizi laiž iekšējā tirgū.

⁽¹¹⁵⁾ Sk. 87. un 88. punktu.

⁽¹¹⁶⁾ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 2. punktu nepiemēro, ja divas vai vairākas puses ir faktiski vai potenciāli konkurenti tādu esošo produktu vai tehnoloģiju tirgū, kurus var uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām; šādā gadījumā piemēro 6. panta 1. punktu (tirgus daļas robežlielums).

⁽¹¹⁷⁾ Minētais neskar Komisijas vai VKI pilnvaras atsevišķos gadījumos atsaukt grupu atbrīvojuma piemērošanu. Sk. 2.2.6. iedaļu.

⁽¹¹⁸⁾ Kā minēts 68. punktā, arī iepriekš noslēgtajam kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes nolīgumam ir jāatbilst Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumiem.

104. Pēc Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 3. punktā minētā septiņu gadu perioda beigām atbrīvojumu turpina piemērot tik ilgi, kamēr pušu kopējā tirgus daļa tirgos, pie kuriem pieder līguma produkti vai līguma tehnoloģijas, nepārsniedz 25 %. Ja pēc septiņu gadu perioda beigām pušu kopējā tirgus daļa palielinās virs 25 %, pētniecības un izstrādes nolīgumam turpina piemērot Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR divus secīgus gadus pēc gada, kad robežlielums pirmo reizi pārsniegts ⁽¹¹⁹⁾.

2.2.4. Stingrie un izslēgtie ierobežojumi

2.2.4.1. Stingrie ierobežojumi

105. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. pantā ir ietverts stingro ierobežojumu uzskaitījums. Stingrie ierobežojumi ir nopietni konkurences ierobežojumi, kas parasti izraisīs kaitējumu tirgum un patērētājiem. Ja pētniecības un izstrādes nolīgums ietver vienu vai vairākus šādus ierobežojumus, viss līgums ir izslēgts no Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētā atbrīvojuma.

106. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. pantā uzskaitītos stingros ierobežojumus var sagrupēt šādās kategorijās: i) ierobežojumi pušu brīvībai veikt citus pētniecības un izstrādes centienus, ii) ražošanas apjoma vai pārdošanas ierobežojumi un cenu noteikšana, iii) aktīvās un pasīvās pārdošanas ierobežojumi un iv) citi stingrie ierobežojumi.

a) Ierobežojums pušu brīvībai veikt citus pētniecības un izstrādes centienus

107. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta a) punktā ir noteikts, ka ierobežojums pušu brīvībai veikt pētniecību un izstrādi neatkarīgi vai sadarbībā ar trešām personām jebkurā no šādām jomām ir stingrais ierobežojums:

i) jomā, kas nav saistīta ar jomu, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums;

ii) jomā, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, vai saistītā jomā pēc kopīgās vai maksas pētniecības un izstrādes pabeigšanas.

b) Ražošanas apjoma vai pārdošanas ierobežojumi un cenu noteikšana

108. Ražošanas apjoma vai pārdošanas ierobežojumi. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta b) punkts paredz, ka ražošanas apjoma vai pārdošanas ierobežojumi ir stingrie ierobežojumi. Tomēr šajā ziņā piemēro četrus izņēmumus:

i) ražošanas mērķrādītāju noteikšana, kur pētniecības un izstrādes nolīgums paredz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu un kopīgā izmantošana ietver līguma produktu kopīgu ražošanu ⁽¹²⁰⁾;

ii) pārdošanas mērķrādītāju noteikšana, kur pētniecības un izstrādes rezultātu kopīga izmantošana 1) ietver līguma produktu kopīgu izplatīšanu vai līguma tehnoloģiju kopīgu licencēšanu, un 2) notiek kopīgā komandā, organizācijā vai uzņēmumā vai ja to kopīgi uztic trešai personai ⁽¹²¹⁾;

iii) prakse, kas izpaužas kā specializācija attiecībā uz izmantošanu, piemēram, pusēm noteikti ierobežojumi attiecībā uz pētniecības un izstrādes rezultātu izmantošanu attiecībā uz konkrētām teritorijām, klientiem vai izmantošanas jomām ⁽¹²²⁾;

iv) konkrētas nekonkurēšanas saistības ⁽¹²³⁾, proti, ierobežojumi attiecībā uz pušu brīvību ražot, pārdot, cedēt vai licencēt produktus, tehnoloģijas vai procesus, kas konkurē ar līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām, periodā, kurā puses ir vienojušās kopīgi izmantot rezultātus.

109. Cenu noteikšana. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta c) punkts paredz, ka cenu noteikšana attiecībā uz līguma produktu pārdošanu vai licences maksu noteikšana attiecībā uz līguma tehnoloģiju licencēšanu trešām personām ir stingrais ierobežojums.

⁽¹¹⁹⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 5. punktu.

⁽¹²⁰⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta b) punkta i) apakšpunktu.

⁽¹²¹⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta b) punkta ii) apakšpunktu.

⁽¹²²⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta b) punkta iii) apakšpunktu.

⁽¹²³⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta b) punkta iv) apakšpunktu.

110. Tomēr Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredz izņēmumus attiecībā uz šo stingro ierobežojumu cenu noteikšanai tiešajiem klientiem un licenču maksu noteikšanai tiešajiem licenciātiem, ja pētniecības un izstrādes nolīgums paredz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu un kopīga izmantošana i) ietver līguma produktu kopīgu izplatīšanu vai līguma tehnoloģiju kopīgu licencēšanu un ja ii) to veic kopīga komanda, organizācija vai uzņēmums vai to kopīgi uztic trešai personai ⁽¹²⁴⁾.

c) *Aktīvās un pasīvās pārdošanas ierobežojumi*

111. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta d) un e) punkts attiecas uz pasīvās un aktīvās pārdošanas ierobežojumiem. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir sniegtas šādas definīcijas:

i) “pasīvā pārdošana” ⁽¹²⁵⁾ ir pārdošana pēc individuālu klientu pašiniciatīvas pieprasījumiem, tai skaitā produktu piegāde klientam gadījumos, kad pārdošanas darījumu nav izraisījusi aktīva vēršanās pie konkrētā klienta, klientu grupas vai teritorijas, un ietver pārdošanu, kas ir rezultāts dalībai publiskajā iepirkumā vai privātā konkursā;

ii) “aktīvā pārdošana” ⁽¹²⁶⁾ ir jebkāda veida pārdošana, kas nav pasīvā pārdošana. Tas ietver aktīvu vēršanos pie klientiem, nosūtot vēstules, e-pastus, uzaicinājumus vai citu veidu tiešu saziņu vai īstenojot mērķtiecīgas reklāmas vai popularizēšanas kampaņas bezsaistē vai tiešsaistē, piemēram, izmantojot drukātus vai digitālus medijus, tai skaitā tiešsaistes medijus, kā arī cenu salīdzināšanas pakalpojumus vai reklāmas meklētājprogrammas, tās vēršot uz klientiem konkrētās teritorijās vai klientu grupām, tīmekļa vietnes ar tāda augstākā līmeņa domēna uzturēšanu, kas atbilst konkrētām teritorijām, vai tādu valodu piedāvāšanu tīmekļa vietnē, kuras tiek plaši izmantotas konkrētās teritorijās, ja šādas valodas atšķiras no tām, ko parasti izmanto teritorijā, kurā ir pircēja mītnes vieta.

112. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta d) punkts paredz, ka *pasīvās pārdošanas* ierobežojumi ir stingrie ierobežojumi. Tas attiecas uz jebkuru tās teritorijas ierobežojumu, kur – vai to klientu ierobežojumu, kuriem – puses drīkst pasīvi pārdot līguma produktus vai licencēt līguma tehnoloģijas. Tomēr Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta d) punkts paredz izņēmumu attiecībā uz prasībām ekskluzīvi licencēt pētniecības un izstrādes rezultātus citai pētniecības un izstrādes nolīguma pusei. Minētā izņēmuma iemesls ir tas, ka Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredz iespēju pusēm specializēties attiecībā uz izmantošanu, kas ietver scenāriju, kur tikai viena puse ražo un izplata līguma produktus, pamatojoties uz pārējo pušu piešķirtu ekskluzīvu licenci.

113. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta e) punkts paredz, ka *aktīvās pārdošanas* ierobežojumi ir stingrie ierobežojumi. Tas attiecas uz jebkuru ierobežojumu aktīvi pārdot līguma produktus vai līguma tehnoloģijas tādās teritorijās vai tādiem klientiem, kas nav ekskluzīvi iedalīti vienai no pusēm, specializējoties attiecībā uz izmantošanu.

d) *Citi stingrie ierobežojumi*

114. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta f) punkts paredz, ka prasība pusei atteikties pildīt klientu pasūtījumus pušu tās teritorijā vai tādu klientu pasūtījumus, kas citādi sadalīti pušu starpā, specializējoties attiecībā uz izmantošanu, ja šādi klienti tirgotu līguma produktus citās teritorijās iekšējā tirgū, ir stingrais ierobežojums.

115. Visbeidzot, Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta g) punktā par stingro ierobežojumu ir klasificēta jebkura prasība pusei apgrūtināt lietotājiem vai tālākpārdevējiem līguma produktu iegūšanu no citiem tālākpārdevējiem iekšējā tirgū ⁽¹²⁷⁾. Tas var ietvert, piemēram, tādas prasības noteikšanu, ka klientu garantijas pakalpojumus sniedz tikai tad, ja līguma produkts tiek pirkt konkrētā dalībvalstī.

⁽¹²⁴⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta c) punktu.

⁽¹²⁵⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 19) apakšpunktu.

⁽¹²⁶⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 18) apakšpunktu.

⁽¹²⁷⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta g) punktu.

2.2.4.2. Izslēgtie ierobežojumi

116. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 9. pantu no grupu atbrīvojuma ir izslēgti konkrēti pienākumi, ko nosaka pētniecības un izstrādes nolīgumos. Tie ir pienākumi, attiecībā uz kuriem nevar pieņemt, ka tie kopumā atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Atšķirībā no stingrajiem ierobežojumiem, kas noteikti Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. pantā, izslēgto ierobežojumu izmantošana nenozīmē, ka visam pētniecības un izstrādes nolīgumam grupu atbrīvojums vairs nav piemērojams. Ja izslēgto ierobežojumu var nodalīt no pārējā nolīguma, pārējam nolīgumam grupu atbrīvojumu turpina piemērot, ja vien nolīgums atbilst Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumiem.
117. Par izslēgtajiem ierobežojumiem veic individuālu novērtējumu saskaņā ar 101. pantu. Netiek prezumēts, ka uz šādiem ierobežojumiem attiecas 101. panta 1. punktā noteiktais aizliegums vai ka tie neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.
118. Pirmais izslēgtais ierobežojums ir pienākums neapstrīdēt:
- a) pēc pētniecības un izstrādes pabeigšanas – to intelektuālā īpašuma tiesību derīgumu, kuras pusēm ir iekšējā tirgū un kuras ir būtiskas pētniecībai un izstrādei ⁽¹²⁸⁾; vai
 - b) pēc pētniecības un izstrādes nolīguma darbības beigām – to intelektuālā īpašuma tiesību derīgumu, kuras pusēm ir iekšējā tirgū un ar kurām tiek aizsargāti pētniecības un izstrādes rezultāti ⁽¹²⁹⁾.
119. Iemesls šādu pienākumu izslēgšanai no grupu atbrīvojuma ir tāds, ka pusēm, kuru rīcībā ir būtiskā informācija, lai identificētu intelektuālā īpašuma tiesības, kuras piešķirtas kļūdas pēc, nevajadzētu liegt iespēju apstrīdēt šādu intelektuālā īpašuma tiesību derīgumu. Tomēr noteikumi, kas ļauj izbeigt pētniecības un izstrādes nolīgumu, ja viena no pusēm apstrīd to intelektuālā īpašuma tiesību derīgumu, kas ir būtiskas kopīgajai vai maksas pētniecībai un izstrādei vai kas aizsargā pētniecības un izstrādes rezultātus, nav izslēgtie ierobežojumi.
120. Otrais izslēgtais ierobežojums ir saistības nepiešķirt licences trešām personām līguma produktu ražošanai vai līguma tehnoloģiju piemērošanai. Tas nozīmē, ka pusēm principā vajadzētu būt iespējai brīvi piešķirt licences trešām personām. Izņēmumu piemēro, ja pētniecības un izstrādes nolīgumā ir noteikts, ka kopīgās pētniecības un izstrādes vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātus izmanto vismaz viena puse un šī izmantošana notiek iekšējā tirgū attiecībā pret trešām personām.

2.2.5. Attiecīgais brīdis, lai novērtētu atbilstību Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumiem

121. Lai piemērotu tirgus daļas robežlielumu, kas noteikts Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. pantā, attiecīgais brīdis novērtējumam ir diena, kad puses noslēdz kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes nolīgumu. Beidzoties septiņu gadu periodam, kas minēts Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 4. punktā, pusēm ir jānovērtē, pie kura(-iem) tirgus(-iem) līguma produkts vai līguma tehnoloģijas pieder un vai pušu kopējā tirgus daļa pārsniedz 25 %. Atbilstība Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumiem jānovērtē brīdī, kad tiek noslēgts pētniecības un izstrādes nolīgums, un nolīgumam jāatbilst minētajiem nosacījumiem visā tā darbības laikā, attiecīgā gadījumā arī pētniecības un izstrādes rezultātu izmantošanas periodā.

2.2.6. Grupu atbrīvojuma atsaukšana

122. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 10. un 11. pants paredz, ka Komisija un VKI var atsaukt grupu atbrīvojuma piemērošanu atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta attiecīgi 1. un 2. punktam, ja tās individuālā gadījumā konstatē, ka pētniecības un izstrādes nolīgumam, uz kuru attiecas grupu atbrīvojums, tomēr ir ietekme, kas ir nesaderīga ar 101. panta 3. punktu.
123. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 10. panta 2. punktā ir neizsmeļoši uzskaitītas situācijas, kurās Komisija var apsvērt šo pilnvaru izmantošanu, proti, ja:
- a) pētniecības un izstrādes nolīguma pastāvēšana būtiski ierobežo trešo personu iespējas veikt pētniecību un izstrādi jomās, kas saistītas ar līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām; iemesls tam var būt, piemēram, ierobežota pieejamā resursu spēja;

⁽¹²⁸⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 9. panta 1. punkta a) apakšpunkta i) punktu.

⁽¹²⁹⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 9. panta 1. punkta a) apakšpunkta ii) punktu.

- b) pētniecības un izstrādes nolīguma pastāvēšana būtiski ierobežo trešo personu piekļuvi konkrētajam līguma produktam vai līguma tehnoloģiju tirgum, piemēram, tāpēc, ka vienai no pusēm ir piešķirta ekskluzīva licence ražot un izplatīt līguma produktus vai līguma tehnoloģijas;
- c) puses neizmanto kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātus attiecībā pret trešām personām bez objektīvi pamatota iemesla, piemēram, atsakoties licencēt pētniecības un izstrādes rezultātus;
- d) no pētniecības un izstrādes nolīguma izrietošie produkti vai tehnoloģijas visā iekšējā tirgū vai būtiskā tā daļā nav pakļauti efektīvai konkurencei;
- e) pētniecības un izstrādes nolīguma pastāvēšana būtiski ierobežotu konkurenci inovācijā vai konkurenci pētniecībā un izstrādē konkrētā jomā. Tas var notikt, piemēram, tad, ja līguma produkti vai līguma tehnoloģijas radītu pilnīgi jaunu pieprasījumu un ja līguma noslēgšanas brīdī ir mazs skaits salīdzināmu neatkarīgu pētniecības un izstrādes projektu tajā pašā jomā.
124. Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 1. punkts paredz, ka Komisija var atsaukt grupu atbrīvojuma piemērošanu pēc savas iniciatīvas vai uz sūdzības pamata. Ja Komisija vai VKI vēlas atsaukt grupu atbrīvojuma piemērošanu attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumu, tai jākonstatē, pirmkārt, ka nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē un, otrkārt, ka nolīgums neatbilst vismaz vienam no 101. panta 3. punkta četriem kumulatīvajiem nosacījumiem ⁽¹³⁰⁾. Lēmumu atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojuma piemērošanu var apvienot ar konstatējumu par 101. panta pārkāpumu un prasību izbeigt pārkāpumu. Var piemērot arī uzvedības vai strukturālus izlabošanas pasākumus ⁽¹³¹⁾.
125. Ikviens lēmums atsaukt grupu atbrīvojuma piemērošanu rada ietekmi tikai *ex nunc*, tas ir, pētniecības un izstrādes nolīguma atbrīvojuma statuss paliek neskarts uz laikposmu līdz dienai, kad atsaukšana stājas spēkā. Ja VKI plāno atsaukt grupu atbrīvojuma piemērošanu atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 2. punktam, tai ir jāņem vērā arī tās pienākumi atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 11. panta 4. punktam, jo īpaši tās pienākums apspriesties ar Komisiju par tās paredzēto lēmumu.
- 2.2.7. *Pārejas periods*
126. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir paredzēts divu gadu pārejas periods (no 2023. gada 1. jūlija līdz 2025. gada 30. jūnijam), kura laikā 101. panta 1. punktā noteiktais aizliegums nav piemērojams pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas jau ir spēkā 2023. gada 30. jūnijā un neatbilst nosacījumiem, lai piemērotu Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzēto atbrīvojumu, bet atbilst nosacījumiem, lai piemērotu Regulā (EK) Nr. 1217/2010 paredzēto atbrīvojumu.
- 2.3. **Pētniecības un izstrādes nolīgumu individuāls novērtējums atbilstoši 101. panta 1. punktam**
127. Ja pētniecības un izstrādes nolīgumam nav piemērojams Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums, ir jāveic individuāls novērtējums atbilstoši 101. pantam. Novērtējuma pirmajā posmā nosaka, vai nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē ⁽¹³²⁾. Ja nolīgums ierobežo konkurenci minētās tiesību normas nozīmē, otrajā posmā nosaka, vai nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

⁽¹³⁰⁾ Atbilstoši ES Pamattiesību hartas 41. panta 2. punktam personām, kuras varētu nelabvēlīgi ietekmēt individuāls lēmums, ar ko piemēro Savienības tiesības, ir tiesības tikt uzklautām pirms lēmuma pieņemšanas.

⁽¹³¹⁾ Atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 7. panta 1. punktam. Komisija ir izmantojusi savas pilnvaras atsaukt grupu atbrīvojuma regulu piemērošanu savā 1992. gada 25. marta lēmumā (pagaidu pasākumi) par procedūru saskaņā ar EEK līguma 85. pantu lietā IV/34.072 – *Mars/Langnese un Schöller*, kas apstiprināts ar 1998. gada 1. oktobra spriedumu *Langnese-Iglo* pret Komisiju, C-279/95 P, EU:C:1998:447, un savā 1991. gada 4. decembra lēmumā (pagaidu pasākumi) par procedūru saskaņā ar EEK līguma 85. pantu lietā IV/33.157 – *Eco System/Peugeot*.

⁽¹³²⁾ Ja tā nav, tad 101. pantu nepiemēro un turpmāks novērtējums nav vajadzīgs.

2.3.1. Konkrētie tirgi

128. *Paziņojumā par tirgus definīciju* ir sniegti galvenie kritēriji un pierādījumi, ko Komisija izmanto, lai definētu konkrētos tirgus, kad tā nodrošina Savienības konkurences tiesību izpildi (sk. arī 44. punktu). To pētniecības un izstrādes nolīgumu individuālajam novērtējumam atbilstoši 101. pantam, uz kuriem neattiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ⁽¹³³⁾, būtiski var būt turpmāk sniegtie apsvērumi.

2.3.1.1. Produktu tirgi

129. Ja pētniecības un izstrādes nolīgums attiecas uz tādu produktu izstrādi, ar kuriem tiks *uzlaboti vai aizstāti* esošie produkti, tad novērtējuma atbilstoši 101. pantam nolūkos konkrētais(-ie) tirgus(-i) ir šo esošo produktu vai tehnoloģiju tirgus(-i).
130. Esošo produktu tirgi var būt konkrētie tirgi novērtējuma nolūkos arī tad, ja pētniecības un izstrādes nolīgums attiecas uz produktiem, ar kuriem tiks *aizstāti* esošie produkti (proti, ja no pētniecības un izstrādes izrietošais produkts apmierina to pašu piedāvājumu, ko apmierina esošais produkts, bet pieder pie atsevišķa konkrētā tirgus). Tas tā var būt jo īpaši tad, ja esošā produkta aizstāšana ir nepilnīga vai notiek ilgtermiņā. Tā dēvētie “izstrādes stadijā esošie produkti” ⁽¹³⁴⁾ atkarībā no konkrētā gadījuma apstākļiem var tikt uzskatīti par produktiem, kas uzlabos vai aizstās esošos produktus, vai arī par produktiem, kas aizvietos esošos produktus ⁽¹³⁵⁾.
131. Ja pētniecība un izstrāde attiecas uz *svarīgu galaprodukta komponentu*, novērtējuma atbilstoši 101. pantam vajadzībām konkrētais tirgus var būt gan komponenta tirgus, gan galaprodukta tirgus. Tomēr galaprodukta tirgus būs konkrētais tirgus tikai tad, ja komponents, uz kuru attiecas pētniecība un izstrāde, ir tehniski vai ekonomiski galaprodukta pamatkomponents un vismaz viena no pētniecības un izstrādes nolīguma pusēm darbojas galaprodukta tirgū, un tai ir tirgus vara šajā tirgū.

2.3.1.2. Tehnoloģiju tirgi

132. Pētniecības un izstrādes nolīgumi var attiekties ne tikai uz produktiem, bet arī uz tehnoloģijām. Ja intelektuālā īpašuma tiesības tiek tirgotas atsevišķi no produktiem, uz kuriem tās attiecas, novērtējuma atbilstoši 101. pantam nolūkos konkrētie tirgi būs tehnoloģiju tirgi. Konkrēto tehnoloģiju tirgu veido tehnoloģija (intelektuālais īpašums), kas tiek pārdota vai licencēta, un tehnoloģijas, kuras licenciāti uzskata par aizstājošām ⁽¹³⁶⁾. Ja pētniecības un izstrādes nolīgums attiecas uz tādu tehnoloģiju izstrādi, kas uzlabos, aizstās vai aizvietos esošas tehnoloģijas, novērtējuma atbilstoši 101. pantam nolūkos konkrētie tirgi ir šo esošo tehnoloģiju tirgi.

2.3.1.3. Agrīni inovāciju centieni

133. Dažos gadījumos uzņēmumi var sadarboties pētniecībā un izstrādē, kas nav cieši saistīta ar konkrētu produktu vai tehnoloģiju. Šādiem agrīniem inovāciju centieniem galu galā var būt vairāki mērķi, un ilgākā termiņā tie var novest pie dažādiem produktiem vai tehnoloģijām.
134. Ja pētniecības un izstrādes nolīgums attiecas uz agrīniem inovācijas centieniem, tad, lai novērtētu pušu konkurences stāvokli 101. panta piemērošanas nolūkos, var būt nepieciešams ņemt vērā tādas faktorus kā inovācijas centienu veids un tvērums, dažādo pētniecības virzienu mērķi, dažādo iesaistīto komandu specializācija vai attiecīgo uzņēmumu līdzšinējo inovācijas centienu rezultāti. Šajā nolūkā var būt nepieciešams izmantot konkrētus kritērijus, piemēram, pētniecības un izstrādes izdevumu apmēru vai patentu vai atsauču uz patentiem skaitu.

2.3.2. Galvenās konkurences problēmas

135. Sadarbība pētniecībā un izstrādē var radīt dažādas ar konkurenci saistītas problēmas, proti, tā var tieši ierobežot sadarbību starp pusēm, novest pie aizliegtas vienošanās tirgū vai radīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu trešām personām.

⁽¹³³⁾ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir ietvertas konkrētas definīcijas, kas ir būtiskas, piemērojot Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR noteikto tirgus daļas robežlielumu. Sk. 2.2.3.4. iedaļu.

⁽¹³⁴⁾ Šo terminu lieto atsevišķās nozarēs, runājot par produktiem, kuri vēl nav laisti tirgū, bet attiecībā uz kuriem pastāv pietiekama pētniecības un izstrādes procesa redzamība, lai noteiktu, pie kura tirgus produkti varētu piederēt, ja pētniecības un izstrādes process būs veiksmīgs.

⁽¹³⁵⁾ Daži pētniecības un izstrādes nolīgumi attiecas uz tādu produktu izstrādi, kas neuzlabos, neaizstās un neaizvietos esošus produktus, bet apmierinās pilnīgi jaunu pieprasījumu. Šajā produktu kategorijā var ietilpt arī izstrādes stadijā esoši produkti.

⁽¹³⁶⁾ Sk. arī Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādņu 19.–26. punktu.

136. Ja sadarbība pētniecībā un izstrādē tieši ierobežo konkurenci starp pusēm vai veicina aizliegtu vienošanos tirgū, rezultātā var paaugstināties cenas, samazināties izvēle patērētājiem vai pazemināties produktu vai tehnoloģiju kvalitāte. Tas var arī samazināt vai aizkavēt inovāciju un tādējādi pasliktināt kvalitāti vai samazināt tirgū ienākošo produktu vai tehnoloģiju apjomu.
137. Pētniecības un izstrādes nolīgumi var radīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu trešām personām, ja vienai vai vairākām nolīguma pusēm ir tirgus vara konkrētajā produktu vai tehnoloģiju tirgū un nolīgums ietver ekskluzivitātes vai konkurences aizlieguma noteikumus.
- 2.3.3. *Pētniecības un izstrādes nolīgumi, kas parasti neierobežo konkurenci*
138. Ja nav tirgus varas, pētniecības un izstrādes nolīgumi, ko noslēdz nekonkurējošas puses, parasti neierobežo konkurenci. Tas tā var būt tad, ja pušu aktīvi, tehnoloģijas vai prasmes ir savstarpēji papildinošas un ja puses nevarētu pašas veikt pētniecību un izstrādi īsā laika periodā⁽¹³⁷⁾. Konkurences attiecības starp pusēm ir jānovērtē, pamatojoties uz objektīviem faktoriem. Piemēram, uzņēmums var nespēt neatkarīgi veikt pētniecību un izstrādi, ja tam ir ierobežotas tehniskās spējas vai ierobežota piekļuve finansējumam, prasmīgiem darbiniekiem, tehnoloģijām vai citiem resursiem.
139. Viens no tāda pētniecības un izstrādes nolīguma piemēriem, kas ļauj kopīgi likt lietā savstarpēji papildinošus aktīvus, tehnoloģijas un prasmes, ir iepriekš pašu vajadzībām veiktās pētniecības un izstrādes uzticēšana ārpalpojumu sniedzējiem – subjektiem, kas nedarbojas pētniecības un izstrādes rezultātu izmantošanas jomā, piemēram, pētniecības institūtiem, akadēmiskām struktūrām vai citiem specializētiem uzņēmumiem. Šādi nolīgumi parasti paredz zinātnības nodošanu un/vai ekskluzīvas piegādes pienākumus attiecībā uz pētniecības un izstrādes rezultātiem.
140. Sadarbība pētniecībā un izstrādē, kas saistīta ar fundamentāliem pētījumiem, parasti neierobežo konkurenci. Šajā kontekstā “fundamentāli pētījumi” ir eksperimentāls vai teorētisks darbs, ko galvenokārt veic, lai iegūtu jaunas zināšanas par parādību un novērojamu faktu pamatiem.
- 2.3.4. *Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ*
141. Pētniecības un izstrādes nolīgumi var ierobežot konkurenci mērķa dēļ, ja to galvenais mērķis ir nevis pētniecības un izstrādes veikšana, bet gan rīku nodrošināšana, lai iesaistītos karteli, kad puses iesaistās cenu noteikšanā, ražošanas apjoma ierobežošanā, tirgus sadalē vai tehniskās attīstības ierobežošanā⁽¹³⁸⁾.
142. Piemēram, uzņēmumi var izmantot pētniecības un izstrādes nolīgumu, lai i) novērstu vai aizkavētu produktu vai tehnoloģiju ienākšanu tirgū, ii) saskaņotu to produktu vai tehnoloģiju iezīmes, uz kuriem neattiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, vai iii) ierobežotu kopīgi izstrādāta produkta vai tehnoloģijas uzlabošanu.
- 2.3.5. *Konkurenci ierobežojošā ietekme*
143. Lai novērtētu, vai pētniecības un izstrādes sadarbības nolīgumam ir konkurenci ierobežojoša ietekme, ir jāņem vērā attiecīgie konkurences parametri konkrētajā gadījumā. Minētie parametri var būt ne tikai produkta cena, bet arī tā inovācijas līmenis, tā kvalitāte dažādos aspektos, kā arī tā pieejamība, tai skaitā no izpildes laika, piegādes ķēžu noturības, piegādes uzticamības un transporta izmaksu viedokļa.
144. Pētniecības un izstrādes nolīgumi, kas neparedz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu licencēšanā, ražošanā vai tirdzniecībā, reti rada konkurenci ierobežojošu ietekmi. Šādiem nolīgumiem var būt konkurenci ierobežojoša ietekme tikai tad, ja tie ierobežo inovācijas konkurenci.
- 2.3.5.1. *Tirgus vara*
145. Parasti pētniecības un izstrādes nolīgumiem var būt konkurenci ierobežojoša ietekme 101. panta 1. punkta nozīmē tikai tad, ja vienai vai vairākām nolīguma pusēm ir tirgus vara konkrētajā esoša produkta vai tehnoloģijas tirgū vai ja nolīgums ievērojami samazina inovācijas konkurenci.

⁽¹³⁷⁾ Sk. arī 16. punktu attiecībā uz potenciālu konkurenci.

⁽¹³⁸⁾ Sk., piemēram, Komisijas 2021. gada 8. jūlija lēmumu, *Car Emissions* (lieta AT.40178), kas attiecās uz karteli starp pieciem automobiļu ražotājiem uzņēmumu apvienības kontekstā. Sadarbības šķietamais mērķis bija izstrādāt komponentus jaunai emisiju attīrīšanas sistēmai. Tomēr šīs sadarbības ietvaros automobiļu ražotāji arī vienojās neuzlabot sistēmas efektivitāti ārpus tā, kas bija juridiski prasīts, tādējādi ierobežojot emisiju attīrīšanas tehnoloģijas tehnisko attīstību.

146. Nav absolūta robežlieluma, kuru pārsniedzot var pieņemt, ka pētniecības un izstrādes nolīgums rada vai palīdz saglabāt tirgus varu un tādējādi var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi. Tomēr, jo spēcīgāks ir pušu kopējais stāvoklis konkrētajos tirgos, tai skaitā pušu stāvoklis attiecībā uz inovāciju, jo lielāka varbūtība, ka pētniecības un izstrādes nolīgumam būs ierobežojoša ietekme ⁽¹³⁹⁾.

2.3.5.2. Pētniecība un izstrāde saistībā ar esošiem produktiem vai tehnoloģijām

147. Ja pētniecība un izstrāde ir vērsta uz *esoša produktu vai tehnoloģijas uzlabošanu vai aizstāšanu*, iespējamā ietekme skar šo esošo produktu vai tehnoloģiju konkrēto(-os) tirgu(-us). Tomēr ietekme uz cenām, ražošanas apjomu, produktu kvalitāti, produktu daudzveidību vai tehnisko attīstību esošajos tirgos ir iespējama tikai tad, ja pusēm kopā ir spēcīgs stāvoklis, ienākšana tirgū ir sarežģīta un ja konkurenti, kas ir trešās personas, nespēj ierobežot pušu uzvedību, piemēram, tāpēc, ka to skaits ir ierobežots vai tiem ir nepietiekami resursi vai prasmes. Turklāt, ja pētniecība un izstrāde attiecas uz salīdzinoši mazsvarīgu galaprodukta resursu, jebkāda ietekme uz konkurenci šā galaprodukta konkrētajā(-os) tirgū(-os), visticamāk, būs ierobežota.
148. Ja pētniecība un izstrāde ir vērsta uz *esoša produkta vai tehnoloģijas aizstāšanu*, iespējamā konkurenci ierobežojošā ietekme var izpausties, piemēram, kā aizstājamo produkta vai tehnoloģijas attīstības palēnināšanās. Tas var notikt jo īpaši tad, ja tirgus pusēm ir tirgus vara esošā produkta vai tehnoloģijas tirgū un tās ir arī vienīgie uzņēmumi, kas īsteno pētniecību un izstrādi attiecībā uz esošā produkta vai tehnoloģijas aizstāšanu. Līdzīga ietekme var rasties, ja nozīmīgs tirgus dalībnieks esošā tirgū sadarbojas ar daudz mazāku tirgus dalībnieku vai potenciālu konkurentu, kas tikai gatavojas ienākt tirgū ar produktu vai tehnoloģiju un kas var apdraudēt nozīmīgā tirgus dalībnieka stāvokli.
149. Pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas paredz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu (piemēram, to kopīgu izmantošanu ražošanā vai izplatīšanā), ir lielāks potenciāls ierobežot konkurenci nekā nolīgumiem, kas paredz, ka katra puse izmanto pētniecības un izstrādes rezultātus neatkarīgi. Kopīgas izmantošanas gadījumā ierobežojošā ietekme paaugstinātu cenu vai samazinātu ražošanas apjoma veidā esošajos tirgos ir vairāk iespējama tad, ja vienai vai vairākām pusēm ir tirgus vara. Turpretī, ja kopīga izmantošana notiek tikai kā licenču izsniegšana trešām personām, konkurenci ierobežojošā ietekme, piemēram, tirgus piekļuves ierobežošana, ir maz ticama.

2.3.5.3. Inovācija saistībā ar pilnīgi jauniem produktiem un agrīni inovācijas centieni

150. Attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas attiecas uz i) tādu produktu vai tehnoloģiju izstrādi, kuri radītu pilnīgi jaunu pieprasījumu, vai ar ii) agrīniem inovācijas centieniem, ietekme uz cenām un izlaidi esošajos tirgos parasti ir maz ticama. Šādos gadījumos novērtējumā galvenā uzmanība būs jāpievērš iespējamiem inovācijas konkurences ierobežojumiem, piemēram, attiecībā uz iespējamo nākotnes produktu vai tehnoloģiju kvalitāti un daudzveidību vai inovācijas tempu vai līmeni. Novērtējumā jāņem vērā, ka pētniecības un izstrādes rezultāts pēc būtības ir neskaidrs un ka rezultāts parasti būs mazāk skaidrs attiecībā uz agrīniem inovācijas centieniem nekā pētniecības un izstrādes nolīguma centieniem, kas ir tuvu no pētniecības un izstrādes nolīguma izrietošo produktu vai tehnoloģiju laišanai tirgū.
151. Ierobežojošo seku rašanās parasti maz ticama, ja pietiekamam skaitam trešo personu ir konkurējoši pētniecības un izstrādes projekti. Tomēr negatīvās ietekmes iespēja ir lielāka, ja ar pētniecības un izstrādes nolīgumu tiek apvienoti neatkarīgi pētniecības un izstrādes centieni, kas ir tādā stadijā, kura ir tuvu jaunā produkta vai tehnoloģijas laišanai tirgū. Ierobežojošā ietekme var rasties tieši no pušu pētniecības un izstrādes centienu saskaņošanas neatkarīgi no tā, vai pētniecības un izstrādes nolīgums paredz ierobežojumus pušu spējai veikt pētniecību un izstrādi neatkarīgi vai kopā ar trešām personām. Piemēram, pētniecības un izstrādes nolīgums var likt vienai vai vairākām pusēm atteikties no tās pētniecības un izstrādes projekta vai arī apvienot spējas ar pārējo pušu spējām.

2.3.5.4. Informācijas apmaiņa

152. Pētniecības un izstrādes nolīguma īstenošanai var būt nepieciešama komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa. Ja uz pētniecības un izstrādes nolīgumu neattiecas 101. panta 1. punktā minētais aizliegums, jo nolīgumam ir neitrāla vai pozitīva ietekme uz konkurenci, minētais aizliegums neattiecas arī uz informācijas apmaiņu, kas saistīta ar konkrēto nolīgumu ⁽¹⁴⁰⁾. Tas tā ir gadījumā, kad informācijas apmaiņa ir objektīvi nepieciešama pētniecības un izstrādes nolīguma īstenošanai un ir samērīga ar tā mērķiem ⁽¹⁴¹⁾.

⁽¹³⁹⁾ Tas neskar iespējamā efektivitātes pieauguma novērtējumu, ieskaitot efektivitātes pieaugumu, ko parasti rada publiski līdzfinansēta pētniecība un izstrāde. Sk. 2.4.1. iedaļu.

⁽¹⁴⁰⁾ 2014. gada 11. septembra spriedums *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 89. punkts.

⁽¹⁴¹⁾ Sk. arī 1.2.6. iedaļu un 369. punktu.

153. Ja informācijas apmaiņa pārsniedz to, kas ir objektīvi nepieciešams pētniecības un izstrādes nolīguma īstenošanai vai nav samērīga ar tā mērķiem, tā būtu jānovērtē, izmantojot 6. nodaļā sniegtos norādījumus ⁽¹⁴²⁾. Ja uz informācijas apmaiņu attiecas 101. panta 1. punkts, tā tomēr var atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

2.4. **Pētniecības un izstrādes nolīgumu individuāls novērtējums atbilstoši 101. panta 3. punktam**

154. Ja pētniecības un izstrādes nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, tas joprojām atbildīs 101. pantam, ja tas atbilst četriem kumulatīvajiem 101. panta 3. punkta nosacījumiem (sk. 1.2.7. iedaļu).

2.4.1. *Efektivitātes pieaugums*

155. Pētniecības un izstrādes nolīgumi – ar pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu vai bez tās – bieži rada efektivitātes pieaugumu šādos veidos:

- a) apvienojot pušu papildinošās prasmes un aktīvus, kā rezultātā uzlabotu vai jaunu produktu vai tehnoloģiju attīstība un tirdzniecība notiek ātrāk nekā bez sadarbības;
- b) veicinot plašāku zināšanu izplatīšanu, kas, savukārt, var rosināt citu inovāciju;
- c) ļaujot samazināt izmaksas vai mazinot atkarību tādu produktu vai tehnoloģiju gadījumā, attiecībā uz kuriem piegādātāju skaits ir ierobežots.

156. Šāds efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu.

157. Līguma 101. panta 3. punkta piemērošanas nolūkā var ņemt vērā tikai objektīvo labumu ⁽¹⁴³⁾. Piemēram,, pētniecības un izstrādes nolīguma rezultātā viena vai vairākas puses var atteikties no visas savas pētniecības un izstrādes vai tās daļas. Tas var samazināt attiecīgo pušu (fiksētās) izmaksas, bet diez vai radīs labumu patērētājiem, ja vien puses nevar pierādīt, ka pētniecības un izstrādes centieni apjoma samazināšanos varētu atsvērt tas, ka produkti sasniedz tirgu ātrāk, vai lielāka varbūtība, ka pētniecība un izstrāde būs veiksmīga.

2.4.2. *Obligāta vajadzība*

158. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada pētniecības un izstrādes nolīgums, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Jo īpaši attiecībā uz stingriem ierobežojumiem, kas uzskaitīti Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. pantā ⁽¹⁴⁴⁾, ir maza varbūtība, ka tie atbildīs obligātas vajadzības kritērijam individuālā novērtējumā.

2.4.3. *Nodošana patērētājiem*

159. Obligāti vajadzīgo ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz pētniecības un izstrādes nolīguma radītās konkurenci ierobežojošo ietekmi. Piemēram, laižot tirgū jaunus vai uzlabotus produktus, ir jāpārsniedz cenu pieaugums vai citas konkurenci ierobežojošā ietekme.

160. Parasti varbūtība, ka pētniecības un izstrādes nolīgums radīs efektivitātes pieaugumu, kas nodrošinās patērētājiem pienācīgu daļu no gūtā labuma, būs lielāka tad, ja puses kopīgi liks lietā papildinošās prasmes un aktīvus, piemēram, pētniecības spējas, kas attīstītas dažādās nozarēs vai dažādās pētniecības jomās.

161. Jo lielāka ir pušu tirgus vara, jo mazāka ir iespēja, ka tās nodos efektivitātes pieaugumu patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošo ietekmi.

2.4.4. *Konkurences nelikvidēšana*

162. Līguma 101. panta 3. punkta nosacījumus nevar izpildīt, ja pētniecības un izstrādes nolīgums sniedz pusēm iespēju likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu vai tehnoloģiju būtisku daļu. Piemērojot šo nosacījumu, ir jāņem vērā nolīguma ietekme uz inovācijas konkurenci.

⁽¹⁴²⁾ Sk. arī 6. punktu.

⁽¹⁴³⁾ Sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 49. punktu.

⁽¹⁴⁴⁾ Sk. 2.2.4.1. iedaļu.

2.5. Piemērotais brīdis novērtējuma veikšanai

163. Ierobežojošu nolīgumu novērtējumu saskaņā ar 101. pantu veic, ievērojot nolīgumu īstenošanas reālo situāciju un pamatojoties uz konkrētā laikā pastāvošiem faktiem. Novērtējumu ietekmē būtiskas izmaiņas faktos⁽¹⁴⁵⁾. Līguma 101. panta 3. punktā noteikto izņēmuma piemēro, ja ir izpildīti visi četri 101. panta 3. punktā minētie kumulatīvie nosacījumi, un pārtrauc piemērot, ja nolīgums vairs neatbilst šiem nosacījumiem.
164. Piemērojot 101. panta 3. punktu, ir jāņem vērā pušu sākotnēji veiktās neatgūstamās investīcijas, kā arī laiks un ierobežojumi, ko prasa investīciju saistību uzņemšanās un efektivitāti veicinošu investīciju atmaksāšanās. Pienācīgi ņemot vērā šādas *ex ante* investīcijas, 101. pantu nevar piemērot. Tādējādi, ievērojot risku, kas pusēm jāuzņemas, un nolīguma īstenošanai nepieciešamās neatgūstamās investīcijas, ir iespējams, ka investīciju atmaksāšanās laikā nolīgums neatbilst attiecīgi 101. panta 1. punkta piemērošanas jomai vai 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Ja investīciju rezultātā rodas izgudrojums un puses iegūst ekskluzīvas tiesības attiecībā uz šo izgudrojumu atbilstoši intelektuālā īpašuma noteikumiem, parasti ir maz ticams, ka investīciju atmaksāšanās periods pārsniedz ar minētajiem noteikumiem piešķirto ekskluzivitātes periodu.
165. Dažos gadījumos ierobežojoša nolīguma ietekme var būt neatgriezeniska. Pēc nolīguma īstenošanas *ex ante* apstākļu atjaunošana nav iespējama. Šādos gadījumos novērtējums jāveic, ņemot vērā vienīgi īstenošanas laikā pastāvošos faktus.
166. Piemēram, ja pētniecības un izstrādes nolīgums attiecas uz pilnīgi jaunu produktu, ar kuru netiek uzlabots, aizstāts vai aizvietots esošs produkts, un ja katra puse piekrīt atteikties no sava pētniecības projekta un apvienot savas spējas ar pārējo pušu (otras puses) spējām, var būt tehniski un ekonomiski neiespējami atdzīvināt izbeigtos projektus. Ja nolīgums tā noslēgšanas brīdī ir saderīgs ar 101. pantu, piemēram, tāpēc, ka pietiekamam skaitam trešo personu ir konkurējoši pētniecības un izstrādes projekti, pušu vienošanās atteikties no to individuālajiem projektiem joprojām ir saderīga ar 101. pantu, pat ja vēlāk trešo personu projekti netiek īstenoti.
167. Tomēr 101. panta 1. punktā noteiktais aizliegums var attiekties uz citām nolīguma daļām, ko neskar neatgriezeniskuma problēma. Piemēram, ja papildus kopīgai pētniecībai un izstrādei nolīgumā ir paredzēta kopīga izmantošana, 101. pants var attiekties uz šiem nolīguma noteikumiem, ja turpmāku tirgus norišu dēļ nolīgums rada konkurenci ierobežojošu ietekmi un (vairs) neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem, pienācīgi ņemot vērā *ex ante* neatgūstamās investīcijas.

2.6. Piemēri

168. Pētniecības un izstrādes nolīgumi, kas attiecas uz produktiem, kuri rada pilnīgi jaunu pieprasījumu

1. piemērs

Situācija. Uzņēmums A un uzņēmums B ir veikuši ievērojamas investīcijas pētniecībā un izstrādē, lai izstrādātu jaunu miniaturizētu elektronisko komponentu. Paredzams, ka ar jauno komponentu netiks uzlaboti vai aizstāti esošie komponenti, bet tiks radīts pilnīgi jauns pieprasījums. Gan uzņēmums A, gan uzņēmums B ir izstrādājuši prototipus un cer, ka varēs šos prototipus ieviest tirgū aptuveni 18 mēnešu laikā. Turklāt uzņēmumi A un B paredz, ka tikai pirmais komponents, kas sasniegs tirgu, nesīs daudzsoļus rezultātus iepērumu ziņā, un otrais uzņēmums, kas ieviesīs savu produktu tirgū, nevarēs atgūt ievērojamās veiktās investīcijas pētniecībā un izstrādē, savukārt, ja abi uzņēmumi sāks pārdot produktu tirgū vienlaicīgi, uzņēmumi A un B cer, ka tie spēs gūt ievērojamu peļņu. Tāpēc uzņēmumi vienojas apvienot savus pētniecības un izstrādes centienus, izveidojot kopuzņēmumu, kas izstrādās uzņēmuma A prototipu un tad ražos jauno komponentu un piegādās to abiem uzņēmumiem, kas to komercializēs neatkarīgi. Saskaņā ar kopuzņēmuma nolīgumu uzņēmums B atteiksies no sava prototipa izstrādes. Apvienojot savus pētniecības un izstrādes centienus, puses cer, ka tās spēs ieviest jauno komponentu tirgū mazāk nekā gada laikā. Nevienš cits uzņēmums neizstrādā aizstājošu komponentu.

⁽¹⁴⁵⁾ Sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 44. punktu. Attiecībā uz piemēroto brīdi Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērojamības novērtēšanai sk. 2.2.5. iedaļu.

Analīze.

Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērojamība. Miniaturizētais elektroniskais komponents, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, radītu pilnīgi jaunu pieprasījumu. Ar to netiktu uzlabots, aizstāts vai aizvietots esošs produkts. Uzņēmumi A un B ir konkurenti inovācijas līmenī, tomēr uz tiem neattiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR noteiktā faktisku vai potenciālu konkurentu definīcija⁽¹⁴⁶⁾, tāpēc to nolīgumam nebūtu piemērojams tirgus daļas robežlielums, kas noteikts Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 1. punktā. Tomēr uz pētniecības un izstrādes nolīgumu starp uzņēmumiem A un B attieksies Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 2. punkts, un tādējādi nolīgums būs izslēgts uz visu pētniecības un izstrādes laiku, kamēr vien tas atbilst visiem pārējiem atbrīvojuma nosacījumiem, kas paredzēti Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR (piemēram, nosacījumiem par piekļuvi pētniecības un izstrādes rezultātiem, stingro ierobežojumu neesību utt.).

Grupu atbrīvojuma atsaukšanas varbūtība

i) *Konkurences ierobežojums 101. panta 1. punkta nozīmē.* Pētniecības un izstrādes nolīguma rezultātā uzņēmums B atteikts no sava komponenta prototipa izstrādes, ko tas citos gadījumos varētu tirgū aptuveni 18 mēnešu laikā. Brīdī, kad uzņēmumi A un B noslēdz pētniecības un izstrādes nolīgumu, tie ir vienīgi uzņēmumi, kas īsteno pētniecību un izstrādi attiecībā uz miniaturizēto elektronisko komponentu, un neviens cits uzņēmums neizstrādā aizstājošu komponentu. Turklāt uzņēmumi atrodas vēlā pētniecības un izstrādes procesa stadijā (tie cer komponentu ieviest tirgū aptuveni 18 mēnešu laikā), un, noslēdzot nolīgumu, abi uzņēmumi varētu izvairīties no sacensības par to, kurš pirmais sasniegs tirgu, tādējādi mazinot risku, ka tie nespēs atgūt visas savas jau veiktās investīcijas vai to daļu. Tāpēc šķiet, ka pētniecības un izstrādes nolīgums varētu ierobežot inovācijas konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Šo secinājumu nemaina fakts, ka katra puse jauno komponentu komercializēs neatkarīgi.

ii) *101. panta 3. punkta nosacījumu neizpilde.* Kopuzņēmums sniegs pusēm iespēju ieviest jauno komponentu tirgū ātrāk, un tas ir objektīvs ieguvums, kas var dot labumu patērētājiem. Tomēr ir maz ticams, ka šis laika ietaupījums atsvērs inovācijas konkurences un produktu daudzveidības samazināšanos, kas izriet no tā, ka uzņēmums B atsakās no prototipa, ņemot vērā, ka ir iespējams, ka uzņēmuma B produkts citos gadījumos būtu ieviests tirgū jau pirms vai, vēlākais, neilgi pēc uzņēmuma A produkta un ka pusēm nav nekādu cita konkurences spiediena inovācijas līmenī. Tāpēc šķiet, ka pētniecības un izstrādes nolīgums neatbilst vismaz vienam no 101. panta 3. punkta četriem kumulatīvajiem nosacījumiem, proti, nosacījumam par pienācīgu labuma daļu patērētājiem. Šajā scenārijā grupu atbrīvojuma piemērošana, visticamāk, tiks atsaukta, kā to paredz Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 10. pants, un nolīgums, visticamāk, tiks aizliegts, jo ar to tiek pārkāpts 101. pants.

169. Pētniecības un izstrādes nolīgumi, kuros iesaistītas akadēmiskas struktūras / pētniecības institūti

2. piemērs

Situācija. Uzņēmums A ir nozīmīgs lauksaimniecības pesticīdu ražotājs. Tas darbojas pesticīdu sastāvdaļu augšupējā tirgū, piedāvājot sastāvdaļu X, un pesticīdu lejupējā tirgū, piedāvājot pesticīdu Y. Sastāvdaļa X ir nozīmīgs resurss pesticīda Y ražošanai.

Uzņēmums A plāno finansēt pētniecības projektu, kura mērķis ir uzlabot sastāvdaļu X, lai patērētāji, kuri izmanto pesticīdu Y, varētu izaudzēt tādu pašu kultūraugu ražu, izmantojot mazāku pesticīdu daudzumu. Šajā nolūkā uzņēmums A noslēdz pētniecības un izstrādes nolīgumu ar universitāti B, kam ir ievērojamas pētniecības un izstrādes spējas pesticīdu sastāvdaļu jomā. Universitāte B neražo un nepārdod pesticīdus vai pesticīdu sastāvdaļas.

Pētniecības un izstrādes nolīgums paredz, ka uzņēmums finansēs, bet neveiks pētniecības un izstrādes darbības – tās veiks universitāte B. Pētniecības un izstrādes nolīgums neļauj universitātei B izmantot pētniecības un izstrādes rezultātus. Pētniecības un izstrādes nolīgums paredz, ka tiesības izmantot maksas pētniecības un izstrādes rezultātus ir tikai uzņēmumam A. Universitātei B ir tikai tiesības izmantot pētniecības un izstrādes rezultātus turpmākas pētniecības un izstrādes vajadzībām.

⁽¹⁴⁶⁾ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 15) apakšpunktu.

Analīze.

Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērojamība. Uzņēmums A un universitāte B nav konkurējoši uzņēmumi Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nozīmē. Atbilstoši Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 2. punktam tirgus vērtības robežlielumam nav nepieciešams būt sasniegtam.

Attiecībā uz grupu atbrīvojumu Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. pants paredz vispārēju nosacījumu, ka visām pētniecības un izstrādes nolīguma pusēm jābūt pilnīgai piekļuvei maksas pētniecības un izstrādes rezultātiem turpmākas pētniecības un izstrādes veikšanai un rezultātu izmantošanai. Konkrētais pētniecības un izstrādes nolīgums neatbilst šim nosacījumam. Tomēr uz pētniecības un izstrādes nolīgumu attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. panta 5. punktā paredzētais īpašais uzņēmums, saskaņā ar kuru pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas paredz, ka akadēmiskās struktūras drīkst izmantot pētniecības un izstrādes rezultātus tikai turpmākai pētniecībai un izstrādei (tas ir, nolīgums paredz rezultātu izmantošanu), grupu atbrīvojumu var piemērot.

Tāpēc, ja ir izpildīti pārējie Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumi, pētniecības un izstrādes nolīgumam starp uzņēmumu A un universitāti B grupu atbrīvojumu piemēro, un turpmāks novērtējums nav jāveic.

170. Sadarbības pētniecībā un izstrādē ietekme un vide

3. piemērs

Situācija. Divi inženiertehniskie uzņēmumi, kas ražo transportlīdzekļu sastāvdaļas, vienojas izveidot kopuzņēmumu savu esošo pētniecības un izstrādes centienu apvienošanai ar mērķi uzlabot esošās sastāvdaļas veiktspēju. Ja kopīgā pētniecība un izstrāde būs veiksmīga, uzlabotajai sastāvdaļai būs pozitīva ietekme uz vidi, proti, transportlīdzekļi, kuros būs iebūvēta attiecīgā sastāvdaļa, patērēs mazāk degvielas un tādējādi arī radīs mazākas CO₂ emisijas. Uzņēmumi cer, ka, apvienojot to pētniecības un izstrādes centienus, paātrināsies uzlabotā produkta izstrāde. Vienošanās par kopuzņēmumu paredz, ka katrs uzņēmums turpinās ražot un pārdot (esošās un uzlabotās sastāvdaļas) neatkarīgi. Esošās sastāvdaļas piegādes Savienības mēroga tirgū abiem uzņēmumiem ir attiecīgi 15 % un 20 % tirgus daļa. Ir vēl trīs citi ievērojami konkurējoši sastāvdaļu ražotāji. Sastāvdaļas produkta aprites cikls parasti ir trīs līdz pieci gadi. Katrā no pēdējiem trim gadiem viens no lielākajiem sastāvdaļas ražotājiem ir ieviesis jaunu versiju vai uzlabojumu.

Analīze.

Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērojamība. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR "konkrētais produktu tirgus" ir tādu produktu tirgus, kurus var uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktiem. Šajā gadījumā tas ir tās transportlīdzekļu sastāvdaļas tirgus, kuras uzlabošana ir pētniecības un izstrādes mērķis. Pušu kopējā tirgus daļa konkrētajā produktu tirgū ir 35 %. Tā kā tā pārsniedz Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzēto 25 % tirgus daļas robežlielumu, kopuzņēmums nevar atsaukties uz grupu atbrīvojumu.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu. Apvienojot pušu iepriekš neatkarīgos pētniecības un izstrādes centienus, ar kopuzņēmuma izveidi tiek samazināts ar sastāvdaļas uzlabošanu saistīto pētniecības un izstrādes centienu apjoms. Lai noteiktu, vai tas rada ievērojamu konkurences ierobežojumu konkrētajā produktu tirgū vai ievērojamu inovācijas konkurences ierobežojumu, ir jāveic pilnīgs juridiskā un ekonomiskā konteksta novērtējums. Šajā nolūkā būtiskie faktori citstarp ir trīs citu ievērojamo ražotāju klātbūtne konkrētajā produktu tirgū, šo ražotāju iepriekšējā pieredze inovācijas jomā, salīdzinoši īsa sastāvdaļas aprites cikls un fakts, ka puses turpinās ražot un pārdot esošās un uzlabotās sastāvdaļas neatkarīgi. Kopumā šķiet maz ticams, ka kopuzņēmuma rezultātā radīsies ievērojams konkurences ierobežojums.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Novērtējums, ko veic atbilstoši 101. panta 3. punktam, ir nepieciešams tikai tad, ja tiek uzskatīts, ka kopuzņēmums ievērojami ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Degvielas patēriņu samazinošās uzlabotās sastāvdaļas versijas izstrādes paātrināšana ir objektīvs ieguvums. Lai gan pusēm ir ievērojama kopīga tirgus daļa konkrētajā sastāvdaļu tirgū, ņemot vērā tādu citu nozīmīgu konkurentu klātbūtni, kuriem ir labi līdzšinējie rezultāti inovācijas

jomā, sastāvdaļas īso aprites ciklu un faktu, ka puses turpinās ražot un pārdot sastāvdaļu neatkarīgi, ir iespējams, ka ieguvums tiks nodots patērētājiem, bet maz ticams, ka kopuzņēmums likvidēs konkurenci konkrētajā sastāvdaļu tirgū vai likvidēs attiecīgo inovācijas konkurenci. Pušu apgalvojums, ka to pētniecības un izstrādes centieni apvienošana ir obligāti vajadzīga tam, lai paātrinātu uzlabotās sastāvdaļas izstrādi, šķiet ticams. Tāpēc ir iespējams, ka pētniecības un izstrādes kopuzņēmums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

171. Pētniecības partnerība

4. piemērs

Situācija. Uzņēmumi A, B un C ir vadošie dalībnieki atjaunīgās enerģijas tehnoloģiju jomā. Tie izveido pētniecības partnerību, kas definē pētniecības un izstrādes darba programmu, kurā noteikts kopējs ilgtermiņa redzējums jaunu atjaunīgās enerģijas tehnoloģiju izstrādei un esošo uzlabošanai. Minētā darba programma tiks īstenota ar vairākiem atsevišķiem vēlākiem nolīgumiem, kas attiecas uz individuāliem kopīgas un maksas pētniecības un izstrādes projektiem.

Darba programma tiks formalizēta saprašanās memorandā, kas noteiks pušu sadarbības satvaru, tai skaitā mērķus, noteikumus, pārvaldības noteikumus un uzraudzības kārtību. Saprašanās memorands it īpaši paredz atlīdzības mehānismu gadījumiem, kad viena puse vēlas izmantot pārējo pušu veiktas pētniecības un izstrādes rezultātus.

Analīze.

Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērojamība. Tā kā saprašanās memorands neattiecas uz konkrētiem pētniecības un izstrādes projektiem (tas tikai paredz vispārīgos noteikumus tādu pētniecības un izstrādes nolīgumu īstenošanai, par kuriem vēlāk tiks noslēgti atsevišķi nolīgumi), saprašanās memorands pats par sevi nav pētniecības un izstrādes nolīgums Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nozīmē. Tāpēc grupu atbrīvojums nav piemērojams.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. un 3. punktu. Visas saprašanās memoranda puses darbojas atjaunīgās enerģijas tehnoloģiju jomā, taču saprašanās memorands ir augsta līmeņa pamatnolīgums, kas nav saistīts ar konkrētiem pētniecības un izstrādes projektiem. Tāpēc nav iespējams noteikt, vai puses ir faktiski vai potenciāli konkurenti minētā nolīguma nolūkos. To konkurences attiecības būs iespējams novērtēt tikai tad, kad tās noslēgs turpmākus īstenojošus pētniecības un izstrādes nolīgumus. Tāpēc saprašanās memorands neierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

3. RAŽOŠANAS NOLĪGUMI

3.1. Ievads

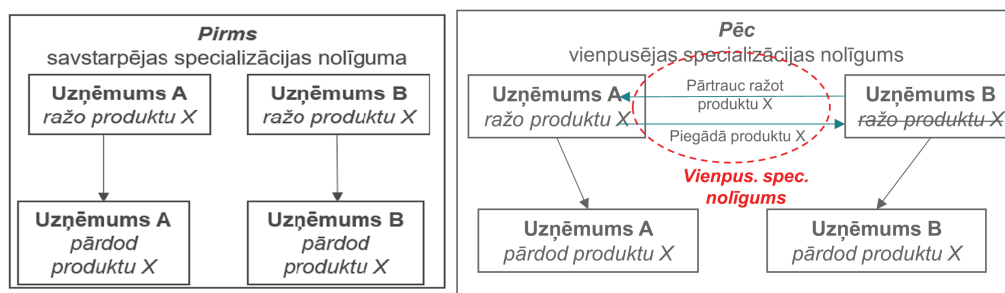
172. Šajā nodaļā ir sniegti norādījumi par horizontālo ražošanas nolīgumu novērtēšanu. Šajā nodaļā “ražošana” nozīmē preču izgatavošanu un pakalpojumu sagatavošanu ⁽¹⁴⁷⁾.
173. Ražošanas nolīgumiem ir dažādi veidi un dažādi tvērumi:
- a) tie var paredzēt, ka ražošana tiek veikta kopīgi, piemēram, izveidojot kopuzņēmumu, kopīgu komandu vai kopīgu organizāciju; vai
 - b) tie var paredzēt, ka ražošanu veic tikai viena puse vai divas vai vairākas puses, izmantojot brīvākas sadarbības formas, piemēram, apakšnolīgumus.
174. Kopīgas ražošanas nolīgumi ir nolīgumi, saskaņā ar kuriem divi vai vairāki uzņēmumi vienojas ražot noteiktus produktus kopīgi. Kopīga ražošana var notikt dažādos veidos, piemēram, i) to veic kopuzņēmums, tas ir, kopīgi kontrolēta sabiedrība, kas izmanto vienu vai vairākas ražotnes ⁽¹⁴⁸⁾, vai ii) to veic kopīga komanda vai kopīga organizācija, kuras sastāvā ir vienāds vai nevienāds pušu pārstāvju skaits.

⁽¹⁴⁷⁾ Attiecībā uz pakalpojumu sagatavošanu sk. jo īpaši 200. punktu.

⁽¹⁴⁸⁾ Sk. 12. un 46. punktu. Šīs pamatnostādnes neattiecas uz darbībām, kas ir koncentrācijas darījums Apvienošanās regulas 3. panta nozīmē, ieskaitot pilnfunkciju kopuzņēmumu izveidi.

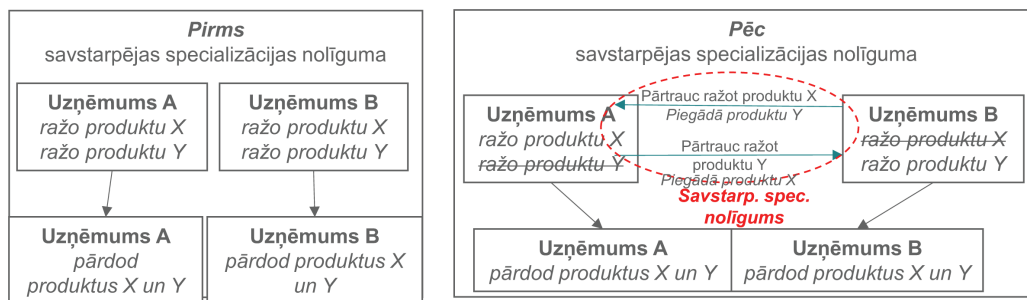
175. Apakš nolīgumi ir nolīgumi, saskaņā ar kuriem viena puse ("darbuzņēmējs") uztic produkta ražošanu citai pusei ("apakšuzņēmējs"). Šajā nodaļā "horizontālie apakš nolīgumi" ir apakš nolīgumi nolīgumi starp uzņēmumiem, kas darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū, bet ne obligāti vienā un tajā pašā ģeogrāfiskajā tirgū, tātad nav nozīmes tam, vai uzņēmumi ir konkurenti. Pie horizontāliem apakš nolīgumiem pieder vienpusējas un savstarpējas specializācijas nolīgumi, kā arī citu veidu apakš nolīgumi.
176. Vienpusējas specializācijas nolīgumi ir nolīgumi starp divām vai vairākām pusēm (kas darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū), saskaņā ar kuriem viena vai vairākas puses piekrīt pilnīgi vai daļēji pārtraukt konkrētu produktu ražošanu vai atturēties no šo produktu ražošanas un pirkt tos no otras puses vai pusēm, kas piekrīt ražot un piegādāt šos produktus pusei vai pusēm, kuras pārtraukušas šo produktu ražošanu vai atturējušas no to ražošanas.

Vienpusējas specializācijas nolīguma piemērs



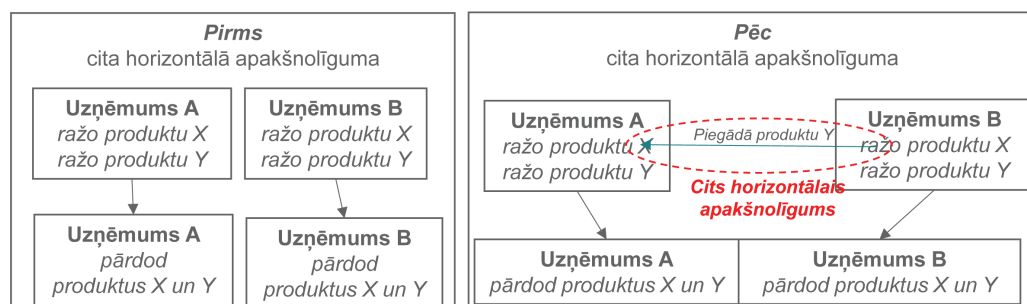
177. Savstarpējas specializācijas nolīgumi ir nolīgumi, kurus noslēdz divas vai vairākas puses, kas darbojas vienā tajā pašā produktu tirgū, un saskaņā ar kuriem divas vai vairākas puses savstarpēji vienojas pilnīgi vai daļēji pārtraukt ražot konkrētus, bet atšķirīgus produktus vai atturēties no šo produktu ražošanas un pirkt šos produktus no vienas vai vairākām citām pusēm, kas piekrīt ražot un piegādāt šos produktus pusei vai pusēm, kuras pārtraukušas šo produktu ražošanu vai atturējušas no to ražošanas.

Savstarpējas specializācijas nolīguma piemērs



178. Šajā nodaļā sniegtie norādījumi attiecas arī uz citu veidu horizontālajiem apakš nolīgumiem. Minētie apakš nolīgumi ietver apakš nolīgumus, kuru mērķis ir ražošanas paplašināšana un saskaņā ar kuriem darbuzņēmējs tajā pašā laikā nepārtrauc vai neierobežo savu produkta ražošanu.

Tāda specializācijas nolīguma piemērs, kura mērķis ir paplašināt ražošanu



179. Šis pamatnostādnes attiecas uz visu veidu horizontāliem kopīgas ražošanas nolīgumiem un horizontāliem apakšnolīgumiem ⁽¹⁴⁹⁾.
180. Drošības labad uzņēmumi, kas plāno noslēgt horizontālus sadarbības nolīgumus, var vispirms vēlēties noskaidrot, vai to nolīgumam var piemērot Specializācijas nolīgumu GAR ⁽¹⁵⁰⁾. Specializācijas nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums ir balstīts uz pieņēmumu, ka, ciktāl uz ražošanas nolīgumu attiecas 101. panta 1. punkta darbības joma un tas atbilst Specializācijas nolīgumu GAR sniegtajiem nosacījumiem, tas parasti atbildīs 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Ja horizontālās sadarbības nolīgums atbilst Specializācijas nolīgumu GAR nosacījumiem, tas ir saderīgs ar 101. pantu, un papildu novērtējums nav nepieciešams ⁽¹⁵¹⁾. Ja uz ražošanas nolīgumu neattiecas Specializācijas nolīgumu GAR un tas neatbilst minētās regulas nosacījumiem, ir jāveic individuāls novērtējums saskaņā ar 101. pantu, lai noteiktu, pirmkārt, vai nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, un, ja tā ir, vai nolīgums atbilst visiem četriem 101. panta 3. punktā sniegtajiem nosacījumiem.
181. Šī nodaļa ir strukturēta šādi:
- a) 3.2. iedaļā ir sniegti norādījumi par to tirgu novērtēšanu, kas ir konkrētie tirgi ražošanas nolīgumu novērtējuma nolūkos;
 - b) 3.3. iedaļā ir sniegti norādījumi par Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanu, tai skaitā nosacījumiem atbrīvojumu piemērošanai specializācijas nolīgumiem, tirgus daļas robežlielumu un stingriem un izslēgtajiem ierobežojumiem;
 - c) 3.4. iedaļā ir sniegti norādījumi par ražošanas nolīgumu individuālo novērtējumu saskaņā ar 101. panta 1. punktu;
 - d) 3.5. iedaļā ir sniegti norādījumi par ražošanas nolīgumu individuālo novērtējumu saskaņā ar 101. panta 3. punktu;
 - e) 3.6. iedaļā ir sniegti īpaši norādījumi par mobilās telesakaru infrastruktūras koplietošanas nolīgumu novērtējumu saskaņā ar 101. panta 1. un 3. punktu.

3.2. Konkrētie tirgi

182. *Paziņojumā par tirgus definīciju* ir sniegti galvenie kritēriji un pierādījumi, ko Komisija izmanto, lai definētu konkrētos tirgus, kad tā nodrošina Savienības konkurences tiesību izpildi (sk. arī 44. punktu). Minētie kritēriji ir piemērojami ražošanas nolīgumu novērtēšanai saskaņā ar 101. pantu.
183. Ražošanas nolīgumi ietekmē tirgus, ko tieši skar sadarbība, proti, tirgus, pie kuriem pieder saskaņā ar nolīgumu ražotie produkti. Ražošanas nolīgumi var arī ietekmēt tirgus augšupēji, lejupēji vai paralēli tirgiem, kurus tieši skar sadarbība ("blakusietekmes tirgi") ⁽¹⁵²⁾. Šādi blakusietekmes tirgi varētu būt konkrētie tirgi novērtējuma nolūkos tikai tad, ja tirgi ir savstarpēji atkarīgi un pusēm ir spēcīgs stāvoklis blakusietekmes tirgū.
184. Specializācijas nolīgumu GAR vajadzībām "konkrētais tirgus" ir produktu un ģeogrāfiskais tirgus, pie kura pieder produkti, ko ražo saskaņā ar specializācijas nolīgumu, un, ja šie produkti ir starppatēriņa produkti, ko viena vai vairākas puses pilnībā vai daļēji izmanto pašu vajadzībām kā resursus lejupējiem produktiem, produktu un ģeogrāfiskie tirgi, pie kuriem pieder šie lejupējie produkti.

⁽¹⁴⁹⁾ Šis pamatnostādnes neattiecas uz vertikāliem apakšnolīgumiem. Vertikālus apakšnolīgumus slēdz sabiedrības, kas darbojas atšķirīgos ražošanas vai izplatīšanas ķēdes līmeņos. Uz šiem nolīgumiem attiecas Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā, un ar konkrētiem nosacījumiem uz tiem var attiekties VNGAR. Turklāt uz šiem nolīgumiem var attiekties Komisijas Paziņojums (1978. gada 18. decembris) par dažu apakšnolīgumu novērtēšanu saistībā ar EEK līguma 85. panta 1. punktu (OV C 1, 3.1.1979., 2. lpp.) (turpmāk "Paziņojums par apakšnolīgumiem").

⁽¹⁵⁰⁾ Komisijas Regula (ES) 2023/1067 (2023. gada 1. jūnijs) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu dažām specializācijas nolīgumu kategorijām (OV L 143, 2.6.2023., 20. lpp.).

⁽¹⁵¹⁾ Izņemot, ja – un līdz brīdim, kad – Komisija vai valsts kompetentā iestāde (VKI) individuālā gadījumā atsauc grupu atbrīvojuma piemērošanu (sk. 3.3.7. iedaļu).

⁽¹⁵²⁾ Sk. Padomes Regulas (EK) Nr. 139/2004 2. panta 5. punktu.

3.3. Specializācijas nolīgumu GAR

185. Saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR konkrētiem ražošanas nolīgumiem nepiemēro 101. panta 1. punktā noteikto aizliegumu ⁽¹⁵³⁾. Specializācijas nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums ir balstīts uz pieņēmumu, ka, ciktāl uz ražošanas nolīgumu attiecas 101. panta 1. punkta darbības joma un tas atbilst Specializācijas nolīgumu GAR sniegtajiem nosacījumiem, tas parasti atbildīs visiem četriem 101. panta 3. punkta kumulatīvajiem nosacījumiem. Drošības labad uzņēmumi, kas plāno noslēgt ražošanas nolīgumu, var vispirms vēlēties noskaidrot, vai to nolīgumam var piemērot Specializācijas nolīgumu GAR.
186. Ražošanas nolīgumi, kas atbilst Specializācijas nolīgumu GAR, ir saderīgi ar 101. pantu, un papildu novērtējums nav nepieciešams ⁽¹⁵⁴⁾. Ja ražošanas nolīgums neatbilst Specializācijas nolīgumu GAR, ir jāveic individuāls novērtējums saskaņā ar 101. pantu, lai noteiktu, pirmkārt, vai nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē ⁽¹⁵⁵⁾, un, ja tā ir, vai nolīgums atbilst visiem četriem 101. panta 3. punktā sniegtajiem kumulatīvajiem nosacījumiem.
- 3.3.1. *Ražošanas nolīgumi, uz kuriem attiecas Specializācijas nolīgumu GAR*
187. Specializācijas nolīgumu GAR attiecas uz šādiem horizontālo ražošanas nolīgumu veidiem: a) vienas puses specializācijas nolīgumi, b) savstarpējas specializācijas nolīgumi un c) kopīgas ražošanas nolīgumi. Specializācijas nolīgumu GAR ar terminu "specializācijas nolīgums" apzīmē visus trīs šo horizontālo ražošanas nolīgumu veidus. Katrā gadījumā nolīgums var attiekties uz preču ražošanu un/vai pakalpojumu sagatavošanu ⁽¹⁵⁶⁾.
188. Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta a) punktā "vienas puses specializācijas nolīgumi" ir definēti šādi:
- a) nolīgumam ir divas vai vairākas puses;
 - b) nolīguma puses jau darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū;
 - c) viena vai vairākas puses vienojas pilnīgi vai daļēji pārtraukt konkrētu produktu ražošanu vai atturēties no šo produktu ražošanas un pirkt tos no vienas vai vairākām citām pusēm; un
 - d) cita puse vai puses apņemas ražot un piegādāt šos produktus citai pusei vai pusēm, kuras pārtraukušas šo produktu ražošanu vai atturējušās no to ražošanas.
189. Saskaņā ar vienas puses specializācijas nolīgumu definīciju nav nepieciešams, lai: i) puses darbotos vienā un tajā pašā ģeogrāfiskajā tirgū, vai ii) puse vai puses, kas pārtraukušas konkrētu produktu ražošanu vai atturējušās no to ražošanas, samazinātu jaudu (piemēram, pārdotu rūpnīcas vai slēgtu ražošanas līnijas). Ir pietiekami, ja šīs puses samazina savu ražošanas apjomu.
190. Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta b) punktā "savstarpējas specializācijas nolīgumi" ir definēti šādi:
- a) nolīgumam ir divas vai vairākas puses;
 - b) nolīguma puses jau darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū;
 - c) divas vai vairākas puses savstarpēji vienojas pilnīgi vai daļēji pārtraukt konkrētu, bet atšķirīgu produktu ražošanu vai atturēties no šo produktu ražošanas un pirkt šos produktus no vienas vai vairākām citām pusēm; un
 - d) viena vai vairākas citas puses apņemas ražot un piegādāt šos produktus pusēm, kas pārtraukušas šo produktu ražošanu vai atturējušās no to ražošanas.
191. Saskaņā ar savstarpējas specializācijas nolīgumu definīciju nav nepieciešams, lai: i) puses darbotos vienā un tajā pašā ģeogrāfiskajā tirgū, vai ii) puses, kas pārtraukušas ražošanu vai atturējušās ražošanas, samazinātu jaudu (piemēram, pārdotu rūpnīcas vai slēgtu ražošanas līnijas). Ir pietiekami, ja šīs puses samazina savu ražošanas apjomu.

⁽¹⁵³⁾ Ar Regulu (EEK) Nr. 2821/71 Komisija ir pilnvarota saskaņā ar 101. panta 3. punktu ar regulu piemērot grupu atbrīvojumu tiem nolīgumiem, kuru priekšmets ir specializācija, tai skaitā nolīgumiem, kas nepieciešami tās sasniegšanai.

⁽¹⁵⁴⁾ Izņemot, ja – un līdz brīdim, kad – Komisija vai valsts kompetentā iestāde (VKI) individuālā gadījumā atsauc grupu atbrīvojuma piemērošanu (sk. 3.3.7. iedaļu).

⁽¹⁵⁵⁾ Attiecībā uz specializācijas nolīgumu novērtējumu saskaņā ar 101. panta 1. punktu sk. 3.4. iedaļu.

⁽¹⁵⁶⁾ Sk. Specializācijas nolīgumu GAR 6. apsvērumu un 1. panta 1. punkta 5. apakšpunktu

192. Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta c) punktā “kopīgas ražošanas nolīgumi” ir definēti šādi:

- a) nolīgumam ir divas vai vairākas puses; un
- b) puses vienojas ražot konkrētus produktus kopīgi.

193. Specializācijas nolīgumu GAR jēdziens “kopīgi” ražošanas kontekstā nav definēts. Specializācijas nolīgumu GAR kontekstā kopīga ražošana var izpausties jebkādā veidā (piemēram, kopuzņēmums, kopīga organizācija, kopīga komanda). Turklāt kopīgas ražošanas nolīgumu gadījumā nepiemēro prasību, ka vienai vai vairākām pusēm jāpārtrauc jebkādu produktu ražošana vai jāatturas no to ražošanas.

3.3.2. Citi noteikumi, uz kuriem attiecas Specializācijas nolīgumu GAR

194. Specializācijas nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums attiecas arī uz konkrētiem noteikumiem, ko parasti izmanto ražošanas nolīgumos.

195. Noteikumi par intelektuālā īpašuma tiesību cedēšanu vai licencēšanu vienai vai vairākām pusēm. Specializācijas nolīgumu GAR 2. panta 3. punkts paredz, ka grupu atbrīvojums ir piemērojams arī specializācijas nolīgumiem, kas ietver noteikumus par intelektuālā īpašuma tiesību cedēšanu vai licencēšanu vienai vai vairākām pusēm, ja vien šādi noteikumi atbilst diviem kumulatīvajiem nosacījumiem:

- a) tie ir tieši saistīti ar specializācijas nolīgumu un ir nepieciešami tā īstenošanai; un
- b) tie nav nolīguma galvenais priekšmets.

196. Noteikumi par piegādes vai pirkšanas pienākumiem. Specializācijas nolīgumu GAR 2. panta 4. punkta a) apakšpunktā ir paredzēts, ka grupu atbrīvojums ir piemērojams arī specializācijas nolīgumiem, saskaņā ar kuriem puses uzņemas ekskluzīvas piegādes un ekskluzīvas pirkšanas pienākumus⁽¹⁵⁷⁾, ko definē šādi:

- a) “ekskluzīvas piegādes pienākums” ir pienākums nepiegādāt specializācijas produktus konkurējošam uzņēmumam, kas nav nolīguma puse (sk. Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 10. apakšpunktu). “Specializācijas produkti” ir produkti, ko ražo saskaņā ar specializācijas nolīgumu (sk. Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 6. apakšpunktu);
- b) “ekskluzīvas pirkšanas pienākums” ir pienākums pirkt specializācijas produktus tikai no nolīguma puses vai pusēm (sk. Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 11. apakšpunktu).

3.3.3. Izplatīšana saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR

197. Specializācijas nolīgumu GAR 2. panta 4. punkta b) apakšpunkts paredz, ka grupu atbrīvojums ir piemērojams arī specializācijas nolīgumiem, kas paredz specializācijas produktu kopīgu izplatīšanu. Puses joprojām var arī brīvi pārdot specializācijas produktus neatkarīgi.

198. Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 13. apakšpunktā “izplatīšana” ir definēta kā specializācijas produktu pārdošana un piegāde klientiem, tostarp šo produktu komercializācija.

199. Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 12. apakšpunktā jēdziens “kopīga” izplatīšanas kontekstā ir definēta šādi:

- a) izplatīšana, ko veic kopīga komanda, kopīga organizācija vai kopuzņēmums; vai
- b) izplatīšana, ko veic izplatītājs, kurš ir trešā persona un atbilst diviem kumulatīviem nosacījumiem:
 - a) izplatītāju ir kopīgi iecēlušas specializācijas nolīguma puses (uz ekskluzīva vai neekskluzīva pamata); un
 - b) izplatītājs nav specializācijas nolīguma pušu faktiskais vai potenciālais konkurents.

⁽¹⁵⁷⁾ Būtu jāatzīmē, ka vienpusējas un savstarpējas specializācijas nolīgumos ir jābūt iekļautiem piegādes un pirkšanas pienākumiem, lai tie atbilstu šādu nolīgumu definīcijām, kas sniegtas Specializācijas nolīgumu GAR 1. pantā (sk. 188. un 190. punktu).

3.3.4. Pakalpojumi saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR

200. Specializācijas nolīgumu GAR ir piemērojama specializācijas nolīgumiem, kas attiecas uz pakalpojumu sagatavošanu. Pakalpojumu sagatavošana ir darbības, ko veic pirms pakalpojumu sniegšanas klientiem (Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 5. apakšpunkts). Viens no pakalpojumu sagatavošanas piemēriem ir tādas platformas izveide vai uzturēšana, ar kuras starpniecību tiks sniegti pakalpojumi.
201. Tomēr, kā paskaidrots Specializācijas nolīgumu GAR 6. apsvērumā, Specializācijas nolīgumu GAR darbības joma neattiecas uz pakalpojumu sniegšanu, izņemot, ja puses vienojas kopīgi sniegt pakalpojumus, kas sagatavoti saskaņā ar specializācijas nolīgumu.

3.3.5. Tirgus daļas robežlielums un atbrīvojuma ilgums

3.3.5.1. Tirgus daļas robežlielums

202. Specializācijas nolīgumiem var piemērot grupu atbrīvojumu, ja ir sasniegti šādi tirgus daļas robežlielumi, kas noteikti Specializācijas nolīgumu GAR 3. pantā:
- a) pušu kopējā tirgus daļa konkrētajā(-os) tirgū(-os), pie kura(-iem) pieder specializācijas produkti, nepārsniedz 20 %;
- b) ja specializācijas produkti ir starppatēriņa produkti, ko viena vai vairākas puses pilnībā vai daļēji izmanto pašu vajadzībām kā resursus tādu konkrētu lejupējo produktu ražošanā, kurus tās arī pārdod, Specializācijas nolīgumu GAR paredzēto atbrīvojumu piemēro tikai tad, ja:
- a) pušu kopējā tirgus daļa konkrētajā(-os) tirgū(-os), pie kura(-iem) pieder specializācijas produkti, nepārsniedz 20 %; un
- b) pušu kopējā tirgus daļa konkrētajā(-os) tirgū(-os), pie kura(-iem) pieder lejupējie produkti, nepārsniedz 20 %. Specializācijas nolīgumu GAR "lejupējs produkts" ir definēts kā produkts, attiecībā uz kuru viena vai vairākas puses izmanto specializācijas produktu kā resursu un kuru minētās puses pārdod tirgū (Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 7. apakšpunkts).

3.3.5.2. Tirgus daļu aprēķins

203. Specializācijas nolīgumu GAR paredz, ka pušu tirgus daļas ir jāaprēķina, pamatojoties uz tirgū pārdoto produktu vērtības datiem (Specializācijas nolīgumu GAR 4. panta a) punkts). Ja dati par tirgū pārdoto produktu vērtību nav pieejami, puses savu tirgus daļu aprēķināšanai var izmantot citu ticamu tirgus informāciju (tostarp par tirgū pārdoto produktu apjomu).
204. Tirgus daļas robežlielums ir piemērojams visā specializācijas nolīguma darbības laikā. Lai novērtētu atbilstību šim nosacījumam, pušu tirgus daļas ir jāaprēķina, pamatojoties uz datiem, kas attiecas uz iepriekšējo kalendāro gadu pirms novērtējuma datuma (Specializācijas nolīgumu GAR 4. panta b) punkts).
205. Dažos gadījumos dati par iepriekšējo kalendāro gadu neatspoguļos pušu stāvokli konkrētajā(-os) tirgū(-os). Tas tā var būt, piemēram, tirgos, kuros raksturīgs nepastāvīgs vai neregulārs pieprasījums. Nepastāvīgs pieprasījums var būt, piemēram, iepirkuma tirgos, kur tirgus daļas gadu griezumā var ievērojami mainīties atkarībā no tā, vai pusei ir vai nav piešķirtas līguma slēgšanas tiesības. Ja iepriekšējais kalendārais gads neatspoguļo pušu stāvokli konkrētajā(-os) tirgū(-os), tirgus daļa ir jāaprēķina kā pušu tirgus daļu vidējais rādītājs par trim iepriekšējiem kalendārajiem gadiem.

3.3.5.3. Atbrīvojuma ilgums

206. Specializācijas nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums nav ierobežots laika ziņā. Atbrīvojums ir piemērojams visu specializācijas nolīguma darbības laiku, kamēr vien ir ievēroti tirgus daļu robežlielumi un ir izpildīti pārējie Specializācijas nolīgumu GAR nosacījumi.
207. Specializācijas nolīgumu GAR 4. panta d) punkts paredz, ka, ja pušu kopējā tirgus daļa sākotnēji nav lielāka par 20 %, bet vēlāk palielinās virs 20 % vismaz vienā no konkrētajiem tirgiem, uz kuriem attiecas specializācijas nolīgums, tad grupu atbrīvojumu turpina piemērot divus secīgus kalendāros gadus pēc gada, kad pirmoreiz pārsniegts 20 % robežlielums.

3.3.6. Stingrie ierobežojumi Specializācijas nolīgumu GAR

3.3.6.1. Stingrie ierobežojumi

208. Specializācijas nolīgumu GAR 5. pantā ir ietverts stingro ierobežojumu uzskaitījums. Stingrie ierobežojumi ir nopietni konkurences ierobežojumi, kas parasti izraisīs kaitējumu tirgum un patērētājiem.
209. Ja specializācijas nolīgums ietver vienu vai vairākus stingros ierobežojumus, kas uzskaitīti Specializācijas nolīgumu GAR 5. pantā, tad grupu atbrīvojumu nepiemēro visam nolīgumam.
210. Specializācijas nolīgumu GAR 5. pantā paredzētos stingros ierobežojumus var sagrupēt šādās kategorijās:
- a) cenu noteikšana specializācijas produktiem, ko pārdod trešām personām;
 - b) ražošanas apjoma vai pārdošanas ierobežojumi; un
 - c) tirgu vai klientu sadalīšana.
211. Šādus ierobežojumus var sasniegt a) tieši vai netieši vai b) izolēti vai apvienojumā ar citiem faktoriem, kas ir specializācijas nolīguma pušu kontrolē.

3.3.6.2. Izņēmumi

212. Specializācijas nolīgumu GAR 5. pantā ir arī paredzēti vairāki izņēmumi attiecībā uz stingrajiem ierobežojumiem. Tāpēc specializācijas nolīgumiem, kas ietver šos noteikumus, uz kuriem attiecas izņēmumi, joprojām var piemērot atbrīvojumu, ja vien ir izpildīti pārējie Specializācijas nolīgumu GAR nosacījumi.
- a) *Cenu noteikšana.* Kopīgas izplatīšanas kontekstā Specializācijas nolīgumu GAR ļauj noteikt cenas tiešajiem klientiem (5. panta a) punkts).
 - b) Ražošanas apjoma vai pārdošanas ierobežojumi.
 - a) Saistībā ar *vienpusējas vai savstarpējas specializācijas nolīgumiem* Specializācijas nolīgumu GAR atļauj noteikumus par nolīgumā noteiktajiem produktu daudzumiem, ko i) puse vai puses pārtrauc ražot un/vai ko ii) puse vai puses ražo otrai pusei vai pārējām pusēm (5. panta b) punkta i) apakšpunkts).
 - b) Saistībā ar *kopīgas ražošanas nolīgumiem* Specializācijas nolīgumu GAR atļauj noteikumus par pušu jaudas un ražošanas apjomu noteikšanu attiecībā uz specializācijas produktiem (5. panta b) punkta ii) apakšpunkts).
 - c) Saistībā ar *kopīgu izplatīšanu* Specializācijas nolīgumu GAR atļauj noteikumus par pārdošanas mērķu noteikšanu attiecībā uz specializācijas produktiem (5. panta b) punkta iii) apakšpunkts).

3.3.7. Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanas atsaukšana

213. Specializācijas nolīgumu GAR 6. un 7. pants paredz, ka Komisija vai VKI var atsaukt grupu atbrīvojuma piemērošanu atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta attiecīgi 1. un 2. punktam, ja tās individuālā gadījumā konstatē, ka specializācijas nolīgumam, uz kuru attiecas grupu atbrīvojums, tomēr ir ietekme, kas ir nesaderīga ar 101. panta 3. punktu. Specializācijas nolīgumu GAR 6. panta 2. punktā ir sniegts neizsmeļošs tādu gadījumu uzskaitījums, kuros Komisija var apsvērt šo pilnvaru izmantošanu, proti, ja konkrētais tirgus ir ļoti koncentrēts un konkurence jau ir vāja, piemēram, šādu iemeslu dēļ:
- a) citu tirgus dalībnieku individuālais stāvoklis tirgū;
 - b) saiknes starp citiem tirgus dalībniekiem, kas izveidojušās paralēlu specializācijas nolīgumu dēļ;
 - c) saiknes starp pusēm un citiem tirgus dalībniekiem.

214. Piemēram, viena vai vairākas specializācijas nolīguma puses var būt atsevišķu ar citiem tirgus dalībniekiem noslēgtu specializācijas nolīgumu puses. Alternatīvi vienai vai vairākām pusēm var būt līgumiskas vai struktūrālas saiknes ar citiem tirgus dalībniekiem saistībā ar citiem tirgiem.

215. Norādījumi, kas sniegti 2. nodaļā par pētniecības un izstrādes nolīgumiem attiecībā uz grupu atbrīvojuma atsaukšanas procedūru individuālos gadījumos un atsaukšanas sekām, ir spēkā arī attiecībā uz Specializācijas nolīgumu GAR priekšrocību atsaukšanu (sk. 2.2.6. iedaļu).

3.3.8. Pārejas periods

216. Specializācijas nolīgumu GAR ir paredzēts divu gadu pārejas periods (no 2023. gada 1. jūlija līdz 2025. gada 30. jūnijam), kura laikā 101. panta 1. punktā noteiktais aizliegums nav piemērojams specializācijas nolīgumiem, kas jau ir spēkā 2023. gada 30. jūnijā un neatbilst nosacījumiem, lai piemērotu Specializācijas nolīgumu GAR paredzēto atbrīvojumu, bet atbilst nosacījumiem, lai piemērotu Komisijas Regulā (ES) Nr. 1218/2010⁽¹⁵⁸⁾ paredzēto atbrīvojumu.

3.4. Ražošanas nolīgumu individuāls novērtējums atbilstoši 101. panta 1. punktam

217. Ja ražošanas nolīgumam nav piemērojams Specializācijas nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums, ir jāveic individuāls novērtējums atbilstoši 101. pantam. Novērtējuma pirmajā posmā nosaka, vai nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē⁽¹⁵⁹⁾. Ja nolīgums ierobežo konkurenci minētās tiesību normas nozīmē, otrajā posmā nosaka, vai nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem⁽¹⁶⁰⁾.

3.4.1. Galvenās konkurences problēmas

218. Ražošanas nolīgumi var radīt dažādas konkurences problēmas, tai skaitā šādas:

- a) tiešu konkurences ierobežošanu starp pusēm;
- b) pušu kā piegādātāju ar konkurenci saistītās rīcības koordināciju; vai
- c) ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu trešām personām blakusietekmes tirgū.

219. Ražošanas nolīgumi var radīt tiešus konkurences ierobežojumus starp pusēm. Noslēdzot ražošanas nolīgumus, un jo īpaši izveidojot ražošanas kopuzņēmumus⁽¹⁶¹⁾, puses var tieši saskaņot ražošanas apjomus, produktu kvalitāti, kopuzņēmuma saražoto produktu pārdošanas cenu vai citus konkurences apstākļos svarīgus parametrus (piemēram, inovācija, ilgtspēja). Tas var ierobežot konkurenci pat tad, ja puses pārdod saskaņā ar nolīgumu saražotos produktus atsevišķi.

220. Ražošanas nolīgumi var arī izraisīt pušu kā piegādātāju ar konkurenci saistītās rīcības koordināciju, tas ir, aizliegtu vienošanos, kā rezultātā paaugstinās cenas, samazinās izlaide, pasliktinās produktu kvalitāte, samazinās produktu daudzveidība vai samazinās inovācija⁽¹⁶²⁾. Aizliegtu vienošanos iespējamība ir lielāka, ja:

- a) pusēm ir tirgus vara; un
- b) pastāv šādu koordināciju veicinoši faktori, piemēram,
 - a) ja ražošanas nolīgums palielina pušu izmaksu kopīgumu (tas ir, mainīgo izmaksu daļu, kas pusēm ir kopīga) tiktāl, ka pusēm ir iespēja noslēgt aizliegtu vienošanos; vai
 - b) ja nolīgums paredz komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu, kas var novest pie aizliegtas vienošanās noslēgšanas.

⁽¹⁵⁸⁾ Komisijas Regula (ES) Nr. 1218/2010 (2010. gada 14. decembris) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu dažām specializācijas nolīgumu kategorijām (OV L 335, 18.12.2010., 43. lpp.).

⁽¹⁵⁹⁾ Ja tā nav, tad 101. pantu nepiemēro un turpmāks novērtējums nav vajadzīgs.

⁽¹⁶⁰⁾ Sk. 3.5. iedaļu.

⁽¹⁶¹⁾ Sk. 46. punktu ("pilnfunkciju kopuzņēmumi") un 12. punktu ("atbildība par 101. panta pārkāpumiem").

⁽¹⁶²⁾ Ražošanas nolīgumi var arī izraisīt situāciju, kad tiek koordinēta pušu kā pircēju rīcība. Tādā gadījumā, kā paskaidrots 6. punktā, svarīga nozīme papildus šajā 3. nodaļā sniegtajiem norādījumiem var būt arī 4. nodaļā ("Pirkšanas nolīgumi") sniegtajiem norādījumiem.

221. Ražošanas nolīgumi var arī izraisīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu trešām personām lejupējos tirgos situācijās, kad ražošanas nolīgums attiecas uz starpproduktu, kas veido lielu daļu no tā gala-produkta mainīgajām izmaksām, attiecībā uz kuru puses konkurē lejupējā tirgū. Tādā gadījumā pusēm varbūt iespēja izmantot ražošanas nolīgumu, lai paaugstinātu starpprodukta cenu un tādējādi palielinātu to lejupējo konkurentu izmaksas. Tas var vājināt konkurenci lejupējā tirgū un paaugstināt galīgās cenas.

3.4.2. Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ

222. Ja nolīgumi ir saistīti ar a) cenu noteikšanu, b) izlaides ierobežošanu vai c) tirgu vai klientu sadalīšanu, tie parasti ierobežo konkurenci mērķa dēļ.

223. Tomēr saistībā ar ražošanas nolīgumiem tas neattiecas uz gadījumiem, kad:

a) puses vienojas par izlaidi, uz kuru tieši attiecas ražošanas nolīgums (piemēram, par kopuzņēmuma jaudu un ražošanas apjomu vai ārēju uzņēmumu saražojamo produktu apjomu), ar noteikumu, ka netiek likvidēta konkurence citos aspektos (piemēram, attiecībā uz cenām); vai

b) ražošanas nolīgums, kas paredz arī kopīgi saražoto produktu kopīgu izplatīšanu, paredz šo – un tikai šo – produktu pārdošanas cenu kopīgu noteikšanu, ar nosacījumu, ka ierobežojums ir objektīvi nepieciešams kopīgas ražošanas un izplatīšanas nolīguma īstenošana un ir samērīgs, lai sasniegtu šā nolīguma mērķus.

224. Ja uz ražošanas nolīgumu neattiecas 101. panta 1. punktā minētais aizliegums, jo nolīgumam ir neitrāla vai pozitīva ietekme uz konkurenci un tas ietver cenu noteikšanas ierobežojumu, kā minēts 223. punkta (b) apakšpunktā, tad 101. panta 1. punktā noteiktais aizliegums neattiecas arī uz šādu akcesorisku ierobežojumu ⁽¹⁶³⁾.

225. Ja ražošanas nolīgums ietver ar izlaidi saistītu ierobežojumu, kas minēts 223. punkta (a) apakšpunktā un kas nav akcesorisks ierobežojums, uz kuru neattiecas 101. panta 1. punktā noteiktais aizliegums ⁽¹⁶⁴⁾, tad ir jānovērtē, vai nolīgumam varētu būt konkurenci ierobežojoša ietekme 101. panta 1. punkta nozīmē. Šāds ierobežojums tiks novērtēts nevis atsevišķi no ražošanas nolīguma, bet ņemot vērā visa ražošanas nolīguma kopējo ietekmi.

3.4.3. Konkurenci ierobežojošā ietekme

226. Lai novērtētu, vai ražošanas nolīgumam ir konkurenci ierobežojoša ietekme 101. panta 1. punkta nozīmē, ir jāņem vērā vairāki faktori. Tie ir šādi:

a) vai nolīguma puses ir faktiski vai potenciāli konkurenti ⁽¹⁶⁵⁾;

b) situācija, kāda pastāvētu, ja nebūtu nolīguma, tai skaitā jebkādi nolīgumā ietvertie ierobežojumi;

c) konkrētā tirgus iezīmes un tas, vai nolīguma pusēm ir tirgus vara;

d) sadarbības veids un tvērums;

e) produkti, ko skar sadarbība.

3.4.3.1. Ražošanas nolīgumi, kas, visticamāk, neizraisīs ierobežojošu ietekmi

227. Konkrēti ražošanas nolīgumi, visticamāk, neradīs ierobežojošu ietekmi; tie ir:

a) ražošanas nolīgumi starp uzņēmumiem, kas nav faktiski vai potenciāli konkurenti. Šādi nolīgumi parasti var ierobežot konkurenci tikai tad, ja tie ietver noteikumus, kas ierobežo trešo personu konkurenci;

b) ražošanas nolīgumi, kas rada pusēm iespēju uzsākt tāda produkta ražošanu, kuru, pamatojoties uz objektīviem faktoriem, tās citā gadījumā nespētu ražot (piemēram, to ierobežoto tehnisko spēju dēļ), un kas neizraisa aizliegtu vienošanos attiecībā uz citiem produktiem, par kuriem puses konkurē;

⁽¹⁶³⁾ Sk. 34. punktu.

⁽¹⁶⁴⁾ Sk. 34. punktu.

⁽¹⁶⁵⁾ Sk. 16. punktu.

- c) ražošanas nolīgumi, kas ietekmē tirgus, kuros pusēm nav tirgus varas⁽¹⁶⁶⁾, tai skaitā nolīgumi, kam ir piemērojams *De minimis* paziņojums⁽¹⁶⁷⁾.

3.4.3.2. Tirgus vara

228. Nolīguma puses varēs rentabli saglabāt cenas virs konkurences līmeņa vai rentabli saglabāt izlaidi, produktu kvalitāti vai daudzveidību zem konkurences līmeņa tikai tad, ja tām būs tirgus vara. Tirgus varas analīzes sākumpunkts ir a) pušu atsevišķās un kopējās tirgus daļas. Tām parasti seko b) tirgus koncentrācijas koeficients un dalībnieku skaits tirgū, un c) dinamiski faktori, piemēram, potenciālie jaunpienācēji un mainīgās tirgus daļas, kā arī d) citi būtiski faktori.

a) Tirgus daļas

229. Uzņēmumiem parasti nav tirgus varas, ja to tirgus daļa nesasniedz noteiktu robežlielumu.
230. *Specializācijas nolīgumu GAR*. Specializācijas nolīgumiem⁽¹⁶⁸⁾ Specializācijas nolīgumu GAR ir piemērojama, ja tos noslēdz starp pusēm, kuru kopējā tirgus daļa nepārsniedz 20 % konkrētajos tirgos⁽¹⁶⁹⁾ un ja ir izpildīti pārējie Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanas nosacījumi.
231. *Ārpus Specializācijas nolīgumu GAR*. Attiecībā uz horizontāliem ražošanas nolīgumiem, kas nav specializācijas nolīgumi, kuri definēti Specializācijas nolīgumu GAR, lielākoties ir maz ticams, ka pastāv tirgus vara, ja nolīguma pušu kopējā tirgus daļa konkrētajos tirgos nepārsniedz 20 %.
232. Kā paskaidrots 183. punktā, ražošanas nolīgumam var būt blakusietekme uz tirgiem, kas atrodas augšupēji, lejupēji vai paralēli tirgum, kuru tieši skar sadarbība (piemēram, ja nolīgums attiecas uz starpproduktiem, ko izmanto kā resursu lejupējiem produktiem). Ierobežojoša ietekme blakusietekmes tirgos ir vairāk iespējama, ja tirgi ir savstarpēji atkarīgi un pusēm ir tirgus daļa blakusietekmes tirgū.
233. *Tirgus daļa, kas pārsniedz 20 %*. Ja pušu kopējā tirgus daļa pārsniedz 20 %, ir jānovērtē ražošanas nolīguma ierobežojošā ietekme. Parasti jo lielāka ir pušu kopējā tirgus daļa, jo lielāks risks, ka ražošanas nolīgums palielinās stimulu pusēm paaugstināt to cenas (un/vai pazemināt to produktu kvalitāti un/vai samazināt produktu klāstu).

b) Tirgus koncentrācijas koeficients

234. Parasti iespējami, ka ražošanas nolīgums radīs konkurenci ierobežojošu ietekmi, ir lielāka koncentrētā tirgū (proti, tirgū, kurā ir ierobežots skaits dalībnieku) nekā tirgū, kas nav koncentrēts. Koncentrētā tirgū ražošanas nolīgums var palielināt aizliegtas vienošanās risku arī tad, ja pušu kopējā tirgus daļa ir tikai viduvēja. Tas vien, ka pušu kopējā tirgus daļa nedaudz pārsniedz 20 %, vēl nenozīmē, ka tirgus ir īpaši koncentrēts.

c) Dinamiskie faktori

235. Arī tad, ja nolīguma pušu tirgus daļas un tirgus koncentrācijas koeficients ir ievērojami, dinamiskā tirgū, tas ir, tirgū, kurā bieži mainās jaunpienācēji un tirgus daļas, konkurenci ierobežojošu seku risks var būt neliels.

d) Citi tirgus varas novērtēšanai būtiski faktori

236. Novērtējot pušu tirgus varu, būtiska nozīme ir arī starp konkurentiem tirgū pastāvošo saišu apjomam un intensitātei (piemēram, citiem sadarbības nolīgumiem), klientu spējai mainīt piegādātājus un/vai tam, vai konkurenti diez vai palielinātu piegādi, ja cenas paaugstinātos.

⁽¹⁶⁶⁾ Sk. 3.4.3.2. iedaļu.

⁽¹⁶⁷⁾ Sk. 41. punktu. Daudzos gadījumos uz ražošanas nolīgumiem, kas noslēgti starp MVU, attieksies *De minimis* paziņojuma darbības joma. Tomēr minētais paziņojums neattiecas uz nolīgumiem, kas ietver konkurences ierobežojumus mērķa dēļ.

⁽¹⁶⁸⁾ Sk. Specializācijas nolīgumu GAR 2. panta 1. punktu.

⁽¹⁶⁹⁾ Sk. 3.3.5.1. iedaļu.

237. Turklāt gadījumos, kad uzņēmums, kam ir tirgus vara vienā tirgū, sadarbojas ar potenciālu jaunpienācēju, piemēram, ar tā paša produkta piegādātāju blakus esošā ģeogrāfiskajā tirgū, nolīgums var palielināt dominējošā tirgus dalībnieka tirgus varu. Tas var izraisīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, ja: a) faktiskā konkurence dominējošā tirgus dalībnieka tirgū jau tā ir vāja, un b) ienākšanas draudi rada būtisku konkurences spiedienu.

3.4.3.3. Tieša konkurences ierobežošana starp pusēm

238. Ražošanas nolīgums var tieši ierobežot konkurenci starp pusēm dažādos veidos. Piemēram,

- a) ražošanas kopuzņēmuma puses var vienoties ierobežot kopuzņēmuma izlaidi salīdzinājumā ar izlaidi, kas tās būtu laidušas tirgū, ja katra no tām lēmumus par savu izlaidi pieņemtu neatkarīgi;
- b) ja galvenās produkta iezīmes nosaka ražošanas nolīgums, tas var likvidēt konkurenci starp pusēm attiecībā uz pamatfaktoriem (piemēram, produktu vai inovācijas kvalitāti un/vai klāstu) neatkarīgi no tā, vai nolīgums paredz arī kopīgu izplatīšanu. Šis bažas ir īpaši nozīmīgas nozarēs, kurās ražošana ir galvenā saimnieciskā darbība, piemēram, ražošanas nozarēs vai pārtikas pārstrādes nozarē;
- c) Kopuzņēmums, kas nosaka pusēm augstas transfertcenas, var paaugstināt to resursu izmaksas, un tas, savukārt, var paaugstināt cenas lejupējos tirgos. Konkurentu, kas ir trešās personas, atbildes reakcija varētu būt tiem izdevīga cenu paaugstināšana, līdz ar to veicinot cenu pieaugumu konkrētajā tirgū.

239. Ražošanas nolīgumi, kas paredz arī kopīgu izplatīšanu (proti, produktu kopīgu pārdošanu), parasti ir saistīti ar lielāku konkurenci ierobežojošu seku risku nekā ražošanas nolīgumi, kas paredz tikai ražošanu. Kopīga izplatīšana pietuvina sadarbību patērētājiem un bieži ir saistīta ar cenu kopīgu noteikšanu un pārdošanu, tas ir, praksi, kas var radīt vislielākos riskus konkurencei.

3.4.3.4. Aizliegta vienošanās un ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošana

240. Aizliegtas vienošanās un/vai ar konkurenci nesaderīgas tirgus piekļuves ierobežošanas iespējamība ir atkarīga no pušu tirgus varas, kā arī konkrētā tirgus iezīmēm. Pušu spēju panākt aizliegtu vienošanos un/vai konkurenci ierobežojošu tirgus piekļuves ierobežošanu var arī palielināt *inter alia* ar izmaksu kopīgumu vai informācijas apmaiņu, kas saistīta ar ražošanas nolīgumu.

a) Izmaksu kopīgums

241. Ja vienai vai vairākām ražošanas nolīguma pusēm ir tirgus vara un nolīgums līdz ievērojamam līmenim palielina pušu izmaksu kopīgumu, tas var palielināt pušu spēju panākt aizliegtu vienošanos par cenām (tai skaitā noteikt augstākas cenas par starpproduktiem, lai ierobežotu konkurentu, kas ir trešās personas, piekļuvei lejupējiem tirgiem).
242. Izmaksu kopīgums attiecas uz mainīgo izmaksu daļu, kas nolīguma pusēm ir kopīga. Attiecīgās izmaksas ir to produktu mainīgās izmaksas, ar kuriem ražošanas nolīguma puses konkurē tirgū. Tāpēc iespēja, ka nolīgums palielinās izmaksu kopīgumu, ir mazāka tad, ja sadarbība attiecas uz produktiem, kuru komercializācija izmaksā dārgi (piemēram, jauni vai neviendabīgi produkti, kuru tirzniecība izmaksā dārgi), vai produktiem ar augstām transporta izmaksām, un sadarbība neietver šo produktu kopīgu izplatīšanu.
243. Palielinātais izmaksu kopīgums var arī palielināt pušu spēju panākt aizliegtu vienošanos lejupējos tirgos. Tas var notikt, piemēram, tad, ja ražošanas nolīgums ir saistīts ar starpproduktu, kas veido lielu daļu no tā galaprodukta mainīgajām izmaksām, attiecībā uz kuru puses konkurē lejupējā tirgū. Šādā gadījumā puses var izmantot ražošanas nolīgumu, lai paaugstinātu starpprodukta cenu un tādējādi palielinātu galīgās cenas⁽¹⁷⁰⁾.

⁽¹⁷⁰⁾ Arī paaugstinot starpprodukta cenu konkurentiem, kas ir trešās personas lejupējā tirgū un kas ir atkarīgi no pušu starpprodukta piegādes.

b) Informācijas apmaiņa

244. Lai īstenotu ražošanas nolīgumu, var būt vajadzīga komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa, piemēram, par ražošanas izmaksām un procesiem. Ja uz ražošanas nolīgumu neattiecas 101. panta 1. punktā minētais aizliegums, jo nolīgumam ir neitrāla vai pozitīva ietekme uz konkurenci, minētais aizliegums neattiecas arī uz informācijas apmaiņu, kas saistīta ar konkrēto nolīgumu⁽¹⁷¹⁾. Tas tā ir gadījumā, kad informācijas apmaiņa ir objektīvi nepieciešama ražošanas nolīguma īstenošanai un ir samērīga ar tā mērķiem⁽¹⁷²⁾. Piemēram, informācijas apmaiņa par pārdošanas apjomiem un cenām var būt nepieciešama, lai īstenotu ražošanas nolīgumu, kas paredz kopīgu izplatīšanu, bet parasti nebūs nepieciešama, ja nolīgums neparedz kopīgu izplatīšanu.
245. Ja informācijas apmaiņa pārsniedz to, kas ir objektīvi nepieciešams ražošanas nolīguma īstenošanai vai nav samērīga ar tā mērķiem, tā būtu jānovērtē, izmantojot 6. nodaļā sniegtos norādījumus⁽¹⁷³⁾. Ja uz informācijas apmaiņu attiecas 101. panta 1. punkts, tā tomēr var atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

3.5. Ražošanas nolīgumu individuāls novērtējums atbilstoši 101. panta 3. punktam

246. Ja ražošanas nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē⁽¹⁷⁴⁾ un neatbilst Specializācijas nolīgumu GAR paredzētā atbrīvojuma nosacījumiem⁽¹⁷⁵⁾, ir jānovērtē, vai nolīgums atbilst visiem četriem 101. panta 3. punkta kumulatīvajiem nosacījumiem, kas sniegti 1.2.7. iedaļā. Šo nosacījumu piemērošanā ražošanas nolīgumiem būtiski ir turpmāk sniegtie faktori.

3.5.1. Efektivitātes pieaugums

247. Ražošanas nolīgumam ir jāpalīdz uzlabot preču ražošanu vai izplatīšanu vai jāveicina tehniska vai saimnieciska attīstība.
248. Ražošanas nolīgumi var radīt efektivitātes pieaugumu, piemēram,
- a) ļaujot uzņēmumiem ietaupīt citādi divkārsās izmaksas;
 - b) palīdzot uzņēmumiem uzlabot produktu kvalitāti, tiem liekot kopā savas savstarpēji papildinošās prasmes un zinātību;
 - c) ļaujot uzņēmumiem palielināt produktu daudzveidību, ko tie citādi nevarētu atļauties vai nebūtu spējuši panākt;
 - d) ļaujot uzņēmumiem uzlabot ražošanas tehnoloģijas vai ieviest jaunus produktus (piemēram, ilgtspējīgus produktus), ko tie citādi nebūtu spējuši izdarīt (piemēram, to tehnisko spēju dēļ);
 - e) stimulējot uzņēmumus un sniedzot tiem iespēju pielāgot to ražošanas jaudu pēkšņam konkrētu produktu pieprasījuma kāpumam vai piedāvājuma samazinājumam, kas var izraisīt deficītu;
 - f) ļaujot uzņēmumiem ražot par zemākām izmaksām, ja sadarbība sniedz pusēm iespēju palielināt ražošanu un ja līdz ar izlaides pieaugumu samazinās robežizmaksas, tas ir, gūstot apjomradītus ietaupījumus;
 - g) nodrošinot diversifikācijas radītus izmaksu ietaupījumus, ja nolīgums ļauj pusēm palielināt dažādu to ražoto produktu veidu skaitu.

⁽¹⁷¹⁾ 2014. gada 11. septembra spriedums *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 89. punkts.

⁽¹⁷²⁾ Sk. arī 1.2.6. iedaļu un 369. punktu.

⁽¹⁷³⁾ Sk. arī 6. punktu.

⁽¹⁷⁴⁾ Sk. 3.4. iedaļu.

⁽¹⁷⁵⁾ Sk. 3.3. iedaļu.

249. Šis efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu. Piemēram, ražošanas nolīgums var palielināt noturību, ja ražošanu pārceļ uz vietām tuvāk ilgtspējīgiem energoavotiem.

3.5.2. Obligāta vajadzība

250. Ražošanas nolīgums nedrīkst noteikt ierobežojumus, kas nav obligāti vajadzīgi efektivitātes pieauguma sasniegšanai 101. panta 3. punkta nozīmē.
251. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada ražošanas nolīgums, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Piemēram, parasti par obligāti vajadzīgiem neuzskata ierobežojumus, ko ražošanas nolīgums nosaka konkurējošai pušu rīcībai attiecībā uz izlaidi ārpus sadarbības jomas. Tāpat arī kopīga cenu noteikšana netiks uzskatīta par obligāti vajadzīgu, ja ražošanas nolīgums neparedz kopīgu izplatīšanu.

3.5.3. Nodošana patērētājiem

252. Ražošanas nolīgumam ir jāļauj patērētājiem baudīt pienācīgu daļu no radītajiem labumiem. Obligāti vajadzīgu ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošo ietekmi, piemēram, ar zemākām cenām vai labāku produktu kvalitāti vai daudzveidību.
253. Efektivitātes pieaugums, kas dod labumu tikai nolīguma pusēm, vai izmaksu ietaupījumi, ko rada izlaides samazinājums vai tirgus sadalīšana, nav pietiekami 101. panta 3. punkta nosacījumu izpildei.
254. Mainīgo izmaksu ietaupījumu nodošana patērētājiem ir vairāk iespējama nekā pastāvīgo izmaksu ietaupījumu nodošana ⁽¹⁷⁶⁾.
255. Turklāt, jo lielāka ir pušu tirgus vara, jo mazāka ir varbūtība, ka tās nodos efektivitātes pieaugumu patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošo ietekmi.

3.5.4. Konkurences nelikvidēšana

256. Ražošanas nolīgums nedrīkst sniegt pusēm iespēju likvidēt konkurenci attiecībā uz attiecīgo produktu būtisku daļu.
257. Šis nosacījums ir jānovērtē konkrētajā tirgū, pie kura pieder nolīguma aptvertie produkti, un visos blakusietekmes tirgos, kuros nolīgums rada konkurenci ierobežojošu ietekmi.

3.6. Mobilās telesakaru infrastruktūras koplietošanas nolīgumi

258. Šajā iedaļā ir sniegti norādījumi par konkrēta ražošanas nolīgumu veida – mobilo telesakaru infrastruktūras koplietošanas nolīgumu ⁽¹⁷⁷⁾ (šajā iedaļā minēti kā “NSA”) – novērtējumu no konkurences viedokļa. Tie ir nolīgumi, saskaņā ar kuriem mobilo telekomunikāciju tīklu operatori kopīgo savas tīkla infrastruktūras izmantošanu, pamatdarbības izmaksas un izmaksas saistībā ar vēlākiem atjauninājumiem un uzturēšanas darbiem ⁽¹⁷⁸⁾. Savienojuma tīkli ir īpaši svarīgi digitālās ekonomikas un sabiedrības attīstībai un ir svarīgi praktiski visiem uzņēmumiem un patērētājiem. Mobilo telesakaru tīklu operatori bieži apvieno savus resursus, lai piedāvātu mobilo telesakaru pakalpojumus rentablākā veidā.

⁽¹⁷⁶⁾ Sk. arī 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 98. punktu.

⁽¹⁷⁷⁾ Jāatzīmē, ka termins “mobila infrastruktūra” šajā iedaļā attiecas ne tikai uz infrastruktūras izmantošanu mobilajiem telesakaru pakalpojumiem, piemēram, mobilajai platjoslai, bet arī lai nodrošinātu bezvadu piekļuvi noteiktai vietai, piemēram, fiksēto bezvadu piekļuvi (“FWA”), ko izmanto kā alternatīvu vadu savienojumiem.

⁽¹⁷⁸⁾ Šajā iedaļā sniegtie norādījumi aptver nolīgumus, kas attiecas uz infrastruktūras kopīgu izmantošanu, kuru veic mobilo telesakaru tīklu operatori. Šī iedaļa neaptver nolīgumus, kas attiecas uz mobilo telesakaru vairumtirdzniecības piekļuves produktu nodrošināšanu.

259. NSA var paredzēt galvenās vietas infrastruktūras, piemēram, mastu, skapju, antenu vai strāvas avotu, koplietošanu ("pasīvā koplietošana" jeb "piekļuve zonām"). Mobilo telesakaru tīklu operatori var arī koplietot radio-piekļuves tīklu ("RAN") aprīkojumu tādās vietās kā bāzes raiduztvērēja stacijas vai kontrolleru mezgli ("aktīvā koplietošana" jeb "RAN koplietošana") vai to spektru, piemēram, frekvenču joslas ("spektra koplietošana")⁽¹⁷⁹⁾. NSA var paredzēt ģeogrāfisku segmentāciju, kur mobilo telesakaru tīklu operatori sadala savus pienākumus saistībā ar infrastruktūras un aprīkojuma uzstādīšanu, uzturēšanu un ekspluatēšanu to attiecīgajās teritorijās.
260. Komisija atzīst, ka NSA var dot labumu izmaksu samazinājumu un kvalitātes un izvēles uzlabojumu veidā. Piemēram, izvēšanas un uzturēšanas izmaksu samazinājums var sniegt labumu patērētājiem zemāku cenu vai lielāku investīciju infrastruktūrā veidā. Tāpat jaunu tīklu un tehnoloģiju ātrāka izvēšana, plašāks aptvērums vai blīvāki tīkli var radīt pakalpojumu kvalitātes uzlabojumus un palielināt produktu un pakalpojumu daudzveidību. NSA var arī radīt iespēju rasties konkurencei, kas citādi nepastāvētu⁽¹⁸⁰⁾. Komisija ir arī konstatējusi, ka NSA sniedz iespēju mobilo telesakaru tīklu operatoriem iegūt piekļuvi lielākiem, efektīvākiem tīkliem⁽¹⁸¹⁾ bez vajadzības veikt konsolidāciju, tiem apvienojoties.
261. Komisija uzskata, ka principā NSA, tai skaitā spektra koplietošana, neierobežo konkurenci mērķa dēļ 101. panta 1. punkta nozīmē, ja vien tie netiek izmantoti kā instruments, lai iesaistītos kartelī.
262. Tomēr NSA var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi. Tie var ierobežot infrastruktūras konkurenci, kāda būtu, ja nebūtu nolīguma⁽¹⁸²⁾. Samazināta infrastruktūras konkurence, savukārt, var ierobežot konkurenci mobilo telesakaru pakalpojumu sniegšanā gan vairumtirdzniecības, gan mazumtirdzniecības līmenī. Tas tā ir tāpēc, ka ierobežotāka konkurence infrastruktūras līmenī var ietekmēt tādas konkurences aspektus kā infrastruktūras objektu skaits, vieta un uzstādītā jauda, atvilces maršrutēšanas savienojumu⁽¹⁸³⁾ pieejamība vietām, kur NSA puses kopīgi izvieto savu mobilo sakaru aprīkojumu, jaunu objektu izvēšanas laiks, kā arī katrā objektā uzstādītās jaudas lielums⁽¹⁸⁴⁾, kas, savukārt, var ietekmēt pakalpojuma kvalitāti un cenas vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības līmenī.
263. NSA var arī mazināt pušu neatkarību lēmumu pieņemšanā un ierobežot to spēju vai stimulus iesaistīties savstarpējā infrastruktūras kompetencē. Tas, savukārt, var mazināt pušu elastīgumu inovācijā un tehnoloģiju/produktu diferencēšanā mobilo telesakaru vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības tirgos un tādējādi ierobežot konkurenci starp tām⁽¹⁸⁵⁾. Tādējādi mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumi, ņemot vērā to

⁽¹⁷⁹⁾ Mobilo telesakaru operatori var arī iesaistīties citu veidu koplietošanā; papildus to tīkla RAN daļas koplietošanai tie var arī koplietot konkrētus to pamattīkla mezglus, piemēram, mobilās komutācijas centrus un mobilās pārvaldības subjektus.

⁽¹⁸⁰⁾ Piemēram, mobilās infrastruktūras koplietošana mazumtirdzniecības līmenī var ļaut rasties konkurencei, kāda nepastāvētu, ja nebūtu nolīguma. Pēc analogijas sk. 2006. gada 2. maija spriedumu *O2 (Germany)*/Komisija, T-328/03, EU:T:2006:116, 77., 78. un 79. punktu. Šis spriedums attiecas uz valsts mēroga viesabonēšanas nolīgumiem, tomēr principus var piemērot *mutatis mutandis* mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumiem.

⁽¹⁸¹⁾ Elektronisko sakaru tiesiskais regulējums ļauj dalībvalstu iestādēm konkrētos apstākļos noteikt tīkla operatoriem pienākumu koplietot infrastruktūru, piemēram, ģeogrāfiskajās teritorijās, kur ir nepārvarami ekonomiski vai fiziski šķēršļi infrastruktūras replīcēšanai un pastāv risks, ka galalietotājiem tiks liegta digitālā savienojamība. Sk. 61. panta 4. punktu Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā (ES) 2018/1972 (2018. gada 11. decembris) par Eiropas Elektronisko sakaru kodeksa izveidi (pārstrādāta redakcija) (turpmāk "Eiropas Elektronisko sakaru kodekss") (OV L 321, 17.12.2018., 36. lpp.). Sk. arī Komisijas Ieteikumu (ES) 2020/1307 (2020. gada 18. septembris) par kopīgu Savienības rīkkopu, kuras mērķis ir samazināt ļoti augstas veiktspējas tīklu izvēšanas izmaksas un nodrošināt savlaicīgu un investīcijām labvēlīgu piekļuvi 5G radiofrekvenču spektram nolūkā veicināt savienojamību, atbalstot ekonomikas atveseļošanu no Covid-19 krīzes Savienībā. Ieteikumā ir uzsvērts, ka "5G tīkliem augstāko frekvenču joslās ir vajadzīgs ievērojami blīvāks šūnu izvietojums nekā iepriekšējo paaudžu tehnoloģijām. Pasīvās un aktīvās infrastruktūras koplietošana un kopīga bezvadu infrastruktūras izvēšana var samazināt šādas izvēšanas izmaksas (tostarp papildizmaksas) (...) un tādējādi paātrināt izvēšanas tempu, atbalstīt tīkla pārklājuma palielināšanu un ļaut efektīvāk un lietderīgāk izmantot radiofrekvenču spektru, dodot labumu patērētājiem. Tādēļ kompetentajām iestādēm pret to būtu jāattiecas pozitīvi, jo īpaši apgabalos, kur ekonomikas atdeve ir ierobežota"; sk. 26. apsvērumu un 20. punkta f) apakšpunktu (OV L 305, 21.9.2020., 33. lpp.).

⁽¹⁸²⁾ Iespēja konkurēt, par kuru ir runa, ir jāizvērtē, ņemot vērā faktus, kādi būtu gadījumā, ja nebūtu nolīguma; to, ka konkurence ir traucēta, īpaši var apšaubīt, ja nolīgums ir nepieciešams tam, lai uzņēmums varētu uzsākt darboties jaunā jomā. Sk. 2006. gada 2. maija spriedumu *O2 (Germany)*/Komisija, T-328/03, 68. punktu.

⁽¹⁸³⁾ Atvilces maršrutēšanas savienojumi savieno tīkla pamatdaļu ar attālākām tīkla daļām.

⁽¹⁸⁴⁾ Uzstādītās jaudas ierobežojumiem kopā ar ierobežojumiem, ko izraisa koplietotais atvilces maršrutēšanas tīkls, var, piemēram, būt tieša ietekme uz vairumtirdzniecības pakalpojumu piedāvājumu mobilo virtuālo tīklu operatoriem (MVNO) un (starptautisko un valsts) viesabonēšanas pakalpojumu piedāvājumu.

⁽¹⁸⁵⁾ Komisijas lēmums (2022. gada 11. jūlijs), *Tīkla koplietošana – Čehijas Republika*, AT.40305, 89. apsvērumš.

ietekmi uz tirgus struktūru, var kaitēt galapatērētājiem, samazinot izvēles iespējas, pazeminot pakalpojumu kvalitāti, kā arī aizkavējot inovāciju⁽¹⁸⁶⁾. Piemēram, tas var notikt konkrētu nolīgumā ietvertu tehnisku⁽¹⁸⁷⁾, līgumisku⁽¹⁸⁸⁾ vai finansiālu nosacījumu dēļ⁽¹⁸⁹⁾. Ja NSA puses ir konkurenti, arī komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa starp tām var radīt konkurences problēmas, ja informācijas apmaiņa pārsniedz to, kas ir objektīvi nepieciešams un samērīgs nolīguma īstenošanai.

264. Attiecībā uz NSA vienmēr ir jāveic individuāls novērtējums atbilstoši 101. pantam⁽¹⁹⁰⁾. Atkarībā no konkrētā gadījuma faktiem novērtējuma vajadzībām var būt būtiski daži vai visi no šādiem faktoriem:

- a) koplietošanas veids un apjoms (tostarp mobilo telesakaru tīkla operatoru neatkarības pakāpe)⁽¹⁹¹⁾;
- b) koplietoto pakalpojumu un koplietoto tehnoloģiju tvērums, (spektra) koplietošanas mērķis, ar nolīgumu izveidotās sadarbības ilgums un struktūra;
- c) NSA ģeogrāfiskais tvērums un tirgus aptvērums (piemēram, iedzīvotāju īpatsvars un tas, vai nolīgums skar mazapdzīvotus apgabalus)⁽¹⁹²⁾;
- d) konkrētā tirgus iezīmes un struktūra (pušu tirgus daļas, pušu turējumā esošā spektra daļa, pušu savstarpējās konkurences ciešums, ārpus nolīguma esošo operatoru skaits un to radītā konkurences spiediena apmērs, šķēršļi ienākšanai tirgū, nolīgumi ar trešām personām (piemēram, tīkla infrastruktūras komponentu īpašniekiem, kas ir trešās personas, vai pakalpojumu sniedzējiem, kas ir trešās personas, piem., torņa pakalpojumu sniedzējiem));
- e) NSA skaits konkrētajā tirgū un iesaistīto tīkla operatoru skaits un identitāte.

265. Lai gan vienmēr būs vajadzīgs katrā atsevišķā gadījumā veikts novērtējums, Komisija uzskata, ka, lai NSA varētu uzskatīt *prima facie* par tādu, kam nav konkurenci ierobežojošu seku 101. panta 1. punkta nozīmē, tam jāatbilst vismaz šādiem nosacījumiem:

- a) iesaistītie operatori katrs kontrolē un ekspluatē savu pamattīklu, un nav tehnisku, līgumisku, finansiālu vai citu atturošu apstākļu, kas liedz katram operatoram vienpusēji īstenot jebkādas infrastruktūras izvēršanas un modernizācijas darbus, ko tas vēlas īstenot;
- b) iesaistītie operatori veic neatkarīgas mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības darbības (tehniskā un komerciālā neatkarība lēmumu pieņemšanā). Tas ietver brīvību noteikt cenas saviem pakalpojumiem, noteikt produktu/to kopumu parametrus un nošķirt savus pakalpojumus, pamatojoties uz kvalitāti un citiem kritērijiem;
- c) iesaistītajiem operatoriem ir spēja ievērot neatkarīgas spektra stratēģijas⁽¹⁹³⁾;
- d) iesaistītie operatori apmainās tikai ar tādu komerciāli sensitīvu informāciju, kas ir stingri nepieciešama mobilās infrastruktūras koplietošanai, un vajadzības gadījumā ir ieviesti šķēršļi informācijas apmaiņai.

⁽¹⁸⁶⁾ Komisijas lēmums (2022. gada 11. jūlijs), *Tīkla koplietošana – Čehijas Republika*, AT.40305, 89. apsvērums.

⁽¹⁸⁷⁾ Mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumi var izraisīt situācijas, kurās viena puse aizkavē otru pusi, piemēram, ja mobilo tīklu infrastruktūra, ko ekspluatē viena puse konkrētā teritorijā, neatbalsta noteiktu tehnoloģiju, kuru otra puse, kas izmanto šo infrastruktūru šajā teritorijā, vēlētos izvērst. Sk. arī Komisijas lēmumu (2022. gada 11. jūlijs), *Tīkla koplietošana – Čehijas Republika*, AT.40305, 4.4.1. iedaļa, 91. un 106. apsvērums.

⁽¹⁸⁸⁾ Piemēram, ja divas puses vienojas par ģeogrāfisku sadalījumu (kur i) puse A ir tīkla operators ģeogrāfiskajā teritorijā A un puse B ir tīkla operators teritorijā B; ii) abas puses turpina darboties un konkurēt viena otras teritorijā; savukārt iii) tīkla operators konkrētā teritorijā ir atbildīgs par investīciju lēmumiem abu šīs teritorijas operatoru vārdā) un nolīgums piešķir tīkla operatoram tiesības atteikties īstenot tīkla paplašināšanu, ko pieprasa otra puse.

⁽¹⁸⁹⁾ Piemēram, ģeogrāfiska sadalījuma gadījumā, kad viena puse iekasē no otras puses tīkla modernizācijas cenu, kas ir augstāka nekā pamatā esošās papildu izmaksas.

⁽¹⁹⁰⁾ 2006. gada 2. maija spriedums O2 (*Germany*)/Komisija, T-328/03, EU:T:2006:116, 65.–71. punkts.

⁽¹⁹¹⁾ Komisijas lēmums (2003. gada 16. jūlijs), *T-Mobile Deutschland/O2 Germany: Network Sharing Rahmenvertrag*, COMP/38.369, 12. apsvērums; Komisijas lēmums (2003. gada 30. aprīlis), *O2 UK Limited/T-Mobile UK Limited* ("Apvienotās Karalistes tīkla koplietošanas nolīgums"), COMP/ 38.370, 11. apsvērums.

⁽¹⁹²⁾ Sk. Eiropas Elektronisko sakaru regulatoru iestādes (BEREC) kopējo nostāju par mobilās infrastruktūras koplietošanu, 2019. gada 13. jūnijs, 4.2. iedaļu "Aktīvā koplietošana".

⁽¹⁹³⁾ Piemēram, neatkarīgas spektra iegādes, neatkarīgi lēmumi par to, kā izmantot šādu spektru un kuras spektra joslas izmantot, un tas, vai pēc spektra iegādes to koplietot.

266. Visbeidzot, tiek sniegti šādi vispārējie norādījumi par dažādu veidu mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumiem ⁽¹⁹⁴⁾:
- a) pasīvās koplietošanas nolīgumi ⁽¹⁹⁵⁾ diez vai radīs konkurenci ierobežojošu ietekmi, ja vien i) tīkla operatori saglabā pietiekamu neatkarību un elastību savas komerciālās stratēģijas, savu pakalpojumu iezīmju un savu tīkla investīciju noteikšanā, un ii) netiek ierobežota piekļuve pasīvajai infrastruktūrai konkrētajā tirgū (šajā ziņā būtiskie faktori, kas jāņem vērā, ir, piemēram, normatīvie pienākumi vai pastāvošā komerciālā kārtība, kas ierobežo šādu piekļuvi);
 - b) ir lielāka varbūtība, ka aktīvās koplietošanas nolīgumiem ⁽¹⁹⁶⁾ būs konkurenci ierobežojoša ietekme. Proti, salīdzinājumā ar pasīvo koplietošanu aktīvā koplietošana parasti ietver plašāku sadarbību attiecībā uz tīkla komponentiem, kas var ietekmēt ne tikai aptvērumsu, bet arī neatkarīgu jaudas izvēršanu;
 - c) spektra koplietošanas nolīgumi (dēvēti arī par “spektra apvienotu lietošanu”) nozīmē daudz plašākas sadarbības veidu un var vēl vairāk ierobežot pušu spēju nošķirt savus mazumtirdzniecības un/vai vairumtirdzniecības piedāvājumus un tieši ierobežot konkurenci starp tām ⁽¹⁹⁷⁾. Lai gan regulatīvās iestādes var atļaut radiospektra koplietošanu, kad tās piešķir tiesības izmantot radiospektru ⁽¹⁹⁸⁾, par šiem nolīgumiem ir jāveic rūpīgāks novērtējums atbilstoši 101. pantam nekā par citiem tīkla koplietošanas veidiem ⁽¹⁹⁹⁾.

3.7. Piemēri

267. Tieša konkurences ierobežošana

1. piemērs

Situācija. Divi produkta X piegādātāji, uzņēmums A un uzņēmums B, nolēmj slēgt savas esošās novecojušās ražotnes un būvēt jaunu, lielāku un efektīvāku ražotni, ko pārvaldīs kopuzņēmums, kura jauda pārsniedz uzņēmuma A un uzņēmuma B veco ražotņu kopējo jaudu. Konkurenti izmanto savas esošās ražotnes ar pilnu jaudu, un tiem nav paplašināšanās plānu. Uzņēmuma A un uzņēmuma B tirgus daļa produkta X konkrētajā tirgū ir attiecīgi 20 % un 25 %. Tirgus ir koncentrēts un stagnējošs, tajā nav nesenu jaunpienācēju, un tirgus daļas laika gaitā ir bijušas stabilas. Ražošanas izmaksas veido būtisku daļu no uzņēmuma A un uzņēmuma B mainīgajām izmaksām saistībā ar produktu X. Izmaksu un stratēģiskās nozīmes ziņā komercializācija salīdzinājumā ar ražošanu ir mazsvarīga saimnieciskā darbība: tirgvedības izmaksas ir zemas, jo produkts X ir viendabīgs un tirgū ieņem stabilu vietu, un transporta izmaksas nav būtisks konkurenci veicinošs faktors.

⁽¹⁹⁴⁾ Atkarībā no attiecīgās (RAN) tehnoloģijas attīstības laika gaitā šis nošķirums starp pasīvo, aktīvo un spektra koplietošanu var kļūt mazāk nozīmīgs attiecībā uz turpmākiem NSA. Tomēr šajā punktā aprakstītie principi, visticamāk, joprojām būs būtiski turpmāku NSA novērtēšanai, arī atkarībā no tā, kāda nākotnē būs (RAN) tehnoloģijas aparatūras komponentu loma nošķiruma ziņā. Piemēram, nākotnē ir iespējams, ka būs mazāks nošķirums RAN aparatūras komponentu līmenī, bet lielāks nošķirums ir iespējams programmatūras līmenī.

⁽¹⁹⁵⁾ Sk. 259. punktu.

⁽¹⁹⁶⁾ Sk. 259. punktu.

⁽¹⁹⁷⁾ Jānorāda, ka termins “spektra koplietošana” šajā iedaļā attiecas tikai uz tāda veida infrastruktūras koplietošanas nolīgumu, saskaņā ar kuru divi vai vairāki konkurējoši mobilo telesakaru tīklu operatori kā kopīgu resursu izmanto savas attiecīgās spektra daļas vienā vai vairākās spektra joslās. Šajā iedaļā sniegtie norādījumi par spektra koplietošanu neattiecas uz citu veidu spektra koplietošanu, piemēram, starp nekonkurentiem (arī starp mobilo telesakaru tīklu operatoriem un citiem dalībniekiem, kas nav mobilo telesakaru tīklu operatori), kas dinamiskā veidā izmanto tās pašas spektra joslas, tādējādi sekmējot šā nepietiekamā resursa efektīvu izmantošanu un jaunu iespēju rašanos 5G izvēršanai. Turklāt termins “spektra koplietošana” šajā iedaļā nebūtu jājauc ar tā dēvēto “dinamisko spektra koplietošanu”, kas ir tehnoloģija, kura ļauj dinamiski sadalīt mobilo sakaru operatora jaudas resursus konkrētā spektra joslā, lai šajā spektra joslā varētu vienlaicīgi izmantot vairāk nekā vienu mobilo tehnoloģiju paaudzi, piemēram, 3G, 4G un 5G.

⁽¹⁹⁸⁾ Eiropas Elektronisko sakaru kodeksa 47. panta 2. punkts. Turklāt kompetentās iestādes, piesaistot nosacījumus individuālām radiofrekvenču spektra lietošanas tiesībām, var paredzēt šādas iespējas: a) koplietot pasīvo vai aktīvo infrastruktūru, kas ir atkarīga no radiospektra vai radiospektra koplietošanas, b) noslēgt komerciālus viesabonēšanas piekļuves nolīgumus, c) kopīgi izvērst infrastruktūru tādu tīklu vai pakalpojumu nodrošināšanai, kuri balstās uz radiofrekvenču spektra lietošanu.

⁽¹⁹⁹⁾ Piemēram, ja tiek noslēgts mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgums starp diviem mobilajiem operatoriem, kuriem ir liela kopējā tirgus daļa, un ja šis līgums aptver lielu dalībvalsts teritorijas daļu un paredz spektra koplietošanu, ir stingrāks pamats veikt padziļinātu izpēti. Tomēr konkrētos apstākļos (piemēram, ja nolīgums skar tikai mazapdzīvotus apgabalus) šādiem nolīgumiem var nebūt ierobežojošu seku.

Analīze.

Specializācijas nolīgumu GAR piemērojamība. Specializācijas nolīgumu GAR nav piemērojama, jo pušu kopējā tirgus daļa produkta X konkrētajā tirgū pārsniedz 20 %. Tāpēc ir jāveic individuāls ražošanas nolīguma novērtējums.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu. Ja kopuzņēmuma rezultātā uzņēmums A un uzņēmums B kopīgi sedz lielāko daļu to mainīgo izmaksu saistībā ar produktu X, tad ir iespējams, ka konkurence starp tiem tiks tieši ietekmēta. Kopuzņēmums var arī novest pie tā, ka puses ierobežo savu produkta X izlaidi salīdzinājumā ar izlaidi, ko tās būtu laidušas tirgū, ja katra puse lēmumus par savu izlaidi pieņemtu neatkarīgi. Ņemot vērā konkurentu ierobežoto spiedienu jaudas ziņā, šis izlaides ierobežojums var izraisīt cenu paaugstināšanos.

Tāpēc ražošanas kopuzņēmums, visticamāk, ietekmēs konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē produkta X tirgū.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Aizstājot abas vecās, mazākās ražotnes ar jaunu ražotni, kopuzņēmums var palielināt izlaidi par zemākām cenām, tādējādi radot labumu patērētājiem. Tomēr ražošanas nolīgums atbilstīs 101. panta 3. punkta nosacījumiem tikai tad, ja puses var pierādīt, ka efektivitātes pieaugums būs ievērojams un, visticamāk, tiks nodots patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošo ietekmi.

268. Aizliegtas vienošanās un saiknes starp konkurentiem

2. piemērs

Situācija. Divi piegādātāji – uzņēmums A un uzņēmums B – izveido ražošanas kopuzņēmumu produkta Y ražošanai. Produkta Y tirgū uzņēmumam A un uzņēmumam B katram ir attiecīgi 15 % un 10 % liela tirgus daļa. Tirgū ir trīs citi dalībnieki: uzņēmums C, kura tirgus daļa ir 30 %, uzņēmums D, kura tirgus daļa ir 25 %, un uzņēmums E ar 20 % lielu tirgus daļu. Uzņēmums B jau ir izveidojis ražošanas kopuzņēmumu ar uzņēmumu D. Produkts Y ir viendabīgs, pamatā esošā tehnoloģija ir vienkārša, un piegādātājiem ir ļoti līdzīgas mainīgās izmaksas.

Analīze.

Specializācijas nolīgumu GAR piemērojamība. Specializācijas nolīgumu GAR nav piemērojama, jo pušu kopējā tirgus daļa produkta Y konkrētajā tirgū pārsniedz 20 %. Tāpēc ir jāveic individuāls ražošanas nolīguma novērtējums.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu. Tirgum ir raksturīgi tas, ka tajā ir ļoti maz dalībnieku ar līdzīgām tirgus daļām un līdzīgām mainīgajām ražošanas izmaksām. Kopuzņēmums starp uzņēmumu A un uzņēmumu B radīs papildu saikni starp piegādātājiem tirgū, *de facto* palielinot tirgus koncentrācijas pakāpi, jo tas uzņēmumu A un uzņēmumu B sasaistīs arī ar uzņēmumu D. Šī sadarbība var palielināt aizliegtas vienošanās risku un tādējādi var ierobežot konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Līguma 101. panta 3. punkta nosacījumi būs izpildīti tikai ievērojama efektivitātes pieauguma gadījumā, kurš tiktu nodots patērētājiem tādā apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošo ietekmi. Tomēr šajā piemērā, ņemot vērā produkta Y viendabīgumu un tā pamatā esošās tehnoloģijas vienkāršību, tas šķiet maz ticams.

269. Ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošana

3. piemērs

Situācija. Uzņēmums A un uzņēmums B izveido ražošanas kopuzņēmumu, lai ražotu starpproduktu X, kas aptver visu produkta X ražošanu. Produkts X ir galvenais produkts, ko izmanto kā resursu lejupējā produkta Y ražošanā, un nav citu aizstājošu produktu, ko varētu izmantot kā šā produkta resursu. Produkta X ražošanas izmaksas veido 50 % no mainīgajām izmaksām galaproduktam Y, attiecībā uz

kuru uzņēmums A un uzņēmums B konkurē arī lejupējos tirgos. Uzņēmumam A un uzņēmumam B katram ir 20 % liela tirgus daļa produkta Y tirgū. Jaunpienācēju skaits šajā lejupējā tirgū ir bijis ierobežots, un tirgus daļas laika gaitā ir bijušas stabilas. Uzņēmums A un uzņēmums B apmierina savu pieprasījumu pēc produkta X (iekšējs patēriņš), turklāt tiem katram ir 30 % liela tirgus daļa produkta X tirgū (pārdošana trešām personām). Produkta X tirgū ir lieli ienākšanas šķēršļi, un esošie ražotāji strādā ar gandrīz pilnu jaudu. Produkta Y tirgū ir divi citi lieli piegādātāji, katrs ar 15 % lielu tirgus daļu, un vairāki mazāki konkurenti. Kopuzņēmums rada apjomradītus ietaupījumus, kas izpaužas kā pušu galveno mītņu nemainīgo izmaksu samazinājums.

Analīze.

Specializācijas nolīgumu GAR piemērojamība. Specializācijas nolīgumu GAR nav piemērojama, jo pušu kopējā tirgus daļa pārsniedz 20 % gan starpprodukta X tirgū, gan lejupējā produkta Y tirgū. Tāpēc ir jāveic individuāls ražošanas nolīguma novērtējums.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu. Pateicoties ražošanas kopuzņēmumam un to lielajai kopējai tirgus daļai produkta X augšupējā tirgū, uzņēmums A un uzņēmums B lielā mērā varēs kontrolēt būtiskā resursa X piegādes to konkurentiem produkta Y lejupējā tirgū. Tas varētu dot uzņēmumam A un uzņēmumam B iespēju palielināt to konkurentu izmaksas, mākslīgi paaugstinot produkta X cenu vai samazinot izlaidi. Tas varētu ierobežot uzņēmuma A un uzņēmuma B konkurentu piekļuvi produkta Y tirgum. Ņemot vērā šo ar konkurenci nesaderīgas tirgus piekļuves ierobežošanas varbūtību lejupējos tirgos, šis nolīgums var ierobežot konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Ražošanas kopuzņēmuma apjomradītie ietaupījumi nepārsniedz nemainīgās izmaksas un diez vai atsvērs konkurenci ierobežojošo ietekmi, tāpēc šis nolīgums, visticamāk, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

270. Ražošanas nolīgums kā tirgus sadalīšanas līdzeklis

4. piemērs

Situācija. Gan uzņēmums A, gan uzņēmums B ražo produktus X un Y. Uzņēmumam A ir 30 % tirgus daļa produkta X tirgū un 10 % tirgus daļa produkta Y tirgū. Uzņēmumam B ir 10 % tirgus daļa produkta X tirgū un 30 % tirgus daļa produkta Y tirgū. Lai ražošanā gūtu apjomradītus ietaupījumus, uzņēmums A un uzņēmums B noslēdz ražošanas nolīgumu, saskaņā ar kuru uzņēmums A ražos tikai produktu X un uzņēmums B ražos tikai produktu Y. Nolīgums neparedz, ka puses piegādās produktus viena otrai. Rezultātā pēc nolīguma noslēgšanas uzņēmums A pārdos tikai produktu X un uzņēmums B pārdos tikai produktu Y. Puses apgalvo, ka, šādi specializējoties, tās gūs ievērojamus pastāvīgo izmaksu ietaupījumus, jo radīsies apjomradīti ietaupījumi, un ka, katrai pusei koncentrējoties tikai uz vienu produktu, tās uzlabos savas ražošanas tehnoloģijas, un tādējādi uzlabosies produktu kvalitāte.

Analīze.

Specializācijas nolīgumu GAR piemērojamība. Specializācijas nolīgumu GAR nav piemērojama, jo pušu kopējā tirgus daļa pārsniedz 20 % gan produkta X, gan produkta Y konkrētajā tirgū. Jebkurā gadījumā nolīgums nav kvalificējams par savstarpējas specializācijas nolīgumu atbilstoši Specializācijas nolīgumu GAR sniegtajai definīcijai, jo puses nevienojas viena otru apgādāt ar produktiem, ko tās attiecīgi pārstāj ražot. Tāpēc ir jāveic individuāls nolīguma novērtējums.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu. Saskaņā ar nolīgumu uzņēmums A un uzņēmums B vienojas pārstāt ražot (un pārdot) produktus, attiecībā uz kuriem tie konkurē. Tādējādi nolīguma mērķis ir ierobežot konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Apgalvotais efektivitātes pieaugums, kas izriet no nolīguma (pastāvīgo izmaksu samazinājums un ražošanas tehnoloģijas uzlabojums) ir saistīts ar tirgus sadali, tāpēc ir maz ticams, ka tas pārsniegtu nolīguma ierobežojošo ietekmi; tādējādi nolīgums neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Katrā ziņā, ja uzņēmums A vai uzņēmums B uzskata, ka efektīvāk būtu pievērsties tikai vienam produktam, tie var vienkārši vienusēji nolemt ražot tikai produktu X vai produktu Y, nevienojoties ar otru uzņēmumu, ka tas ražos tikai otru produktu.

271. Potenciāli konkurenti

5. piemērs

Situācija. Uzņēmums A ražo galaproduktu X, un uzņēmums B ražo galaproduktu Y. Produkts X un produkts Y pieder pie atsevišķiem produktu tirgiem, kuros gan uzņēmumam A, gan uzņēmumam B ir tirgus vara un to individuālās tirgus daļas pārsniedz 20 %. Abi uzņēmumi izmanto produktu Z kā resursu, lai ražotu attiecīgi produktu X un produktu Y, un abi uzņēmumi ražo produktu Z tikai pašu vajadzībām. Produktu X var ražot, vienkārši pārveidojot produktu Z, un uzņēmums B ir veicis sagatavošanās darbus, lai ienāktu produkta X tirgū, un šķiet reāli, ka tas ienāks šajā tirgū nākamajā gadā. Uzņēmums A un uzņēmums B vienojas kopīgi ražot produktu Z, kas rada viduvējus apjomradītus ietaupījumus, un tie vienojas pārtraukt neatkarīgu produkta Z ražošanu. Saskaņā ar nolīgumu uzņēmums B piekrīt neienākt produkta X tirgū nākamajos piecos gados.

Analīze.

Specializācijas nolīgumu GAR piemērojamība. Specializācijas nolīgumu GAR nav piemērojama, jo galaproduktu X un Y lejupējos tirgos ir pārsniegts tirgus vērtības robežlielums 20 %. Šie tirgi ir konkrētie tirgi tirgus vērtības robežlieluma piemērošanas nolūkos, jo produktu, uz kuru attiecas ražošanas nolīgums (starp-produktu Z), puses izmanto kā resursu produktu X un Y ražošanai.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu. Uzņēmums A un uzņēmums B nav faktiski konkurenti attiecībā uz produktiem X, Y vai Z. Tomēr, ņemot vērā tā plānu ienākt produkta X tirgū viena gada laikā, uzņēmums B ir uzņēmuma A potenciāls konkurents šajā tirgū. Tādējādi kopīgas ražošanas nolīgums ierobežo konkurenci produkta X tirgū 101. panta 1. punkta nozīmē, likvidējot spiedienu, ko rada uzņēmuma B plānotā ienākšana tirgū.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Līguma 101. panta 3. punkta nosacījumi, visticamāk, nebūs izpildīti, jo efektivitātes pieaugums apjomradītu ietaupījumu veidā, ko rada kopīgas ražošanas nolīgums, ir viduvējs, tāpēc ir maz ticams, ka tas atsvērs nolīguma konkurenci ierobežojošo ietekmi produkta X tirgū, kur uzņēmumam A ir tirgus vara.

272. Informācijas apmaiņa

6. piemērs

Situācija. Uzņēmumi A un B ražo plaša patēriņa ķīmisku produktu Z. Produkts Z ir viendabīgs produkts, ko ražo atbilstoši Eiropas standartam, kurš nepieļauj nekādus produkta variantus. Ražošanas izmaksas ir ievērojams produkta Z kopējo izmaksu komponents. Uzņēmuma A tirgus daļa ir 20 %, un uzņēmuma B tirgus daļa ir 25 % no produkta Z Savienības mēroga tirgus. Tirgū ir vēl četri citi ražotāji, kuru tirgus daļas ir attiecīgi 20 %, 15 %, 10 % un 10 %. Uzņēmuma A ražotne atrodas Ziemeļeiropā, dalībvalstī X, bet uzņēmuma B ražotne ir Dienvidēiropā, dalībvalstī Y. Lai gan lielākā daļa uzņēmuma A klientu atrodas Ziemeļeiropā, uzņēmumam A ir arī vairāki klienti Dienvidēiropā. Vairums uzņēmuma B klientu atrodas Dienvidēiropā, lai gan tam ir arī vairāki klienti Ziemeļeiropā. Patlaban uzņēmums A piegādā saviem Dienvidēiropas klientiem Ziemeļeiropas dalībvalsts X ražotnē izgatavoto produktu Z un transportē to uz Dienvidēiropu ar kravas automobiļiem. Līdzīgi uzņēmums B piegādā saviem Ziemeļeiropas klientiem Dienvidēiropas dalībvalstī Y ražoto produktu Z un transportē to uz Ziemeļeiropu ar kravas automobiļiem. Transporta izmaksas ir samērā augstas, tomēr ne tik augstas, lai uzņēmuma A piegādes uz Dienvidēiropu vai uzņēmuma B piegādes uz Ziemeļeiropu uzņēmumiem nebūtu izdevīgas.

Uzņēmumi A un B nolemj, ka tiem būtu izdevīgāk, ja uzņēmums A pārtrauktu produkta Z pārvadāšanu no dalībvalsts X uz Dienvidēiropu, bet uzņēmums B – no dalībvalsts Y uz Ziemeļeiropu. Tomēr abi uzņēmumi vēlas saglabāt savus esošos klientus. Tādēļ uzņēmumi A un B nolemj noslēgt maiņas nolīgumu, kas tiem ļautu katru gadu pirkt nolīgumā noteiktu produkta Z apjomu no otras puses ražotnes, lai pārdotu nopirkto produktu Z tiem klientiem, kas atrodas tuvāk otras puses ražotnei. Lai aprēķinātu pirkšanas cenu, kura nebūtu izdevīgāka vienai no pusēm un kurā būtu pienācīgi ņemtas vērā pušu atšķirīgās ražošanas

izmaksas un dažādi transporta izmaksu ietaupījumi, un lai nodrošinātu, ka abas puses var gūt atbilstošu peļņas normu, tās piekrist viena otrai izpaust informāciju par savām izmaksām saistībā ar produktu Z (proti, ražošanas un transporta izmaksām).

Analīze.

Specializācijas nolīgumu GAR piemērojamība. Specializācijas nolīgumu GAR nav piemērojama, jo maiņas nolīgums neatbilst nevienam no nolīgumu veidiem, uz kuriem attiecas Specializācijas nolīgumu GAR.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu. Tas, ka uzņēmumi A un B, būdami konkurenti, apmainās ar daļu no produkcijas, pats par sevi nerada konkurences problēmas. Tomēr nolīgums arī paredz informācijas apmaiņu starp pusēm par produkta Z, attiecībā uz kuru tie konkurē, ražošanas un transporta izmaksām. Informācijas apmaiņa starp konkurentiem pārsniedz to, kas ir nepieciešams maiņas nolīguma īstenošanai. Ņemot vērā samērā koncentrēto tirgus struktūru, produkta Z viendabīgumu un to, ka ražošanas un transporta izmaksas ir kopējo ražošanas izmaksu nozīmīgs komponents un tādējādi arī svarīgs konkurences parametrs, informācijas apmaiņa var novest pie aizliegtas vienošanās. Tāpēc, ņemot vērā pušu ievērojamās tirgus daļas, nolīgums varētu ierobežot konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

Individuāls novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Nolīgums radīs pusēm efektivitātes pieaugumu izmaksu ietaupījumu veidā, tomēr informācijas apmaiņas saturs nešķiet obligāti vajadzīgs efektivitātes pieauguma sasniegšanai. Puses varētu panākt līdzīgus izmaksu ietaupījumus, vienojoties par cenas formulu, kas nav saistīta ar ražošanas un transporta izmaksu izpaušanu. Tātad pašreizējā veidolā maiņas nolīgums neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

4. PIRKŠANAS NOLĪGUMI

4.1. Ievads

273. Šajā nodaļā ir sniegti norādījumi par tādu nolīgumu novērtēšanu, kuri attiecas uz produktu kopīgu pirkšanu, ko veic vairāki uzņēmumi. Kopīga pirkšana paredz pirkšanas darbību apvienošanu, un to var veikt dažādos veidos, arī ar kopīgi kontrolētas sabiedrības starpniecību, ar tādas sabiedrības starpniecību, kurā uzņēmumiem pieder daļas, kas nenodrošina kontroli, ar kooperatīva starpniecību vai izmantojot līgumisku vienošanos vai brīvākus sadarbības veidus, piemēram, kad pārstāvis veic sarunas vai noslēdz līgumus par pirkumiem vairāku uzņēmumu vārdā (visi kopā turpmāk "kopīgas pirkšanas vienošanās").
274. Kopīgas pirkšanas vienošanās pastāv dažādos ekonomikas sektoros. Tās paredz, ka to dalībnieki veic kopīgus pirkumus, vai arī tās var attiekties tikai uz kopīgām sarunām par pirkuma cenām, pirkuma cenas komponentiem vai citiem noteikumiem ar piegādātāju, ļaujot faktiskos pirkuma darījumus noslēgt katrai pusei individuāli, pamatojoties uz kopīgi apspriestajām cenām un/vai noteikumiem. Šajā nodaļā atsaucies uz kopīgu pirkumu nozīmē gan kopīgus pirkumus, gan kopīgas sarunas par pirkuma cenām (to komponentiem) vai citiem noteikumiem. Kopīgas pirkšanas vienošanās var ietvert arī papildu darbības, piemēram, kopīgu transportu, kvalitātes kontroli un glabāšanu noliktavā, tādējādi izvairoties no piegādes izmaksu dublēšanās. Atkarībā no sektora pircēji var patērēt kopīgi nopirkto produktus vai izmantot tos par resursiem savām darbībām, piemēram, enerģiju vai mēslojumu. Vai arī pircēji var pārdot produktus tālāk, piemēram, kā tas ir ātrās aprīes patēriņa preču (piem., pārtikas, mājokļa vai personīgās higiēnas produktu utt.) vai plaša patēriņa elektronikas gadījumā. Neatkarīgu mazumtirgotāju grupas, mazumtirdzniecības ķēdes vai mazumtirgotāju grupas, kas iesaistās kopīgos pirkumos, bieži dēvē par "mazumtirdzniecības aliansēm" ⁽²⁰⁰⁾.

⁽²⁰⁰⁾ Sk. *Colem, L., Bouamra-Mechemache, Z., Daskalova, V., Nes, K., Retail alliances in the agricultural and food supply chain*, EUR 30206 EN, Eiropas Komisija, 2020, ISBN 978-92-76-18585-7, doi:10.2760/33720, JRC120271. Šajā JRC ziņojumā ir aprakstīta mazumtirdzniecības aliansu tipoloģija (sk. 2.3. iedaļu, kurā ir nošķirtas i) neatkarīgu mazumtirgotāju grupas, ii) valsts mazumtirdzniecības alianses un iii) starptautiskas vai Eiropas mazumtirdzniecības alianses). Atšķirībā no neatkarīgu mazumtirgotāju grupām valsts vai starptautiskas mazumtirdzniecības alianses parasti kopīgi nepērk produktus no piegādātājiem, bet tikai veic sarunas par konkrētiem pirkuma nosacījumiem ar zīmola produktu ražotājiem, piemēram, par ražotāja papildu atlaizi piešķiršanu apmaiņā pret konkrētiem pakalpojumiem, ko sniedz mazumtirgotāji. Šie nosacījumi ir piemērojami papildus nosacījumiem, par kuriem vienojas ar individuāliem alianses locekļiem.

275. Kopīgas pirkšanas vienošanās parasti tiek noslēgtas, lai radītu tādu pircēja varas pakāpi attiecībā pret piegādātājiem, kādu atsevišķi kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki varētu nerasniegt, ja tie rīkotos neatkarīgi. Pircēja vara kopīgas pirkšanas vienošanās ietvaros var nodrošināt patērētājiem zemākas cenas, lielāku daudzveidību vai labāku produktu kvalitāti. Tā var arī sniegt iespēju dalībniekiem, it īpaši mazākiem uzņēmumiem, panākt labvēlīgākus pirkuma nosacījumus un tādējādi saglabāt savu konkurētspēju lejupējā(-os) pārdošanas tirgū(-os), saskaroties ar spēcīgiem konkurentiem. Uzņēmumi var arī iesaistīties kopīgos pirkumos, lai novērstu deficītu vai pārtraukumus konkrētu produktu ražošanā, tādējādi izvairoties no traucējumiem piegādes ķēdē. Tomēr konkrētos apstākļos kopīgi pirkumi var arī radīt konkurences problēmas, kā sniegts ka 4.2.3. iedaļā.
276. Kopīgas pirkšanas vienošanās var ietvert gan horizontālus, gan vertikālus nolīgumus. Šādos gadījumos ir nepieciešama divposmu analīze. Pirmkārt, horizontāls(-i) nolīgums(-i) starp konkurējošiem uzņēmumiem, kas veic kopīgu pirkumu, vai pirkuma uzņēmumu apvienības pieņemtie lēmumi jānovērtē saskaņā ar šajās pamatnostādņēs aprakstītajiem principiem. Ja šajā novērtējumā tiek secināts, ka kopīgas pirkšanas vienošanās nerada konkurences problēmas, ir jāveic turpmāks novērtējums, lai pārbaudītu jebkurus vertikālos nolīgumus, kas noslēgti starp kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem un atsevišķu tās dalībnieku, kā arī starp kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem un piegādātājiem. Šādi vertikāli nolīgumi ir jānovērtē, izmantojot VNGAR un Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā. Vertikālus nolīgumi, uz kuriem neattiecas VNGAR, neuzskata par nelikumīgiem, bet tie ir jānovērtē individuāli saskaņā ar 101. pantu.
- 4.2. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu**
- 4.2.1. *Galvenās konkurences problēmas*
277. Kopīgas pirkšanas vienošanās starp faktiskiem vai potenciāliem konkurentiem var radīt konkurences ierobežojumus augšupējā un/vai lejupējā pārdošanas tirgū vai tirgos, piemēram, šādus – paaugstinātas cenas vai samazināta izlaide, produktu kvalitāte vai daudzveidība, vai inovācija, tirgus sadalīšana, vai arī ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošana citiem pircējiem.
- 4.2.2. *Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ*
278. Kopīgas pirkšanas vienošanās parasti nerada konkurences ierobežojumus mērķa dēļ, ja tās faktiski attiecas uz kopīgiem pirkumiem, proti, ja divi vai vairāki pircēji kopīgi veic sarunas un noslēdz nolīgumu ar konkrētu piegādātāju par vienu vai vairākiem tirdzniecības nosacījumiem, kas regulē produktu piegādi pircējiem, kuri sadarbojas.
279. Kopīgas pirkšanas vienošanās būtu jānoskaidro no pircēju kartelēm, kuru mērķis ir ierobežot konkurenci iekšējā tirgū pretrunā 101. panta 1. punktam⁽²⁰¹⁾. Pircēju kartēļi ir nolīgumi vai saskaņota darbība starp diviem vai vairākiem pircējiem, kas, neiesaistoties kopīgās sarunās attiecībā pret piegādātāju:
- a) koordinē šo pircēju individuālo ar konkurenci saistīto rīcību pirkšanas tirgū vai ietekmē attiecīgos to konkurences parametrus, izmantojot tādu praksi kā (bet ne tikai) pirkšanas cenu vai to komponentu noteikšana vai koordinēšana (tostarp, piemēram, nolīgumi, ar ko nosaka algas vai vienojas nemaksāt konkrētu cenu par produktu), pirkuma kvotu piešķiršana vai tirgu un piegādātāju sadalīšana; vai
- b) ietekmē šo pircēju individuālās sarunas ar piegādātājiem vai atsevišķus to pirkumus no piegādātājiem, piemēram, koordinējot pircēju sarunu stratēģijas vai informācijas apmaiņu par šādu sarunu ar piegādātājiem statusu.
280. Ja pircēji atsevišķi iesaistās sarunās ar piegādātājiem (proti, tie neiesaistās kopīgās sarunās ar piegādātāju), tiem savi pirkuma lēmumi ir jāpieņem neatkarīgi, un tie nedrīkst likvidēt savstarpējo stratēģisko nenoteiktību attiecībā uz to turpmāko rīcību tirgū, noslēdzot nolīgumus vai vienojoties par saskaņotu darbību. Pircēji nedrīkst vispirms savstarpēji noteikt vienu vai vairākus pirkuma nosacījumus (cenu, daudzumu, piegādes avotu, kvalitāti vai citus konkurences parametrus), pirms katrs pircējs atsevišķi ir veicis sarunas un pirkumus no piegādātāja.

⁽²⁰¹⁾ 2019. gada 7. novembra spriedums *Campine*, T-240/17, EU:T:2019:778, 297. punkts; sk. arī 2009. gada 4. jūnija spriedumu *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 37. punktu; 2006. gada 13. decembra spriedumu *French Beef*, apvienotās lietas T-217/03 un T-245/03, EU:T:2006:391, 83. un nākamās punktus.

281. Pircēju kartelis var pastāvēt arī tad, ja savstarpēji apmainīties ar komerciāli sensitīvu informāciju par saviem individuālajiem pirkšanas nodomiem vai to sarunām ar piegādātājiem pircēji vienojas ārpus jebkādas patiesas kopīgas pirkšanas vienošanās, un kolektīvi mijiedarboties ar piegādātājiem karteļa dalībnieku vārdā⁽²⁰²⁾. Tas jo īpaši attiecas uz informācijas apmaiņu starp pircējiem par to maksājamām pirkuma cenām (maksimālajām cenām, minimālajām atlaidēm un citiem cenu aspektiem), citiem pirkuma noteikumiem, piegādes avotiem (gan piegādātāju, gan teritoriju ziņā), apjomiem un daudzumiem, kvalitāti vai citiem konkurences parametriem (piemēram, laiku, piegādi un inovāciju).
282. Pircēju kartelis pēc būtības rada tādu kaitējumu konkurencei, kas ir pietiekams, lai nebūtu jānovērtē tā iespējamā ietekme. Tādējādi, ja tas iespaido tirdzniecību starp dalībvalstīm, tas radīs konkurences ierobežojumu mērķa dēļ 101. panta 1. punkta nozīmē. Tāpēc pircēju karteļa novērtējumā atšķirībā no kopīgas pirkšanas vienošanās novērtējuma principā nav jādefinē konkrētais(-ie) tirgus(-i), kā arī nav jāņem vērā pircēju stāvoklis augšupējā pirkšanas tirgū un tas, vai tie konkurē lejupējā pārdošanas tirgū⁽²⁰³⁾. Varbūtību, ka pirkšanas vienošanās, ko noslēdz starp pircējiem, būs pircēju kartelis, vēl vairāk samazina šādi faktori:
- a) kopīgas pirkšanas vienošanās liek piegādātājiem skaidri saprast, ka sarunas tiek veiktas tā dalībnieku vārdā un ka dalībniekiem būs saistoši saskaņotie noteikumi to individuālo pirkumu veikšanai, vai ka kopīgas pirkšanas vienošanās ietvaros pirkumi tiek veikti tās dalībnieku vārdā. Šādā nolūkā nav nepieciešams, lai kopīgas pirkšanas vienošanās ietvaros tiktu izpausta tās dalībnieku identitāte, jo īpaši tad, ja dalībnieki ir mazi vai vidēji uzņēmumi un/vai to pirkumi veido tikai ierobežotu daļu no kopīgas pirkšanas vienošanās ietvaros veiktajiem pirkumiem no piegādātāja. Tomēr piegādātājiem nav pienākuma veikt pasākumus, lai noskaidrotu, vai pastāv kopīgas pirkšanas vienošanās, piemēram, no trešām personām vai izskatot paziņojumus presei. Tomēr pircēju kartelis ir atpazīstams ne tikai pēc slepenības⁽²⁰⁴⁾;
 - b) kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki ir rakstiskā nolīgumā ir noteikuši to sadarbības veidu, tvērumu un darbību, tāpēc tās atbilstību 101. pantam var pārbaudīt *ex post*, kā arī pārbaudīt, to salīdzinot ar kopīgas pirkšanas vienošanās faktisko darbību. Tomēr rakstisks nolīgums pats par sevi nevar pasargāt vienošanos no konkurences tiesību izpildes.
283. Kopīgas pirkšanas vienošanās var arī veicināt iesaistīšanos – vai tās var izmantot par līdzekli, lai iesaistītos – pārdevēju karteli, tas ir, noslēgtu nolīgumu starp konkurentiem, lai noteiktu pārdošanas cenas, ierobežotu izlaidi vai sadalītu tirgus vai klientus lejupējos pārdošanas tirgos. Tādā gadījumā kopīgas pirkšanas vienošanos var novērtēt vienlaikus ar karteli lejupējā pārdošanas tirgū.
284. Kopīgas pirkšanas vienošanās, kuras mērķis ir izslēgt faktisku vai potenciālu konkurentu no lejupējā(-iem) pārdošanas tirgus(-iem), ir sava veida horizontāls boikots un ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Horizontāli boikoti būtu jānošķir no vertikāliem boikotiem, proti, pircēju vienošanās nepirkt no konkrētiem piegādātājiem augšupējā tirgū. Lai gan noteiktos apstākļos vertikāls boikots var būt konkurences ierobežojums mērķa dēļ, parasti tas tā nav. Piemēram, ja pircēju nolīgums paredz vairs nepirkt produktus no konkrētiem piegādātājiem īpašu produkta iezīmju, ražošanas procesu vai darba nosacījumu dēļ, jo, piem., piedāvātie produkti ir neilgtspējīgi, savukārt pircēji vēlas pirkt tikai ilgtspējīgus produktus, tad šāda nolīguma mērķis nav ierobežot konkurenci. Tāpēc vertikālie boikoti ir jāvērtē to juridiskajā un ekonomiskajā kontekstā, lai novērtētu to faktisko vai iespējamo ietekmi uz konkurenci.

⁽²⁰²⁾ Sk. 6. nodaļu par informācijas apmaiņu un jo īpaši 6.2.6. iedaļu, kas attiecas arī uz komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu starp pircējiem.

⁽²⁰³⁾ Nolīguma iespējamā konkurenci veicinošā ietekme ir pienācīgi jāņem vērā kā konteksta elementi, lai nolīgumu varētu klasificēt kā ierobežojumu mērķa dēļ, ciktāl tās var likt apšaubīt vispārējo novērtējumu par to, vai nolīgums ir pietiekami kaitējošs konkurencei; sk. 28. punktu.

⁽²⁰⁴⁾ Komisija ir piemērojusi sankcijas arī pircēju karteļiem, kas nedarbojās pilnīgi slepeni, bet vismaz sāka darboties samērā pārrēķināmā veidā. Sk. Komisijas Lēmumu 2003/600/EK (2003. gada 2. aprīlis), *French Beef* (OV L 209, 19.8.2003., 12. lpp.).

4.2.3. Konkurenci ierobežojošā ietekme

285. Kopīgas pirkšanas vienošanās, kuras ietvaros pircēji kopīgi mijiedarbojas ar piegādātājiem, jānovērtē tās juridiskajā un ekonomiskajā kontekstā, ņemot vērā šādas vienošanās faktisko un iespējamo ietekmi uz konkurenci. Novērtējumā ir jāņem vērā iespējamā ierobežojošā ietekme gan konkrētajā pirkšanas tirgū vai tirgos, kurā kopīgas pirkšanas vienošanās ietvaros notiek mijiedarbība ar piegādātājiem, gan konkrētajā pārdošanas tirgū vai tirgos, kuros kopīgas pārdošanas vienošanās dalībnieki var konkurēt kā pārdevēji. Šajā novērtējumā Komisija salīdzinās kopīgas pirkšanas vienošanās faktisko vai iespējamo ietekmi konkrētajā(-os) pirkšanas un pārdošanas tirgū(-os) ar situāciju, kāda rastos, ja nebūtu šīs konkrētās vienošanās.
286. Parasti kopīgas pirkšanas vienošanās, visticamāk, neradīs konkurences problēmas, ja tās dalībniekiem nav tirgus varas konkrētajā pārdošanas tirgū vai tirgos.
287. Uz konkrētiem ierobežojumiem, ko kopīgas pirkšanas vienošanās nosaka tās dalībniekiem, var neattiekties 101. panta 1. punkta darbības joma, ja šādi ierobežojumi paredz tikai to, kas ir objektīvi nepieciešams un samērīgs, lai nodrošinātu, ka vienošanās darbojas pareizi un ļauj tās dalībniekiem īstenot pircēja varu attiecībā pret piegādātājiem⁽²⁰⁵⁾. Tas var attiekties, piemēram, uz noteikumu, kas aizliedz dalībniekiem piedalīties konkurencē par kopīgas pirkšanas vienošanos, ciktāl tas apdraudētu pirkšanas vienošanās pareizu darbību un tās pircēja varu.

4.2.3.1. Konkrētie tirgi

288. Kopīgas pirkšanas vienošanās var ietekmēt divus tirgus. Pirmkārt, tas ir tirgus vai tirgi, ko tieši skar kopīgas pirkšanas vienošanās, proti, konkrētais(-ie) pirkšanas tirgi(-i), kurā(-os) kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki kopīgi veic sarunas par piegādātājiem vai veic pirkumus no piegādātājiem. Otrkārt, tas ir lejupējais pārdošanas tirgus vai tirgi, proti, tirgus(-i), kurā(-os) kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki atsevišķi darbojas kā pārdevēji.
289. Definējot konkrētos pirkšanas tirgus, ievēro Paziņojumā par tirgus jēdzienu sniegtos principus, bet konkurences spiedienu analizē, pamatojoties uz aizstājamības jēdzienu. Pirkšanas tirgu vienīgā atšķirība no pārdošanas tirgiem ir tāda, ka aizstājamība jādefinē no piedāvājuma, nevis pieprasījuma viedokļa. Citiem vārdiem, piegādātāju alternatīvām ir izšķiroša nozīme, nosakot konkurences spiedienu uz pircējiem. Šīs alternatīvas varētu analizēt, piemēram, pārbaudot piegādātāju iespējamo reakciju uz nelielu, bet nepārejošu to piedāvāto produktu cenu samazinājumu. Kad konkrētais tirgus ir definēts, var aprēķināt kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku tirgus daļu, pamatojoties uz dalībnieku attiecīgo produktu pirkumu vērtību vai apjomu kā procentuālo daļu no kopējās pārdošanas konkrētajā pirkšanas tirgū.
290. Ja dalībnieki turklāt ir konkurenti vienā vai vairākos pārdošanas tirgos, arī šie tirgi ir svarīgi novērtējumam. Konkrētos pārdošanas tirgus definē, izmantojot par Paziņojumā par tirgus definīciju aprakstītās metodes.

4.2.3.2. Tirgus vara

291. Nav absolūta robežlieluma, kuru pārsniedzot varētu pieņemt, ka kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem ir tirgus vara tādā mērā, ka kopīgas pirkšanas vienošanās varētu radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr vairumā gadījumu ir maz ticams, ka pastāv tirgus vara, ja kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa konkrētajā(-os) pirkšanas tirgū(-os) nepārsniedz 15 %, kā arī kopējā tirgus daļa konkrētajā(-os) pārdošanas tirgū(-os) nepārsniedz 15 %. Katrā ziņā, ja dalībnieku kopējās tirgus daļas nepārsniedz 15 % gan pirkšanas, gan pārdošanas tirgos, visticamāk, 101. panta 3. punkta nosacījumi ir izpildīti, ja vien vienošanās neietver konkurences ierobežojumu mērķa dēļ.
292. Tirgus daļa, kas pārsniedz šo robežlielumu vienā vai abos tirgos, pati par sevi nenorāda, ka kopīgas pirkšanas vienošanās varētu radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi. Ja kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa pārsniedz minēto robežlielumu, ir jāveic sīks novērtējums par vienošanās ietekmi uz tirgu, ņemot vērā tādus faktorus kā tirgus koncentrācija, peļņas normas, konkurences ciešums, to produktu veids, uz kuriem attiecas pirkšanas vienošanās, un piegādātāju iespējamā kompensējošā pārdevēja vara.

⁽²⁰⁵⁾ Sk. 1994. gada 15. decembra spriedumu *Gøtttrup-Klim*, C-250/92, EU:C:1994:413, 34. punktu. Sk. arī 1.2.6. iedaļu par akcesoris-kiem ierobežojumiem.

293. Turklāt analizē par to, vai kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem kopīgi ir pircēja vara, būtisks ir arī konkurentu savstarpējo saikņu skaits un intensitāte pirkšanas tirgū. Piemēram, daži no dalībniekiem var būt arī citu pirkšanas vienošanos dalībnieki.
294. Ja kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem ir ievērojamas pakāpes pircēja vara pirkšanas tirgū, tad pastāv risks, ka vienošanās var kaitēt konkurencei augšupējā tirgū, kas galu galā var arī radīt kaitējumu patērētājiem lejupējos tirgos. Piemēram, kopīgas pircēja varas īstenošana var kaitēt piegādātāju investīciju stimuliem un likt piegādātājiem, kam nav kompensējošas pārdevēja varas, samazināt to ražoto produktu klāstu vai kvalitāti. Tas var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi augšupējā tirgū, piemēram, kvalitātes pazemināšanos, inovācijas centienus samazināšanos un galu galā nepietiekamu piedāvājumu. Turklāt mazumtirgotāji var īstenot pircēja varu un nostādīt piegādātājus citu pret citu, kopīgi ierobežojot produktu daudzveidību savos veikalos, galu galā kaitējot patērētājiem lejupējos tirgos.
295. Risks, ka kopīga pirkuma nolīgumi var mazināt piegādātāju investīciju vai inovācijas stimulus, ir lielāks tad, ja pircēji kopā veic lielu daļu no konkrētajiem pirkumiem, it īpaši ja šādi pircēji sadarbojas ar piegādātājiem, kam nav kompensējošas pārdevēja varas. Šādi piegādātāji var būt īpaši neaizsargāti pret peļņas samazinājumu, it īpaši ja tie ir veikuši būtiskus ieguldījumus, lai pie veiktu piegādes kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem. Konkurenci ierobežojošas ietekmes iespējamība ir mazāka, ja piegādātājiem ir ievērojamas pakāpes kompensējoša pārdevēja vara (kas ne vienmēr nozīmē dominējošu stāvokli) pirkšanas tirgū vai tirgos, piemēram, tāpēc, ka tie pārdod produktus vai pakalpojumus, kas pircējiem ir vajadzīgi, lai konkurētu lejupējos pārdošanas tirgos, un ko ir sarežģīti aizstāt.
296. Kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku pircēja varu var arī izmantot, lai izslēgtu konkurējošus pircējus no pirkšanas tirgus, ierobežojot to piekļuvi produktīviem piegādātājiem. Šādu ierobežojošu seku iespējamība ir lielāka, ja ir tikai ierobežots piegādātāju skaits un pastāv šķēršļi ienākšanai pirkšanas tirgus piedāvājuma pusē.
297. Ja kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki ir faktiski vai potenciāli konkurenti lejupējā tirgū, to stimuli konkurēt par cenu lejupējā(-os) pirkšanas tirgū(-os) var būt ievērojami samazināti, ja dalībnieki kopīgi pērk lielu daļu no produktiem, attiecībā uz kuriem tie konkurē lejupējos tirgos. Pirmkārt, ja dalībniekiem kopā ir ievērojama tirgus varas pakāpe pārdošanas tirgū(-os) (kas ne vienmēr nozīmē dominējošu stāvokli), ir mazāk iespējams, ka ar kopīgas pirkšanas vienošanos panāktās zemākās pirkšanas cenas tiks nodotas patērētājiem. Tas it īpaši attiecas uz gadījumu, kad kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku konkurentiem to vājā tirgus stāvokļa dēļ ir ierobežota spēja efektīvi konkurēt pārdošanas tirgū. Otrkārt, jo lielāka ir kopīga pirkumam vienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa lejupējā pārdošanas tirgū, jo lielāks ir risks, ka augšupējās pirkšanas koordinēšana izraisīs arī lejupējās pārdošanas koordināciju. Šis risks ir īpaši augsts, ja kopīgas pirkšanas vienošanās ierobežo (vai neveicina) tās dalībnieku spēju neatkarīgi pirt papildu resursu apjomu pirkšanas tirgū. Pienākums dalībniekiem pirt visus tiem vajadzīgos produktus vai lielāko to daļu ar kopīgas pirkšanas vienošanās starpniecību ar mērķi nodrošināt pietiekami spēcīgu stāvokli sarunās attiecībā pret spēcīgiem piegādātājiem, būtu jānovērtē, ņemot vērā tādus faktoros kā šā pienākuma tvērums (attiecīgo pirkumu apjoms vai īpatsvars) un ilgums un kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa konkrētajā(-os) pirkšanas tirgū(-os) un pārdošanas tirgū(-os).
298. Tomēr, ja kopīgas pirkšanas vienošanās pusēm kopīgi nav tirgus varas vai tās nedarbojas vienā un tajā pašā konkrētajā pārdošanas tirgū vai tirgos (piemēram, mazumtirgotāji, kas darbojas dažādos ģeogrāfiskos tirgos un nav potenciālie konkurenti), ir maz ticams, ka kopīgas pirkšanas vienošanās radīs konkurenci ierobežojošu ietekmi pārdošanas tirgū(-os).

4.2.3.3. Aizliegta vienošanās

299. Kopīgas pirkšanas vienošanās var novest pie aizliegtas vienošanās, ja tā veicina dalībnieku rīcības koordināciju lejupējos pārdošanas tirgos, kuros tie ir faktiski vai potenciāli konkurenti. Tas jo īpaši var notikt gadījumos, kad tirgus struktūra pārdošanas tirgū veicina aizliegtu vienošanos (piemēram, tāpēc, ka tirgus ir koncentrēts un uzrāda ievērojamu pārredzamības pakāpi). Aizliegtas vienošanās iespējamība ir lielāka arī tad, ja kopīgas

pirkšanas vienošanās dalībniekiem ir liela kopējā tirgus daļa pārdošanas tirgū un vienošanās pārsniedz kopīgu pirkšanu vai kopīgu sarunu veikšanu par pirkuma nosacījumiem. Piemēram, šāda aizliegta vienošanās var tikt veicināta, ja vienošanās dalībnieki vienojas par apjomiem, ko tie pirks ar vienošanās starpniecību, vai saskaņo pārdošanas cenu atlaizi vai pārdošanas veicināšanas pasākumu laiku lejupējā pārdošanas tirgū, tādējādi būtiski ierobežojot konkurenci starp tiem pārdošanas tirgū.

300. Aizliegta vienošanās var tikt veicināta arī tad, ja kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki panāk izmaksu kopīgumu augstā pakāpē, veicot kopīgu pirkumu, ar nosacījumu, ka tiem ir tirgus vara pārdošanas tirgū un tirgus iezīmes veicina koordināciju. Konkrētāk, konkurenci ierobežojoša ietekme ir iespējamā, ja pusēm kopā ir ievērojama daļa no to mainīgajām izmaksām pārdošanas tirgū. Tas tā ir, piemēram, gadījumā, kad konkurējoši galaprodukta ražotāji un pārdevēji kopā pērk lielu daļu savu resursu. Tas tā var būt arī tad, ja mazumtirgotāji, kas darbojas tajā pašā konkrētajā mazumtirdzniecības tirgū vai tirgos, kopīgi pērk ievērojamu daļu no produktiem, ko tie piedāvā tālākpārdošanai. Papildus aizliegtas vienošanās sazarotības palielināšanas iespējamībai ⁽²⁰⁶⁾ mazumtirgotāji, kas ir kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki, var arī vairāk sliekties uz to, lai samierinātos ar piegādātāju cenu palielinājumiem, ja tie zina, ka šādi palielinājumi attieksies arī uz lielāko daļu to konkurentu lejupējā(-os) pārdošanas tirgū(-os) un tādējādi var tikt nodoti patērētājiem.
301. Lai īstenotu kopīgas pirkšanas vienošanos, var būt nepieciešams apmainīties ar komerciāli sensitīvu informāciju, piemēram, par pirkšanas cenām (vai to daļām) un apjomiem. Tomēr, ja uz kopīgas pirkšanas vienošanos pašu par sevi 101. panta 1. punktā minētais aizliegums neattiecas, jo nolīgumam ir neitrāla vai pozitīva ietekme uz konkurenci, minētais aizliegums neattiecas arī uz informācijas apmaiņu, kas attiecībā uz konkrēto vienošanos ir akcesoriska ⁽²⁰⁷⁾. Tas tā būs gadījumā, kad informācijas apmaiņa ir objektīvi nepieciešama kopīgas pirkšanas vienošanās īstenošanai un ir samērīga ar tās mērķiem ⁽²⁰⁸⁾. Ja informācijas apmaiņa pārsniedz to, kas ir objektīvi nepieciešams kopīgas pirkšanas vienošanās īstenošanai vai nav samērīga ar tās mērķiem, tā būtu jānovērtē, izmantojot 6. nodaļā sniegtos norādījumus ⁽²⁰⁹⁾. Ja uz informācijas apmaiņu attiecas 101. panta 1. punkts, tā tomēr var atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.
302. Komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa var veicināt koordināciju attiecībā uz pārdošanas cenām un izlaidi un tādējādi novest pie aizliegtas vienošanās pārdošanas tirgos. Komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņas plašāku blakusietekmi var samazināt līdz minimumam, piemēram, ja datus apkopo ar kopīgas pirkšanas vienošanos, kas izveidota kā atsevišķs subjekts, kurš nenodod nekādu atsevišķu informāciju iesaistītajiem pircējiem, vai ieviešot tehniskus vai praktiskus pasākumus, ar kuriem ierobežo piekļuvi šādai informācijai un aizsargā tās konfidencialitāti. Tādējādi kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki var paredzēt attīrīšanas komandas (*clean teams*) vai efektīvus konfidencialitātes noteikumus kopīgas pirkšanas vienošanās attiecīgajiem darbiniekiem un tās dalībniekiem, kuri joprojām būtu piemērojami, ja konkrēti darbinieki atgriežas pie atsevišķiem vienošanās dalībniekiem vai ja konkrēti darbinieki vai dalībnieki pāriet uz citu kopīgas pirkšanas vienošanos. Turklāt uzņēmuma dalībai vairākās kopīgas pirkšanas vienošanās nevajadzētu izraisīt konkurenci ierobežojošu informācijas apmaiņu vai cita veida koordināciju starp dažādiem pirkšanas vienošanās procesiem.
303. Saistībā ar kopīgām sarunām par noteikumiem ar piegādātājiem kopīgas pirkšanas vienošanās (t. i., tās dalībnieki vai to izveidotais tiesību subjekts) var īstenot savu pircēja varu, piemēram, draudot izstāties no sarunām vai pārtraukt pirkumus, ja piegādātājs nepiedāvās labākus noteikumus vai zemākas cenas. Tāpat šādu sarunu partneri var draudēt izbeigt sarunas vai piegādāt produktus savās sarunās ar pircējiem.
304. Šādus kopīgās sarunās izteiktus draudus var uzskatīt par kopīgas pirkšanas vienošanās neatņemamu sastāvdaļu, ja tie skar produktus, uz kuriem attiecas sarunas, un ir īslaicīgi, izbeidzoties tad, kad puses ir atsākušas sarunas vai noslēgušas nolīgumu. Neskarot tādu stingrāku valsts tiesību aktu piemērošanu, kuri aizliedz vienpusēju

⁽²⁰⁶⁾ Sk. 6.2.4.2. iedaļu.

⁽²⁰⁷⁾ 2014. gada 11. septembra spriedums *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 89. punkts.

⁽²⁰⁸⁾ Sk. 369. punktu.

⁽²⁰⁹⁾ Sk. arī 6. punktu.

ricību vai negodīgu tirdzniecības praksi⁽²¹⁰⁾, šādi draudi parasti nav konkurences ierobežojums mērķa dēļ⁽²¹¹⁾. Jebkura no šādiem draudiem izrietoša ietekme uz konkurenci tiks novērtēta saskaņā ar 101. panta 1. punktu, ņemot vērā kopīgas pirkšanas vienošanās vispārējo ietekmi, kā arī draudus īstenojošo dalībnieku stāvokli tirgū⁽²¹²⁾. Kolektīvi draudi, ko varētu uzskatīt par kopīgas pirkšanas vienošanās neatņemamu sastāvdaļu, ir, piemēram, draudi, ka mazumtirdzniecības alianses dalībnieki izbeigs konkrētu produktu pasūtījumus no piegādātāja to sarunu laikā par noteikumiem šo produktu turpmākai piegādei. Šāda pasūtījumu izbeigšana var novest pie tā, ka atsevišķu alianses dalībnieku izvēlētie produkti kļūst uz laiku nepieejami to veikalos, līdz mazumtirdzniecības aliansē un piegādātājs vienojas par turpmāku piegāžu noteikumiem. Šādi pasūtījumu apturēšanai (vai draudiem tos apturēt) parasti nebūs ievērojamas ietekmes uz konkurenci lejupējā(-os) pārdošanas tirgū(-os), kur mazumtirgotāji turpina piedāvāt produktus, kas ir attiecīgo produktu aizstājēji, un ciktāl patērētāji pārdošanas tirgū(-os) var nopirkt šos produktus vai aizstājējproduktus no kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku konkurentiem.

4.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

4.3.1. Efektivitātes pieaugums

305. Kopīgas pirkšanas vienošanās var radīt ievērojamu efektivitātes pieaugumu. Proti, tās var radīt iespēju gūt izmaksu ietaupījumus, piemēram, zemākas pirkuma cenas, zemākas ražošanas izmaksas un samazinātas darījumu izmaksas. Turklāt kopīgas pirkšanas vienošanās var radīt kvalitatīvu efektivitātes pieaugumu, piemēram, liekot piegādātājiem īstenot inovāciju un ieviest tirgū jaunus vai uzlabotus produktus vai – it īpaši mazākiem piegādātājiem – paplašinot to produktu izplatīšanu lielākam pircēju un tirgu skaitam. Šāds kvalitatīvs efektivitātes pieaugums var sniegt labumu patērētājiem, jo samazinās atkarība un tiek novērsts deficīts, pateicoties noturīgākām piegādes ķēdēm, kā arī tiek veicināta iekšējā tirgus noturība, piemēram, kopīgi iepērkot zāles vai enerģiju.

4.3.2. Obligāta vajadzība

306. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada kopīgas pirkšanas vienošanās, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Piemēram, izmaksu ietaupījumus, kas nav kopīgu pirkumu rezultāts, bet izriet no papildu darbībām, ko veic kopīgas pirkšanas vienošanās ietvaros, piemēram, loģistikas, transportēšanas vai uzglabāšanas, var uzskatīt par vienošanās radītu efektivitātes pieaugumu tikai tad, ja papildu darbība ir nepieciešama pirkšanas vienošanās darbībai un to nav nevar sasniegt ar mazāk ierobežojošiem līdzekļiem. Saistības pirkt vai risināt sarunas, tikai izmantojot kopīgas pirkšanas vienošanos, dažos gadījumos var būt obligāti vajadzīgas, lai sasniegtu vajadzīgo pircēja varas vai apjoma pakāpi apjomradītu ietaupījumu īstenošanai. Tomēr šādas saistības jāizvērtē katra individuālā gadījuma kontekstā.

4.3.3. Nodrošana patērētājiem

307. Ar obligāti vajadzīgiem ierobežojumiem sasniegtais efektivitātes pieaugums, piemēram, izmaksu samazinājumi vai kvalitatīva efektivitāte, kas izpaužas kā jaunu vai uzlabotu produktu ieviešana tirgū, jānodod patērētājiem tādā apjomā, kas pārsniedz kopīgas pirkšanas vienošanās radīto konkurenci ierobežojošo ietekmi. Tāpēc nepietiek ar izmaksu ietaupījumiem vai citu efektivitātes pieaugumu, kas sniedz labumu tikai kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem. Tā vietā izmaksu ietaupījumi jānodod dalībnieku klientiem. Piemēram, ka ir zemākas pirkšanas izmaksas, nodošana var notikt, samazinot cenas pārdošanas tirgū vai tirgos.

⁽²¹⁰⁾ Piemēram, valsts tiesību akti, ar kuriem transponē Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu (ES) 2019/633 (2019. gada 17. aprīlis) par negodīgu tirdzniecības praksi starpuzņēmumu attiecībā lauksaimniecības un pārtikas piegādes ķēdē (OV L 111, 25.4.2019., 59. lpp.) vai kuri ir stingrāki nekā 102. pants, aizliedzot ļaunprātīgu rīcību attiecībā pret ekonomiski atkarīgiem uzņēmumiem vai nosakot sankcijas par to; sk. Regulas (EK) Nr. 1/2003 3. panta 2. punktu un 8. apsvērumu.

⁽²¹¹⁾ Sk. 278. punktu.

⁽²¹²⁾ Šādi draudi var būt efektīvu sarunu neatņemama sastāvdaļa, lai panāktu konkurētspējīgākas cenas. Tomēr šādi draudi var tikt izteikti arī saistībā ar kopīgas pirkšanas vienošanos, kas ierobežo konkurenci. Tāpēc šādu draudu novērošana pati par sevi nav pierādījums nedz tam, ka tiek nodarīts kaitējums konkurenci, nedz tā trūkumam.

308. Parasti uzņēmumiem ir stimuls vismaz daļu no mainīgo izmaksu samazinājuma nodot saviem klientiem. Lielāka peļņas norma, kas izriet no mainīgo izmaksu samazinājuma, sniedz uzņēmumiem būtisku stimulu palielināt izlaidi, samazinot cenas. Tomēr, ja kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem kopā ir tirgus vara konkrētajā(-os) pārdošanas tirgū(-os), tie var būt mazāk ieinteresēti nodot mainīgo izmaksu samazinājumus klientiem. Turklāt ir mazāk ticams, ka pastāvīgo izmaksu samazinājumi (piemēram, piegādātāju vienreizējie maksājumi) tiks nodoti patērētājiem, jo tie bieži var nesniegt uzņēmumiem stimulu paplašināt izlaidi. Tādēļ ir nepieciešams rūpīgs konkrētās kopīgas pirkšanas vienošanās novērtējums, lai izvērtētu, vai tā rada ekonomisku stimulu izlaides palielināšanai un tādējādi – izmaksu samazinājuma vai efektivitātes pieauguma nodošanai ⁽²¹³⁾. Visbeidzot, zemākas pārdošanas cenas klientiem ir īpaši maz ticamas, ja kopīgas pirkšanas vienošanās ierobežo (vai neveicina) tās dalībnieku spēju pirkt papildu apjomus no konkrēta piegādātāja kopīgas pirkšanas vienošanās ietvaros vai neatkarīgi ārpus tās. Faktiski kopīgas pirkšanas vienošanās, kas ierobežo tās dalībnieku iespējas neatkarīgi pasūtīt papildu apjomus no konkrēta piegādātāja, veicina pārdošanas cenu paaugstināšanu. Tā notiek tāpēc, ka kopīga resursu pirkšanas ierobežošana parasti ierobežos pārdošanas apjomu pārdošanas tirgū vai tirgos.

4.3.4. Konkurences nelikvidēšana

309. Atbilstība 101. panta 3. punkta nosacījumiem nav panākama, ja pusēm ir dota iespēja likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu būtisku daļu. Šim nosacījumam jābūt izpildītam gan konkrētajos pirkšanas, gan pārdošanas tirgos.

4.4. Piemēri

310. Pircēju kartelis

1. piemērs

Situācija. Daudz mazo uzņēmumu uzpērk lietotus mobilos tālruņus mazumtirdzniecības vietās, kur klienti tos nodod atpakaļ, pērkot jaunu mobilo tālruni. Šie uzpircēji pārdod lietotus mobilos tālruņus reciklēšanas uzņēmumiem, kas iegūst vērtīgas izejvielas, piemēram, zeltu, sudrabu un varu, lai tos izmantotu atkārtoti kā ilgtspējīgāku alternatīvu ieguvei. Pieci reciklēšanas uzņēmumi, kas pārstāv 12 % no lietoto mobilo tālruņu pirkšanas tirgus, vienojas par kopēju maksimālo viena tālruņa pirkšanas cenu. Šie pieci reciklēšanas uzņēmumi arī informē cits citu par cenu pārrunām, kuras tie ved atsevišķi ar lietotu mobilo tālruņu uzpircējiem, kā arī par piedāvājumiem, ko uzpircēji tiem izteikuši, un par cenu, ko tie galu galā piekrīt maksāt uzpircējiem par tālruni.

Analīze. Visi pieci reciklēšanas uzņēmumi ir pircēju karteļa dalībnieki. Tie katrs atsevišķi risina sarunas un veic pirkumus no mobilo tālruņu uzpircējiem. Nepastāv kopīgas pirkšanas vienošanās, kuras ietvaros pircēji tiek kopīgi pārstāvēti sarunās ar uzpircējiem vai pirkumu veikšanā no tiem. Neatkarīgi no tā, ka reciklēšanas uzņēmumu kopējā tirgus daļa konkrētajā elektronisko atkritumu pirkšanas tirgū ir samērā maza, starp tiem noslēgtais nolīgums ir uzskatāms par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ. Tāpēc ir jādefinē konkrētais tirgus vai jānovērtē karteļa faktiskā vai potenciālā ietekme tirgū.

311. Kopīgas ražotāju sarunas par resursiem

2. piemērs

Situācija. Pieciem konkurējošiem tērauda ražotājiem ir 40 % liela kopējā tirgus daļa konkrētajā pirkšanas tirgū dalībvalstī A. Tērauda ražotāji izveido, tur īpašumā un pārvalda kopuzņēmumu, kas to vārdā veiks sarunas par dzelzsrūdas pirkšanu. Kopuzņēmums pieprasa un iegūst no liela dzelzsrūdas ražotāja dzelzsrūdas pirkuma cenas samazinājumu par 20 % dalībvalstī A. Tā vietā, lai savstarpēji konkurētu pirkšanas tirgū, visi pieci tērauda ražotāji pērk dzelzsrūdu par pirkuma cenu, par kuru sarunas veicis kopuzņēmums. Nav pierādījumu, ka kopuzņēmuma īpašnieki pazemināja savas tērauda cenas pārdošanas tirgū, pamatojoties uz to, ka tie maksāja zemākas cenas par dzelzsrūdu.

⁽²¹³⁾ Piemēram, lai gan atlaidei var būt līgumā noteikta vienreizēja maksājuma forma, tā faktiski var būt atkarīga no tā, vai pircējs sasniegs noteiktus paredzamos pārdošanas mērķrādītājus līdz brīdim, kad tiek risinātas sarunas par līguma pārslēgšanu nākamajam gadam. Līdzīgi maksājums var būt atkarīgs no tā, vai tiek sniegti konkrēti pakalpojumi.

Analīze. Kopuzņēmums ir kopīgas pirkšanas vienošanās, kuras ietvaros tiek veiktas sarunas ar piegādātājiem visu piecu tērauda ražotāju vārdā. Minētie pieci tērauda ražotāji, kas ir kopuzņēmuma puses, ir spējuši panākt zemāku cenu saviem dzelzsrūdas pirkumiem. Kopuzņēmuma puses veic dzelzsrūdas pirkumus neatkarīgi, bet pamatojoties uz cenu, par kuru sarunas veicis kopuzņēmums. Kopuzņēmuma izveides un īstenošanas mērķis nav ierobežot konkurenci. Tas, vai kopuzņēmumam būs konkurenci ierobežojoša ietekme, būs atkarīgs, piemēram, no tā, vai kopuzņēmums rada ievērojamu izmaksu kopīgumu un vai kopīgas pirkšanas vienošanās rada reālu aizliegtas vienošanās risku tērauda pārdošanas tirgū. Visiem citiem apstākļiem nemainoties, fakts, ka neviens no tērauda ražotājiem, kas ir kopuzņēmuma puses, nebūtu pazeminājis savas tērauda cenas, varētu norādīt uz šādu aizliegtu vienošanos.

312. Eiropas mazumtirdzniecības alianses kopīga sarunu risināšana

3. piemērs

Situācija. Eiropas mazumtirdzniecības alianse, kuras dalībnieki ir septiņas lielas mazumtirdzniecības ķēdes, kas katra dažādos valsts tirgos, kopīgi veic sarunas ar nozīmīgu saldo cepumu un augļu sulu produktu zīmola ražotāju, kuram ir 30 % tirgus daļa šajās produktu kategorijās, par konkrētiem nākotnes piegādes nolīguma nosacījumiem. Alianses tirgus daļa nepārsniedz 18 % katrā konkrētajā (valsts) pirkšanas tirgū, un katram tās dalībniekam ir 15–20 % tirgus daļa attiecīgās dalībvalsts konkrētajos (vietējos) mazumtirdzniecības tirgos. Alianses dalībnieki nav potenciāli jaunpienācēji cits cita pārdošanas tirgos. Sarunas jo īpaši attiecas uz ražotāja papildu atlaidi mazumtirgotājiem. Abas puses smagās sarunās vienojas, lai panāktu labāko iespējamo darījumu. Konkrētā sarunu brīdī mazumtirdzniecības alianse pieprasa, lai tās dalībnieki uz laiku beidz pasūtīt abu kategoriju produktus, par kuriem notiek sarunas ar ražotāju, lai tādējādi palielinātu spiedienu. Īstenojot šo lēmumu, katrs alianses dalībnieks individuāli nolemj, kuru no šajās kategorijās ietilpstošajiem ražotāja produktiem tas beigs pasūtīt sarunu strupceļa laikā, ņemot vērā vietējo klientu vēlmes pārdošanas tirgos. Galu galā pēc vēl vienas sarunu kārtas ražotājs un alianse vienojas par papildu atlaidi, ko ražotājs piemēros katram alianses dalībniekiem, un tie atsāk pasūtīt visu produktu klāstu no šā ražotāja.

Analīze. Eiropas mazumtirdzniecības alianse nav pircēju kartelis un nav konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Tā ir kvalificējama kā kopīgas pirkšanas vienošanās, pat ja pirkuma darījumā starp ražotāju un mazumtirdzniecības alianses dalībniekiem, pamatojoties uz kuru tie atsevišķi pērk tiem vajadzīgos ražotāja produktu daudzumus, tā kopīgi risina sarunas tikai par konkrētu atlaidi. Valsts mēroga mazumtirdzniecības ķēdes, kas ir alianses dalībnieces, nedarbojas vienos un tajos pašos pārdošanas tirgos un nav potenciālas konkurentes cita citai. Tādējādi ir maz ticams, ka kopīgas pirkšanas vienošanās izraisīs konkurenci ierobežojošu ietekmi starp mazumtirgotājiem lejupējā(-os) mazumtirdzniecības tirgū(-os). Turklāt mazumtirgotāji saskaras ar pietiekamu konkurences spiedienu no konkurējošiem mazumtirgotājiem, kas nav kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki. Tomēr tik un tā var būt nepieciešams novērtēt vienošanās potenciālo negatīvo ietekmi, ko papildu atlaide radītu uz konkurenci augšupējā tirgū (piemēram, piegādātāju inovācijas samazināšanos). Tomēr šāda negatīvā ietekme šķiet maz ticama, ņemot vērā pušu kopējo tirgus daļu, kas katrā konkrētajā pirkšanas tirgū nepārsniedz 18 %. Išaīgā pasūtījumu apturēšana ir jānovērtē kopsakarā ar kopēja pirkšanas vienošanās vispārējām sekām. Šāds pasākums attiecas tikai uz produktu kategorijām, par kurām notiek sarunas ar ražotāju, un šķiet, ka tas ne tieši, ne netieši nekaitē patērētājiem, it īpaši tiktāl, ciktāl šie mazumtirgotāji piedāvā aizstājējproduktus vai pastāv citi konkurējoši mazumtirgotāji, no kuriem patērētāji var nopirkt tos pašus produktus, un tas var radīt labumu patērētājiem, proti, zemākas cenas, pēc tam, kad ir panākta vienošanās.

313. Kopīgi pirkumi, ko veic mazi uzņēmumi ar viduvējām kopējām tirgus daļām

4. piemērs

Situācija. 150 mazie mazumtirgotāji noslēdz kopīgas pirkšanas vienošanos. Vienošanās ietvaros tiem jānopērk minimālais apjoms, kas veido aptuveni 50 % no katra mazumtirgotāja kopējām izmaksām. Vienošanās ietvaros mazumtirgotāji var nopirkt vairāk par minimālo apjomu, kā arī tie var veikt pirkumus ārpus vienošanās. To kopējā tirgus daļa ir 23 % gan pirkšanas, gan pārdošanas tirgos. Uzņēmums A un uzņēmums B ir divi lieli kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku konkurenti. Uzņēmumam A pieder 25 % tirgus daļa gan pirkšanas, gan pārdošanas tirgū, uzņēmumam B – 35 %. Nav šķēršļu, kas liegtu arī pārējiem mazākajiem konkurentiem izveidot kopīgas pirkšanas vienošanos. Visi 150 mazumtirgotāji panāk ievērojamus izmaksu ietaupījumus, veicot kopīgus pirkumus ar kopīgas pirkšanas vienošanās starpniecību.

Analīze. Kopīgas pirkšanas vienošanās nav pircēju kartelis un nav kvalificējama par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ. Iesaistīto mazumtirgotāju kopējā tirgus daļa pirkšanas un pārdošanas tirgos pārsniedz nesaistošās likumīguma prezumpcijas 15 % griestus, taču tos ierobežo uzņēmums A un uzņēmums B, kuriem ir lielākas tirgus daļas abos tirgos. Iespējamība, ka kopīgas pirkšanas vienošanās varētu neveicināt produktu piegādātāju ieguldījumus vai inovāciju, joprojām ir zema, ņemot vērā dalībnieku kopējo tirgus daļu pirkšanas tirgū. Tomēr tas ir atkarīgs arī no piegādātāju kompensējošās pārdevēja varas pakāpes pirkšanas tirgū un – ja piegādātājiem nav pārdevēja varas – no tā, vai tie ir veikuši uz patērētājiem orientētus ieguldījumus kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem. Lai gan iesaistītie mazumtirgotāji panāk izmaksu kopīgumu augstā pakāpē, ir maz ticams, ka tiem būs tirgus vara pārdošanas tirgū uzņēmumu A un B klātbūtnes dēļ, kuri abi atsevišķi ir spēcīgāki nekā kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieki kopā. Attiecīgi ir maz ticams, ka 150 mazumtirgotāji spēš veiksmīgi saskaņot savu rīcību attiecībā uz pārdošanas cenām un panākt aizliegtu vienošanos pārdošanas tirgos, kas tiem liegtu nodot tālāk zemākas pirkuma cenas vai saistītās atlaides. Tāpēc arī ir maz ticams, ka kopīgas pirkšanas vienošanās radīs konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē. Turklāt sadarbība rada zināmu efektivitātes pieaugumu apjomradītu ietaupījumu veidā, kas var vēl vairāk pazemināt pārdošanas cenas un palielināt mazumtirgotāju konkurētspēju pārdošanas tirgū attiecībā pret uzņēmumiem A un B.

314. Izmaksu kopīgums un tirgus vara pārdošanas tirgū

5. piemērs

Situācija. Divas konkurējošas lielveikalu ķēdes noslēdz nolīgumu, lai kopīgi pirktu produktus, kas veido aptuveni 80 % no to mainīgajām izmaksām. Konkrētajos dažādu kategoriju produktu pirkšanas tirgos pusēm ir kopējās tirgus daļas 25–40 % apmērā. Konkrētajā pārdošanas tirgū to kopējā tirgus daļa ir 60 %, un ir vēl četri citi nozīmīgi mazumtirgotāji, katrs ar 10 % tirgus daļu. Ienākšana tirgū ir maz ticama.

Analīze. Pirkšanas nolīgums nav pircēju kartelis un nav kvalificējams par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ. Tomēr tas varētu nodrošināt pusēm spēju koordinēt to rīcību pārdošanas tirgū, tādējādi radot aizliegtu vienošanos. Pusēm ir tirgus vara pārdošanas tirgū, ņemot vērā, ka šajā tirgū ir daži daudz mazāki konkurenti, un pirkšanas nolīgums nodrošina ievērojamu izmaksu kopīgumu. Turklāt ienākšana tirgū ir maz ticama. Pušu stimulēšana saskaņot rīcību pārdošanas tirgū būtu vēl lielāks, ja to izmaksu struktūras būtu līdzīgas jau pirms nolīguma noslēgšanas. Turklāt līdzīgas pušu peļņas normas vēl vairāk palielinātu aizliegtas vienošanās risku. Šis nolīgums arī rada risku, ka puses varētu aizturēt pieprasījumu un attiecīgi, samazinoties pirkumiem, arī samazināt pārdošanas apjomus, tādējādi palielinot lejupējās pārdošanas cenas. Tādējādi pirkšanas nolīgums var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē. Lai gan ļoti iespējams, ka nolīgums radīs efektivitātes pieaugumu izmaksu ietaupījumu veidā, jo pusēm ir ievērojama tirgus vara pārdošanas tirgū, tas, visticamāk, netiks nodots patērētājiem tādā apmērā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošo ietekmi. Tāpēc maz ticams, ka pirkšanas nolīgums atbildīs 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

315. Puses, kas darbojas atsevišķos ģeogrāfiskajos tirgos

6. piemērs

Situācija. Seši lieli mazumtirgotāji, no kuriem katrs atrodas citā dalībvalstī, izveido kopīgas pirkšanas vienošanos, lai kopīgi pirktu vairākus zīmolu ražotus cieta kviešu miltu produktus. Vienošanās ļauj mazumtirgotājiem pirkt citus līdzīgu zīmolu produktus ārpus sadarbības. Kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa ir aptuveni 22 % konkrētajā pirkšanas tirgū Savienības mērogā. Pirkšanas tirgū ir vēl trīs lieli pircēji, kas lieluma ziņā ir līdzīgi kā kopīgas pirkšanas vienošanās. Katram no kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem ir 20–30 % tirgus daļa pārdošanas tirgos, kuros tie darbojas un kuri ir valsts mēroga tirgi. Neviena no pusēm nedarbojas tās dalībvalsts pārdošanas tirgū, kurā darbojas cita puse. Puses nav potenciāli jaunpienācēji cita citas valsts mēroga pārdošanas tirgos.

Analīze. Kopīgas pirkšanas vienošanās nav pircēju kartelis un nav kvalificējama par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ. Ar vienošanās starpniecību iesaistītie mazumtirgotāji varēs konkurēt ar pārējiem esošajiem lielajiem pircējiem pirkšanas tirgū un panākt labākas cenas vai noteikumus nekā tad, ja tie pirktu produktus neatkarīgi. Iespējamība, ka kopīgas pirkšanas vienošanās neveicinās produktu piegādātāju ieguldījumus vai inovāciju, joprojām ir zema, ņemot vērā dalībnieku kopējo tirgus daļu pirkšanas tirgū. Tomēr tas ir atkarīgs arī no piegādātāju kompensējošās pārdevēja varas pakāpes pirkšanas tirgū un – ja piegādātājiem nav pārdevēja varas – no tā, vai tie ir veikuši uz patērētājiem orientētus ieguldījumus pircējiem, kas ir vienošanās puses. Salīdzinājumā ar Savienības mēroga pirkšanas tirgu valsts mēroga pārdošanas tirgi ir daudz mazāki (apgrozījuma un ģeogrāfiskā tvēruma ziņā), un šajos tirgos dažiem vienošanās dalībniekiem var būt zināmas pakāpes tirgus vara. Tomēr, lai gan kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa pirkšanas tirgos ir lielāka par 15 %, puses nevar veiksmīgi saskaņot savu rīcību valsts mēroga pārdošanas tirgos, jo tās nav ne faktiski, ne potenciāli konkurenti šajos lejupējos tirgos. Līdz ar to kopīgas pirkšanas vienošanās, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr, pat ja vienošanās radītu konkurenci ierobežojošu ietekmi, tā, visticamāk, atbilstu 101. panta 3. punktā paredzētajām izņēmuma nosacījumiem. Kopīgas pirkšanas vienošanās nodrošina zemākas pirkšanas izmaksas, ko dalībnieki nespētu panākt, ja tie būtu veikuši sarunas par cenām neatkarīgi. ņemot vērā individuālo dalībnieku tirgus stāvokli lejupējā tirgū, kur tie nav klātesoši cits cita pārdošanas tirgū, bet saskaras ar ievērojamu konkurenci no citiem mazumtirgotājiem (kuriem ir vismaz 70 % no pārdošanas tirgus), šķiet ticams, ka šīs zemākas pirkšanas izmaksas tiks nodotas patērētājiem. Patiešām, vienošanās dalībniekiem vajadzētu būt stimulam nodot vismaz daļu no mainīgo izmaksu samazinājuma saviem klientiem, ar cenu samazinājumiem paplašinot lejupējo pārdošanu.

316. Informācijas apmaiņa

7. piemērs

Situācija. Trīs konkurējoši ražotāji – A, B un C – uzdod, lai neatkarīga kopīgas pirkšanas vienošanās pirktu produktu Z, kas ir starpprodukts, kuru visi trīs ražotāji izmanto, lai ražotu galaproduktu X. Produkta Z izmaksas nav nozīmīgs izmaksu faktors produkta X ražošanā. Visa kopīgajiem pirkumiem nepieciešamā informācija (piemēram, kvalitātes specifikācijas, daudzumi, piegādes datumi, maksimālās pirkšanas cenas) tiek izpausta tikai kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem, bet netiek kopīgota ar pārējiem vienošanās dalībniekiem. Kopīgas pirkšanas vienošanās vienojas par pirkšanas cenām ar katru produkta Z piegādātāju. Uzņēmumu A, B un C kopējā tirgus daļa ir 30 % katrā pirkšanas un pārdošanas tirgū. Pirkšanas un pārdošanas tirgos tiem ir seši konkurenti, no kuriem divu konkurentu tirgus daļa katram ir 20 %.

Analīze. Kopīgas pirkšanas vienošanās nav pircēju kartelis un nav konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Kopīgas pirkšanas vienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa ir 30 % gan pirkšanas, gan pārdošanas tirgū, kas nepārprotami pārsniedz nesaistošās likumīguma prezumpcijas 15 % griestus. Tas var radīt dalībniekiem ievērojamu tirgus varas pakāpi gan pirkšanas, gan pārdošanas tirgū. Tomēr gan augšupējā, gan lejupējā tirgū vienošanās dalībniekiem ir vairāki konkurenti. Vismaz diviem no šiem konkurentiem ir ievērojams stāvoklis tirgū (katram ir 20 % tirgus daļa), kas ļauj tiem izdarīt iedarbīgu konkurences spiedienu uz vienošanās dalībniekiem. Tāpēc ir maz ticams, ka kopīgas pirkšanas vienošanās dalībniekiem ir ievērojamas

pakāpes tirgus vara pārdošanas tirgos, lai tie varētu izslēgt šos konkurentus no pirkšanas tirgus. Turklāt vienošanās attiecas tikai uz produkta Z piegādi, kas nav būtisks izmaksu faktors produkta X ražošanā. Tātad tas nav ievērojams resurss pušu darbībām pārdošanas tirgos un neradīs izmaksu kopīgumu augstā pakāpē. Uzņēmumi A, B un C joprojām neatkarīgi pērk vai ražo pārējos produkta X resursus, kas ir nozīmīgāki izmaksu faktori, un produkta X tirgū tie saskaras ar reālu konkurenci no pārējiem sešiem konkurentiem, kā arī konkurē savā starpā.

Tāpēc ir maz ticams, ka kopīgas pirkšanas vienošanās ierobežos konkurenci pirkšanas vai pārdošanas tirgū 101. panta 1. punkta nozīmē, vai arī tā jebkurā gadījumā var atbilst visiem četriem 101. panta 3. punkta kumulatīvajiem nosacījumiem.

Turklāt attiecībā uz informācijas apmaiņu – uz to līdzīgi neattieksies 101. panta 1. punktā noteiktais aizliegums, ja tā ir objektīvi nepieciešama kopīgas pirkšanas vienošanās vajadzībām un samērīga ar vienošanās īstenošanu attiecībā uz produktu Z, aptverot tikai tos parametrus, kas vajadzīgi, lai vienošanās dalībnieki varētu noslēgt nolīgumu ar piegādātājiem. Tā kā informācija netiek kopīgota starp atsevišķiem dalībniekiem, bet tiek nodota tikai kopīgas pirkšanas vienošanās ietvaros, nenotiek tieša informācijas apmaiņa starp uzņēmumiem A, B un C, un tādējādi ir maz ticams, ka informācijas nodošana novedīs pie aizliegtas vienošanās starp tiem pretrunā 101. panta 1. punktam.

5. KOMERCIALIZĀCIJAS NOLĪGUMI

5.1. Ievads

317. Komercializācijas nolīgumi ietver sadarbību starp konkurentiem, tiem pārdodot, izplatot vai reklamējot to aizstājējproduktus. Šāda veida nolīgumiem var būt ļoti dažāds tvērums atkarībā no komercializācijas funkcijām, uz kurām attiecas sadarbība. No vienas puses, kopīgas pārdošanas nolīgumu rezultātā var tikt kopīgi noteikti visi komerciālie aspekti, kas saistīti ar produkta pārdošanu, tostarp cena. No otras puses, ir ierobežotāki nolīgumi, kas attiecas tikai uz vienu konkrētu komercializācijas funkciju, piemēram, izplatīšanu, pēcpārdošanas pakalpojumiem vai reklāmu.
318. Svarīga šo ierobežotāko nolīgumu kategorija ir izplatīšanas nolīgumi. VNGAR un Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā principā attiecas uz izplatīšanas nolīgumiem, ja vien nolīguma puses nav faktiski vai potenciāli konkurenti. Ja konkurenti vienojas izplatīt savus aizstājējproduktus (jo īpaši, ja tie to dara dažādos ģeogrāfiskajos tirgos), pastāv risks, ka nolīgumu mērķis vai ietekme var būt tirgu sadalīšana starp pusēm vai ka šādi nolīgumi var novest pie aizliegtas vienošanās. Tas var attiekties gan uz savstarpējiem, gan nesavstarpējiem nolīgumiem starp konkurentiem, kas tādējādi attiecīgi jāizvērtē, pirmkārt, saskaņā ar šajā nodaļā sniegtajiem principiem. Ja šādā novērtējumā tiek secināts, ka sadarbība starp konkurentiem izplatīšanas jomā principā būtu pieņemama, būs nepieciešams turpmāks novērtējums, lai pārbaudītu šādos nolīgumos ietvertos jebkādos vertikālos ierobežojumus. Otrajam novērtējuma posmam būtu jābalstās uz principiem, kas sniegti Pamatnostādnēs vertikālo ierobežojumu jomā.
319. Vienīgais izņēmums no iepriekšējā punktā minētā divposmu procesa ir starp konkurentiem noslēgtu nesavstarpēju izplatīšanas nolīgumu gadījumā, ja a) piegādātājs ir preču ražotājs, vairumtirgotājs vai importētājs un izplatītājs, bet pircējs ir izplatītājs, nevis konkurējošs uzņēmums ražošanas, vairumtirdzniecības vai importa līmenī, vai b) piegādātājs ir pakalpojumu sniedzējs vairākos tirdzniecības līmeņos, savukārt pircējs sniedz pakalpojumus mazumtirdzniecības līmenī un nav konkurējošs uzņēmums tirdzniecības līmenī, kurā tas pērk līgumpakalpojumus ⁽²¹⁴⁾. Šajos gadījumos izplatīšanas nolīgumam var piemērot VNGAR – tādā gadījumā šīs pamatnostādnes nav piemērojamas ⁽²¹⁵⁾. 43. punktā ir sniegti papildu norādījumi par vispārējo saikni starp šīm pamatnostādnēm un VNGAR un Pamatnostādnēm vertikālo ierobežojumu jomā.

⁽²¹⁴⁾ VNGAR 2. panta 4. punkts.

⁽²¹⁵⁾ VNGAR 2. panta 4. punktā paredzētais izņēmums neattiecas uz i) informācijas apmaiņu starp piegādātāju un pircēju, kura nav tieši saistīta ar vertikālā nolīguma īstenošanu vai nav nepieciešama līguma preču vai pakalpojumu ražošanas vai izplatīšanas uzlabošanai vai kura neatbilst nevienam no šiem diviem nosacījumiem (VNGAR 2. panta 5. punkts), vai uz ii) vertikālajiem nolīgumiem, kas attiecas uz tiešsaistes starpniecības pakalpojumu sniegšanu, kur tiešsaistes starpniecības pakalpojumu sniedzējs ir konkurējošs uzņēmums konkrētajā starpniecības preču vai pakalpojumu pārdošanas tirgū (VNGAR 2. panta 6. punkts). Šādā gadījumā papildus Pamatnostādnēm vertikālo ierobežojumu jomā ir piemērojamas šīs pamatnostādnes. Par šādu informācijas apmaiņu un nolīgumiem ir jāveic individuāls novērtējums saskaņā ar 101. pantu. Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā var būt būtiskas jebkādu vertikālo ierobežojumu novērtēšanai, savukārt šīs pamatnostādnes var sniegt būtiskus norādījumus iespējamu aizliegtas vienošanās seku novērtēšanai.

320. Vēl būtu jānošķir nolīgumi, kuros puses vienojas tikai par kopīgu komercializāciju, un nolīgumi, kuros komercializācija ir saistīta ar cita veida augšupējo sadarbību, piemēram, kopīgu ražošanu vai kopīgu pirkumu. Analizējot komercializācijas nolīgumus, kas attiecas uz dažādiem sadarbības posmiem, jāveic novērtējums saskaņā ar 6. līdz 8. punktu.

321. Pastāv izņēmumi attiecībā uz 101. panta 1. punkta piemērošanu lauksaimniecības produktu komercializācijai, kas paredzēta Regulā (ES) Nr. 1308/2013, ar ko izveido lauksaimniecības produktu tirgu kopīgu organizāciju ⁽²¹⁶⁾.

5.2. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

5.2.1. Galvenās konkurences problēmas

322. Komercializācijas nolīgumi var ierobežot konkurenci vairākos veidos. Pirmkārt un acīmredzami, komercializācijas nolīgumi var novest pie cenu noteikšanas.

323. Otrkārt, komercializācijas nolīgumi var arī veicināt arī izlaides ierobežojumus, jo puses var lemt par tirgū laisto produktu apjomu, tādējādi samazinot piedāvājumu.

324. Treškārt, komercializācijas nolīgumi var tikt izmantoti par līdzekli pusēm, lai sadalītu tirgus, pasūtījumus vai klientus, piemēram, gadījumos, kad pušu ražotnes atrodas dažādos ģeogrāfiskajos tirgos vai ja nolīgumi ir savstarpēji.

325. Ceturtkārt, komercializācijas nolīgumi var arī novest pie komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņas saistībā ar aspektiem, kas ietilpst vai neietilpst sadarbības tvērumā, vai pie izmaksu kopīguma, jo īpaši attiecībā uz nolīgumiem, kas neietver cenu noteikšanu, un rezultātā var rasties aizliegta vienošanās.

326. No otras puses, komercializācijas nolīgums parasti neradīs konkurences problēmas, ja tas ir objektīvi nepieciešams, lai puse varētu ienākt tirgū, kurā tā nevarētu ienākt neatkarīgi vai kurā tā nevarētu ienākt ar mazāku pušu skaitu, nekā iesaistās sadarbībā, piemēram, saistīto izmaksu dēļ. Šādā scenārijā nolīguma puses nav savstarpēji potenciāli vai faktiski konkurenti, un tāpēc nolīgumam nebūs to savstarpējo konkurenci ierobežojošu seku.

327. Tāpēc galvenais jautājums, novērtējot savstarpēju komercializācijas nolīgumu, ir tas, vai līgums ir objektīvi nepieciešams, lai puses varētu ienākt cita citas tirgos. Ja tā ir, tad nolīgums nerada konkurences problēmas. Tomēr, ja puse var ienākt citas puses tirgū bez nolīguma un nolīgums samazina pirmās minētās puses lēmumu pieņemšanas neatkarību attiecībā uz iespēju ienākt citu pušu tirgū, tam varētu būt konkurenci ierobežojoša ietekme. Tas pats princips attiecas uz nesavstarpējiem komercializācijas nolīgumiem. Konkurenci ierobežojošu seku risks tomēr ir mazāk izteikts attiecībā uz nesavstarpējiem nolīgumiem, jo ir mazāka iespējamība, ka pusēm būs savstarpējs stimulējošs sadalīt tirgus vai klientus.

5.2.2. Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ

328. Pirmkārt, komercializācijas nolīgumi noved pie konkurences ierobežojuma mērķa dēļ, ja tos izmanto par līdzekli, lai iesaistītos slēptā kartelī. Katrā ziņā komercializācijas nolīgumi, kas ietver cenu noteikšanu, izlaides ierobežojumus vai tirgus sadalīšanu, var ierobežot konkurenci mērķa dēļ, izņemot, ja šādi ierobežojumi ir akcesoriski nolīguma galvenajam mērķim un ja uz šo galveno mērķi neattiecas 101. panta 1. punktā noteiktais aizliegums.

329. Cenu noteikšana ir viena no lielākajām konkurences problēmām, ko rada komercializācijas nolīgumi starp konkurentiem. Nolīgumi, kas attiecas tikai uz kopīgu pārdošanu, un vispārēji komercializācijas nolīgumi, kas ietver kopīgu cenu noteikšanu, parasti noved pie konkurējošo ražotāju vai pakalpojumu sniedzēju cenu politikas koordinēšanas. Šādi nolīgumi var ne tikai likvidēt cenu konkurenci starp pusēm attiecībā uz aizstājējproduktiem, bet arī ierobežot produktu kopējo apjomu, kas pusēm jāpiegādā pasūtījumu sadales sistēmas ietvaros. Tādēļ šādi nolīgumi, visticamāk, ierobežos konkurenci mērķa dēļ.

⁽²¹⁶⁾ Sk. arī 47. punktu.

330. Šis novērtējums nemainās, ja nolīgums ir neekskluzīvs (proti, ja puses var brīvi pārdot atsevišķi ārpus nolīguma darbība jomas), ja vien var secināt, ka nolīguma rezultātā tiks koordinētas cenas, ko puses iekasē no visiem klientiem vai daļas klientu.
331. Tāpat būtiskas konkurences problēmas, ko var radīt komercializācijas nolīgumi, ir arī izlaides ierobežojumi. Ja nolīguma puses kopīgi lemj par tirgojamo produktu daudzumu, var tikt samazināts nolīgumā paredzēto produktu piedāvājums, kas palielina to cenu. Katrai nolīguma pusei principā vajadzētu būt iespējai brīvi pieņemt lēmumu palielināt vai samazināt savu izlaidi, lai apmierinātu tirgus pieprasījumu. Izlaides ierobežojumu risks ir mazāks neekskluzīvu komercializācijas nolīgumu gadījumā, ja vien puses paliek brīvas un faktiski pieejamas, lai atsevišķi apkalpotu jebkādu papildu pieprasījumu, un ar nosacījumu, ka nolīgums nenoved pie pušu piegādes politikas koordinācijas.
332. Komercializācijas nolīgumus starp pusēm, kas darbojas dažādos ģeogrāfiskajos tirgos vai attiecībā uz dažādām klientu kategorijām, var izmantot arī kā tirgus sadalīšanas instrumentu. Ja puses izmanto savstarpēju komercializācijas nolīgumu, lai izplatītu cita citas produktus nolūkā likvidēt faktisku vai potenciālu konkurenci starp tām, sadalot tirgus vai klientus, nolīgumam, visticamāk, būs konkurenci ierobežojošs mērķis. Ja nolīgums nav savstarpējs, tirgus sadalīšanas risks ir mazāk izteikts. Tomēr ir jānovērtē, vai nesavstarpējs nolīgums veido pamatu, lai puses savstarpēji vienotos par atturēšanos no ienākšanas citai citas tirgos.
- 5.2.3. *Konkurenci ierobežojošā ietekme*
333. Komercializācijas nolīgumam, kas nav ierobežojošs mērķa dēļ, tik un tā konkurenci ierobežojoša ietekme. Lai novērtētu komercializācijas nolīgumu ietekmi uz konkurenci, ir jāņem vērā 32. punktā minētie faktori, kā arī turpmāk sniegtie papildu norādījumi, kas konkrēti attiecas uz šā veida nolīgumu.
334. Lai novērtētu komercializācijas nolīguma ietekmi, ir jādefinē konkrētie produktu un ģeogrāfiskie tirgi un jānosaka pušu attiecīgais stāvoklis šajos tirgos. Tirgi, kurus tieši skar sadarbība, ir tirgi, pie kuriem pieder produkti, uz ko attiecas nolīgums, un kuros puses kopīgi komercializēs šos produktus. Tomēr, tā kā komercializācijas nolīgums vienā tirgū var ietekmēt arī pušu ar konkurenci saistīto rīcību blakus tirgos, kas ir cieši saistīti ar tirgu, uz kuru tieši attiecas sadarbība (blakusietekmes tirgi), ir arī jādefinē visi šie blakusietekmes tirgi ⁽²¹⁷⁾.
335. Ja komercializācijas nolīgumi starp konkurentiem neierobežo konkurenci mērķa dēļ, tiem parasti būs konkurenci ierobežojoša ietekme tikai tad, ja pusēm ir noteikta tirgus varas pakāpe. Lai novērtētu, vai pusēm ir šāda tirgus vara, ir jāņem vērā iespējamā to klientu kompensējošās pircēja varas pastāvēšana. Ja pusēm kopīgi ir tirgus vara, parasti ir iespējams, ka tās varēs paaugstināt cenas vai samazināt izlaidi, produktu kvalitāti, produktu daudzveidību vai inovāciju. Turklāt saskaņā ar komercializācijas nolīgumu puses apvieno savas ar tirgu saistītās darbības (to daļu), proti, darbības, kam ir tieša ietekme uz to klientiem. Šī tiešā ietekme uz klientiem palielina risku, ka komercializācijas nolīgumi var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi.

5.2.3.1. Aizliegta vienošanās

336. Kopīgas komercializācijas nolīgums, kas neietver cenu noteikšanu, izlaides ierobežošanu vai tirgus sadalīšanu, tomēr var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, ja tas palielina pušu mainīgo izmaksu kopīgumu līdz līmenim, kas, iespējams, novestu pie aizliegtas vienošanās. Tas ir iespējams gadījumā, ja pirms nolīguma pusēm jau ir kopīga liela daļa no to mainīgajām izmaksām. Šādā scenārijā vēl lielāks kopīguma (proti, līgumā paredzētā produkta komercializācijas izmaksu) pieaugums, pat ja tas ir ierobežots, var izjaukt līdzsvaru, nosveroties aizliegtas vienošanās virzienā. Turpretī, ja pieaugums ir liels, aizliegtas vienošanās risks var būt augsts, pat ja sākotnējais izmaksu kopīguma līmenis ir zems.

⁽²¹⁷⁾ Piemēram, attiecībā uz komercializācijas nolīgumu konkrētā ģeogrāfiskajā tirgū tie ir citi ģeogrāfiskie tirgi, kuros nolīguma puses arī darbojas, vai tirgi, kuros piegādā resursus, kas kopīgi pirkti līguma produktu komercializācijai.

337. Aizliegtas vienošanās iespējamība ir atkarīga no pušu tirgus varas un konkrētā tirgus iezīmēm. Izmaksu kopīgums var palielināt aizliegtas vienošanās risku tikai tad, ja pusēm ir tirgus vara un ja komercializācijas izmaksas veido ievērojamu daļu no mainīgajām izmaksām, kas saistītas ar attiecīgajiem produktiem. Komercializācijas izmaksu kopīgums palielina aizliegtas vienošanās risku, ja komercializācijas nolīgums attiecas uz produktiem, kuru komercializācija ir dārga, piemēram, rada augstas izplatīšanas vai tirgvedības izmaksas. Attiecīgi pat tādi nolīgumi, kas attiecas tikai uz kopīgu reklāmu vai kopīgu veicināšanu, var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, ja šīs darbības veido ievērojamu daļu no produkta mainīgajām izmaksām.
338. Lai īstenotu kopīgas komercializācijas nolīgumu, var būt nepieciešams apmainīties ar komerciāli sensitīvu informāciju, it īpaši informāciju par tirgvedības stratēģiju un cenām. Tomēr, ja uz komercializācijas nolīgumu pašu par sevi neattiecas 101. panta 1. punktā minētais aizliegums, jo nolīgumam ir neitrāla vai pozitīva ietekme uz konkurenci, minētais aizliegums neattiecas arī uz informācijas apmaiņu, kas saistīta ar konkrēto nolīgumu ⁽²¹⁸⁾. Tas tā būs gadījumā, kad informācijas apmaiņa ir objektīvi nepieciešama komercializācijas nolīguma īstenošanai un ir samērīga ar tā mērķiem ⁽²¹⁹⁾. Ja informācijas apmaiņa pārsniedz to, kas ir objektīvi nepieciešams komercializācijas nolīguma īstenošanai, vai nav samērīga ar tā mērķiem, tā būtu jānovērtē, izmantojot 6. nodaļā sniegtos norādījumus ⁽²²⁰⁾. Ja uz informācijas apmaiņu attiecas 101. panta 1. punkts, tā tomēr var atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

5.2.3.2. Sadarbība, kas parasti nerada konkurences problēmas

339. Kā jau minēts 335. punktā, komercializācijas nolīgumiem starp konkurentiem, kas neierobežo konkurenci mērķa dēļ, parasti būs konkurenci ierobežojoša ietekme tikai tad, ja pusēm ir noteikta tirgus varas pakāpe. Lielākoties šādos gadījumos ir maz ticams, ka pastāv tirgus vara, ja nolīguma pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 15 % tirgū, kurā(-os) tās kopīgi komercializē līguma produktus. Katrā ziņā, ja pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 15 %, visticamāk, 101. panta 3. punkta nosacījumi ir izpildīti.
340. Ja pušu kopējā tirgus daļa ir pārsniedz 15 %, tad nevar pieņemt, ka to nolīgums neradīs ierobežojošu ietekmi, un tāpēc ir jānovērtē kopīgas komercializācijas nolīguma iespējamā ietekme uz konkrēto(-ajiem) tirgu(-iem).

5.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

5.3.1. Efektivitātes pieaugums

341. Komercializācijas nolīgumi var ievērojami palielināt efektivitātes pieaugumu. Efektivitātes pieaugums, kas jāņem vērā, novērtējot, vai komercializācijas nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem, būs atkarīgs no sadarbības veida un sadarbības pusēm. Cenu noteikšana parasti nav pamatota, ja vien tā nav obligāti vajadzīga citu tirgvedības funkciju integrācijai un ja vien šāda integrācija nerada ievērojamu efektivitātes pieaugumu. Kopīga izplatīšana var radīt ievērojamu efektivitātes pieaugumu, kas izriet no apjomradītiem ietaupījumiem, jo īpaši mazākiem ražotājiem vai neatkarīgu mazumtirgotāju grupām, piemēram, ja tās izmanto jaunas izplatīšanas platformas, lai konkurētu ar lielākiem tirgus dalībniekiem. Kopīgu izplatīšanu var jo īpaši izmantot, lai sasniegtu vidiskus mērķus, kas var radīt efektivitātes pieaugumu 101. panta 3. punkta nozīmē, ja vien tie ir objektīvi, konkrēti un pārbaudāmi ⁽²²¹⁾. Komercializācijas nolīgumi var arī veicināt noturīgu iekšējo tirgu un radīt efektivitātes pieaugumu, kas sniedz labumu patērētājiem, samazinot atkarību un/vai mazinot deficītu un traucējumus piegādes ķēdēs, piemēram, ja tie ļauj pusei ienākt tirgū, kurā tā neatkarīgi nevarētu ienākt.
342. Efektivitātes pieaugumam jāizriet no pušu saimniecisko darbību integrācijas. Ietaupījumus, kas izriet tikai no to izmaksu likvidēšanas, kuras ir konkurences neatņemama sastāvdaļa, nevar ņemt vērā. Piemēram, transporta izmaksu samazinājumu, kas ir tikai klientu sadalīšanas rezultāts bez pušu loģistikas sistēmu integrācijas, nevar uzskatīt par efektivitātes pieaugumu 101. panta 3. punkta nozīmē.

⁽²¹⁸⁾ 2014. gada 11. septembra spriedums *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 89. punkts.

⁽²¹⁹⁾ Sk. arī 1.2.6. iedaļu par akcesoriskiem ierobežojumiem.

⁽²²⁰⁾ Sk. arī 6. punktu.

⁽²²¹⁾ Sk. jo īpaši 9. nodaļas 559. punktu par ilgtspējas nolīgumiem.

343. Nolīguma pusēm jāpierāda efektivitātes pieaugums. Šajā ziņā svarīgs elements būtu pušu ieguldījums kopīgajā komercializācijā ievērojama kapitāla, tehnoloģiju vai citu aktīvu veidā. Var atzīt arī izmaksu ietaupījumus, ko rada resursu un iekārtu dublēšanās samazināšana. Tomēr, ja kopīga komercializācija izpaužas tikai kā pārdošanas aģentūra bez investīcijām, maz ticams, ka tā atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

5.3.2. Obligāta vajadzība

344. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu komercializācijas nolīguma radītu efektivitātes pieaugumu, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Obligātās vajadzības jautājums ir īpaši svarīgs attiecībā uz nolīgumiem, kas ietver cenu noteikšanu vai tirgus sadalīšanu, kuru var uzskatīt par obligāti vajadzīgu tikai izņēmuma gadījumos.

5.3.3. Nodrošana patērētājiem

345. Obligāti vajadzīgu ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz komercializācijas nolīguma radīto konkurenci ierobežojošo ietekmi. Šī nodrošana var izpausties kā zemākas cenas vai arī labāka produktu kvalitāte vai daudzveidība. Tomēr, jo lielāka ir pušu tirgus vara, jo mazāka iespējamība, ka efektivitātes pieaugums tiks nodots patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošo ietekmi. Ja pušu kopējā tirgus daļa ir mazāka par 15 %, ir lielāka iespējamība, ka jebkāds nolīguma radītais efektivitātes pieaugums tiks pietiekamā apjomā nodots patērētājiem.

5.3.4. Konkurences nelikvidēšana

346. Atbilstība 101. panta 3. punkta nosacījumiem nav panākama, ja pusēm ir dota iespēja likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu būtisku daļu. Atbilstība šiem nosacījumiem jānovērtē attiecībā uz visiem konkrētajiem tirgiem, proti, tiem, pie kuriem pieder produkti, uz ko attiecas sadarbība, un visiem blakusietekmes tirgiem.

5.4. Piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs

347. Termins "piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs" attiecas uz situāciju, kad divas vai vairākas puses sadarbojas, lai iesniegtu kopīgu piedāvājumu publiskā vai privātā iepirkuma konkursā⁽²²²⁾.
348. Šajā iedaļā piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs jānošķir no manipulācijām ar piedāvājumiem (jeb aizliegtas pretendentu vienošanās), proti, nelikumīgiem nolīgumiem starp ekonomikas dalībniekiem ar mērķi kropļot konkurenci līguma slēgšanas tiesību piešķiršanas procedūrās. Manipulācijas ar piedāvājumiem ir viens no nopietnākajiem konkurences ierobežojumiem mērķa dēļ, un tās var izpausties dažādos veidos, piemēram, kā iepriekšēja vienošanās par katras puses piedāvājumu saturu (jo īpaši cenu) nolūkā ietekmēt līguma slēgšanas tiesību piešķiršanas procedūras iznākumu, atturēšanās no piedāvājuma iesniegšanas, tirgus sadalīšana pēc ģeogrāfiskiem apsvērumiem, līgumslēdzēja iestādes vai iepirkuma priekšmeta, vai arī kā rotācijas shēmu izveide vairākām procedūrām. Visu šo darbību mērķis ir dot iespēju iepriekš izvēlētam pretendenta iegūt līguma slēgšanas tiesības, vienlaikus radot iespaidu, ka procedūrā notiek īsta konkurence⁽²²³⁾. Saskaņā ar konkurences tiesībām manipulācijas ar piedāvājumiem ir kartēļa veids, kas izpaužas kā manipulācijas ar konkursa procedūru nolūkā panākt līguma slēgšanas tiesību piešķiršanu⁽²²⁴⁾.

⁽²²²⁾ Sadarbība piedāvājumu iesniegšanas procesā var tikt īstenota, vai nu izmantojot apakšnolīgumu slēgšanu, kad oficiālais pretendents piekrīt, ka gadījumā, ja tam tiks piešķirtas līguma slēgšanas tiesības, tas par daļu no savas darbības noslēgs apakšnolīgumus ar vienu vai vairākām citām pusēm, vai ar konsorcijs starpniecību, kur visi konsorcijs partneri kopīgi piedalās konkursa procesā, parasti kā tiesību subjekts, kas izveidots īpaši šīs procedūras nolūkiem. No publiskā iepirkuma viedokļa atšķirība starp apakšnolīgumu slēgšanu un konsorcijs ir tāda, ka pirmajā gadījumā galvenajam līgumslēdzējam var nebūt nekavējoties jāizpauž savu apakšuzņēmēju nosaukumi, savukārt konsorcijs gadījumā konsorcijs dalībnieku nosaukumi tiek nekavējoties paziņoti konkursa rīkotājam iestādei. No konkurences tiesību viedokļa gan apakšnolīgumi, gan konsorcijs ir uzskatāmi par kopīgu piedāvājumu. Šajā iedaļā vienkāršības labad tiks lietots termins "piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs", nevis "kopīgs piedāvājums". Turklāt būtu jānošķir situācijas, kad i) par apakšnolīguma slēgšanu vienojas pirms piedāvājuma, un ii) par apakšnolīgumu vienojas un to noslēdz pēc līguma slēgšanas tiesību piešķiršanas. Parasti tikai pirmajā situācijā apakšnolīguma slēgšana ir kopīgs piedāvājums, un dažās situācijās tā ir sava veida manipulācija ar piedāvājumiem.

⁽²²³⁾ Komisijas Paziņojums par līdzekļiem cīņai pret slepenām norunām publiskajā iepirkumā un par norādījumiem, kā piemērot ar tām saistīto izslēgšanas iemeslu (OV C 91, 18.3.2021., 1. lpp.).

⁽²²⁴⁾ 2021. gada 14. janvāra spriedums *Kilpailu- ja kulturtajavirasto*, C-450/19, EU:C:2021:10, 35. punkts.

349. Manipulācijas ar piedāvājumiem parasti neietver kopīgu dalību konkursa procedūrā. Tās parasti izpaužas kā slēptas vai tieši neformulētas vienošanās starp potenciālajiem dalībniekiem saskaņot savus šķietami neatkarīgos lēmumus attiecībā uz dalību konkursa procedūrā. Tomēr dažos gadījumos manipulācijas ar piedāvājumiem nav viegli nošķirt no likumīgiem kopīgu piedāvājumu veidiem, jo īpaši apakš nolīgumu slēgšanas gadījumā. Piemēram, ja divi pretendenti slēdz savstarpēju apakš nolīgumu, tas var liecināt par aizliegtu vienošanos, jo šādi apakš nolīgumi parasti ļauj pusēm izzināt vienai otras finansiālo piedāvājumu, un tādējādi ir pamats apšaubīt pušu neatkarību piedāvājumu sagatavošanā. Tomēr nepastāv vispārējs pieņēmums, ka apakš nolīgumu slēgšana starp pretendentiem, kas piedalās vienā un tajā procedūrā, ir aizliegta vienošanās starp attiecīgajiem uzņēmumiem ⁽²²⁵⁾.
350. Piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīgumi var paredzēt pušu resursu un darbību integrāciju ievērojamā pakāpē ar mērķi piedalīties konkursa procedūrā, it īpaši tad, ja darbība, uz kuru attiecas iepirkums, aptver kopīgas ražošanas veidus. Situācijās, kad kopīga komercializācija ir akcesoriska pušu ražošanas darbību integrācijai (kopīga ražošana), nolīguma smaguma centrs ir koncentrēts ražošanas darbībā, un novērtējums no konkurences viedokļa jāveic, izmantojot noteikumus un norādījumus, kas piemērojami kopīgas ražošanas nolīgumiem. Šādās situācijās cenu noteikšana līguma produktiem vai pakalpojumiem parasti netiek uzskatīta par ierobežojumu mērķa dēļ, un būs jāveic novērtējums par ierobežojumu ietekmes dēļ (sk. 223. punktu par ražošanas nolīgumiem).
351. Tomēr piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīgumi, kas paredz galvenokārt vai tikai kopīgu komercializāciju, parasti būtu jāuzskata par komercializācijas nolīgumiem, un tāpēc tie būtu jānovērtē saskaņā ar šajā nodaļā sniegtajiem principiem.
352. Piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīgums neatkarīgi no tā juridiskās kvalifikācijas neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, ja tas ļauj pusēm piedalīties projektos, kurus tās nevarētu uzņemties atsevišķi. Šādā scenārijā piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīguma puses nav ne faktiskas, ne potenciālas konkurentes projekta īstenošanā. Tas tā var būt gadījumā, kad piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs puses sniedz atšķirīgus pakalpojumus, kas no konkursa procedūras viedokļa ir savstarpēji papildinoši. Tas tā var būt arī gadījumos, kad piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīguma puses, lai gan tās visas darbojas vienā(-os) un tajā(-os) pašā(-os) tirgū(-os), nespēj projektu īstenot atsevišķi, piemēram, projekta apjoma vai sarežģītības dēļ.
353. Novērtējums par to, vai puses spēj konkurēt konkursa procedūrā katra atsevišķi un tādējādi ir konkurentes, pirmām kārtām ir atkarīgs no konkursa noteikumos ietvertajām prasībām. Turklāt tikai teorētiska iespēja pusēm veikt līgumisko darbību vienām pašām vēl automātiski nepadara puses par konkurentēm; ir jānovērtē, vai katra puse reāli spēj izpildīt līgumu pati, ņemot vērā gadījuma konkrētos apstākļus, piemēram, uzņēmuma lielumu un spējas, projekta radītā finansiālā riska līmeni, kā arī projektam vajadzīgo investīciju līmeni, un uzņēmuma pašreizējo un turpmāko spēju, ko novērtē, ņemot vērā līgumiskās prasības ⁽²²⁶⁾.
354. Ja konkursa procedūras paredz iespēju iesniegt piedāvājumus par līguma daļām, tad uzņēmumi, kas spēj iesniegt piedāvājumus par vienu vai vairākām daļām, bet, iespējams, ne par visu līgumu, ir jāuzskata par konkurentiem, un principā ir piemērojams 101. panta 1. punkts. Šāda veida situācijā uzņēmumi bieži attaisno savu sadarbību piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīgumā, pamatojoties uz to, ka tas ļauj tiem iesniegt piedāvājumu par visu līgumu un tādējādi piedāvāt kopēju atlaidi par visu līgumu. Tomēr tas nemaina faktu, ka puses ir konkurentes vismaz daļā konkursa procedūras, un tāpēc ir piemērojams 101. panta 1. punkts. Jebkāds efektivitātes pieaugums, uz kuru atsaucas saistībā ar kopīgu piedāvājumu par visu līgumu, ir jānovērtē saskaņā ar 101. panta 3. punkta nosacījumiem.
355. Ja nevar izslēgt, ka piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs puses spētu katra atsevišķi piedalīties konkursa procedūrā (vai ja piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīgumam ir vairāk pušu, nekā nepieciešams), tad kopīgais piedāvājums var ierobežot konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Tas tā var būt pat tad, ja tikai viena nolīguma puse spēj iesniegt piedāvājumu atsevišķi.

⁽²²⁵⁾ Komisijas Paziņojums par līdzekļiem cīņai pret slepenām norunām publiskajā iepirkumā un par norādījumiem, kā piemērot ar tām saistīto izslēgšanas iemeslu, 5.6. iedaļa.

⁽²²⁶⁾ 2020. gada 30. janvāra spriedums *Generics (UK) Ltd un citi / Competition and Markets Authority*, C-307/18, EU:C:2020:52, 39. punkts.

356. Parasti gadījumos, kad kopīgam piedāvājumam ir piemērojams 101. panta 1. punkts, ir jāveic piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīguma individuāls novērtējums, ņemot vērā visus būtiskos faktorus, tai skaitā pušu stāvokli konkrētajā tirgū, iespējamo citu konkursa procedūras dalībnieku skaitu un stāvokli tirgū, piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīguma saturu, attiecīgos produktus vai pakalpojumus un tirgus apstākļus.
357. Ierobežojumu var kvalificēt par ierobežojumu mērķa vai ietekmes dēļ atkarībā no nolīguma satura un no konkrētā gadījuma īpašajiem apstākļiem. Parasti attiecībā uz piedāvājumu iesniedzēju konsorcijiem, kas jāuzskata par komercializācijas nolīgumiem, ir piemērojami 328.–340. punktā sniegtie apsvērumi. Turklāt:
- a) apstākļos, kad divas (vai vairākas puses) spēj iesniegt piedāvājumus atsevišķi un nepastāv pušu resursu un darbību integrācija ievērojamā pakāpē, kopīgs piedāvājums principā būtu ierobežojums mērķa dēļ, jo tas paredz cenu noteikšanu starp konkurentiem, un šis noteikums nešķiet akcesorisks īstenai sadarbībai starp pusēm;
 - b) gadījumā, kad piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīgumam ir vairāk pušu, nekā nepieciešams, un ja ir tikai viena puse, kas spētu iesniegt piedāvājumu atsevišķi, principā tas vien, ka ir vairāk pušu, nekā nepieciešams, pats par sevi var nebūt pietiekams pamats tam, lai konstatētu ierobežojumu mērķa dēļ, jo ir iespējams, ka puses var nebūt faktiski vai potenciāli konkurenti. Tomēr var būt citi iemesli, lai šādu konsorcijs nolīgumu uzskatītu par ierobežojumu mērķa dēļ, piemēram, ja puse, kas būtu spējusi iesniegt piedāvājumu atsevišķi, noslēdz kopīga piedāvājuma vienošanos ar vienu vai vairākām citām pusēm ar konkrētu mērķi izslēgt iespēju, ka šīs citas puses iesniedz konkurējošu kopīgu piedāvājumu, pat kopīgi ar trešo personu;
 - c) attiecībā uz konkurenci ierobežojošo ietekmi, ja nav ierobežojuma mērķa dēļ, tas, vai šādu veidu kopīgi piedāvājumi var ierobežot konkurenci, ir atkarīgs no īpaša novērtējuma, cita starpā par to, kā konkurence būtu visreālāk izvērtusies bez attiecīgā piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīguma;
 - d) konsorcijs dalībnieku vidū būtu jāapmainās tikai ar informāciju, kas ir stingri nepieciešama piedāvājuma sagatavošanai un līguma izpildei. Turklāt informācijas aprīte būtu jāierobežo līdz attiecīgajiem darbiniekiem, kuriem tā ir noteikti jāzina.
358. Katrā ziņā piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīgums starp konkurentiem, uz kuru attiecas 101. panta 1. punkts, var atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Iespējamais efektivitātes pieaugums var izpausties kā zemākas cenas, bet arī kā labāka kvalitāte, lielāka izvēle vai ātrāka to produktu vai pakalpojumu realizācija, uz kuriem attiecas uzaicinājums iesniegt piedāvājumus. Turklāt jābūt izpildītiem pārējiem 101. panta 3. punkta nosacījumiem (obligāta vajadzība, nodošana patērētājiem un konkurences nelikvidēšana). Konkursa procedūrās šie nosacījumi bieži vien ir savstarpēji saistīti – efektivitātes pieaugumu, kas tiek panākts ar kopīgu piedāvājumu piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīguma ietvaros, var vienkāršāk nodot patērētājiem zemāku cenu vai labākas piedāvājuma kvalitātes veidā, ja netiek likvidēta konkurence par līguma slēgšanas tiesību piešķiršanu un konkursa procedūrā piedalās citi reāli konkurenti.
359. Būtībā 101. panta 3. punkta nosacījumi var būt izpildīti, ja kopīgā piedāvājumu iesniegšana ļauj pusēm iesniegt piedāvājumu, kas ir konkurētspējīgāks nekā piedāvājumi, kurus tās būtu varējušas iesniegt atsevišķi (cenas un/vai kvalitātes ziņā) un ja līgumslēdzējam un galapatērētājiem radītais labums atsvēr konkurences ierobežojumus. Efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem: tas neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem, ja dod labumu tikai piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīguma pusēm.

5.5. **Piemēri**

360. Kopīga komercializācija, kas nepieciešama, lai ienāktu tirgū

1. piemērs

Situācija. Četri uzņēmumi, kas sniedz veļas mazgāšanas pakalpojumus lielā pilsētā netālu no citas dalībvalsts robežas, katrs ar 3 % tirgus daļu kopējā veļas mazgāšanas tirgū šajā pilsētā, vienojas izveidot kopīgu tirgvedības atzaru veļas mazgāšanas pakalpojumu pārdošanai institucionāliem klientiem (tas ir, viesnīcām, slimnīcām un birojiem), vienlaikus saglabājot neatkarību un brīvību konkurēt par vietējiem individuālajiem klientiem. Lai mērķtiecīgi pievērstos jaunajam pieprasījuma segmentam (institucionālajiem klientiem), tie izstrādā kopēju zīmola nosaukumu, kopēju cenu un kopējus tipveida noteikumus, kuri paredz piegāžu grafiku un maksimālo piegādes termiņu, kas ir 24 stundas. Uzņēmumi izveido kopīgu zvanu centru, kurā institucionālie klienti var pieprasīt savākšanas un/vai piegādes pakalpojumu. Tie algo administratoru (zvanu centru) un vairākus šoferus. Uzņēmumi papildus investē piegādei paredzētos furgonos un zīmola popularizēšanā, lai uzlabotu savu atpazīstamību. Nolīgums pilnībā nenovērs to individuālās infrastruktūras izmaksas (jo tie saglabā savas telpas un joprojām savstarpēji konkurē attiecībā uz vietējiem individuālajiem klientiem), taču tas tiem palielina apjomradītos ietaupījumus un ļauj piedāvāt visaptverošākus pakalpojumus jaunai klientu kategorijai, kas nozīmē ilgāku darba laiku un piegādi plašākā teritorijā. Lai nodrošinātu projekta dzīvotspēju, ir obligāti vajadzīgs, lai nolīgumu noslēgtu visi četri uzņēmumi. Tirgus ir ļoti sadrumstalots, un neviena individuāla konkurenta tirgus daļa nepārsniedz 15 %.

Analīze. Lai gan pušu kopīgā tirgus daļa ir mazāka par 15 %, tas, ka nolīgums paredz cenu noteikšanu, nozīmē, ka principā ir piemērojams 101. panta 1. punkts. Ņemot vērā, ka puses darbojas lielā pilsētā netālu no citas dalībvalsts robežas, tiek pieņemts, ka tiks ietekmēta tirdzniecība starp dalībvalstīm. Tomēr puses nebūtu spējušas sniegt veļas mazgāšanas pakalpojumu institucionāliem klientiem ne atsevišķi, ne sadarbībā ar mazāku pušu skaitu nekā tās četras puses, kuras ir nolīguma dalībnieces. Tā kā cenu noteikšanas ierobežojumu var uzskatīt par obligāti vajadzīgu kopējā zīmola popularizēšanai un panākumu gūšanai projektā, šis ierobežojums šķiet akcesorisks nolīguma galvenajam mērķim, kas nav konkurenci ierobežojošs, un kopumā neradītu konkurences problēmas.

361. Komercializācijas nolīgums, kurā iesaistīts vairāk pušu, nekā nepieciešams, lai ienāktu tirgū

2. piemērs

Situācija. Situācija ir tāda pati kā 360. punkta 1. piemērā, bet ar vienu būtisku atšķirību: lai nodrošinātu projekta dzīvotspēju, nolīgumu būtu spējušas īstenot vien trīs no pusēm (nevis četras, kas faktiski iesaistās sadarbībā).

Analīze. Lai gan pušu kopējā tirgus daļa ir mazāka par 15 %, to pašu iemeslu dēļ, kas sniegti 1. piemērā, ir piemērojams 101. panta 1. punkts. Nolīgumu būtu bijis iespējams īstenot mazāk nekā četrām pusēm. Tomēr, tā kā neviena puse nebūtu spējusi īstenot projektu viena pati, ar to, ka ir vairāk pušu, nekā nepieciešams, varētu nepietikt, lai konstatētu ierobežojumu mērķa dēļ, ja vien nolīguma mērķis nav nepieļaut konkurējošu iniciatīvu, kurā iesaistītos viena no pusēm. Attiecībā uz iespējamo ierobežojošo ietekmi ir nepieciešama hipotētiska analīze. Katrā ziņā nolīgumu var novērtēt saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Nolīgums rada efektivitātes pieaugumu, jo puses tagad spēj piedāvāt uzlabotus pakalpojumus jaunai klientu kategorijai plašākā mērogā (kurus citādi tās nebūtu spējušas apkalpot atsevišķi). Ņemot vērā pušu kopējo tirgus daļu, kas ir mazāka par 15 %, ir iespējams, ka tās pietiekamā apjomā nodos efektivitātes pieaugumu patērētājiem. Turklāt jāņem vērā, vai nolīgumā noteiktie ierobežojumi ir obligāti vajadzīgi efektivitātes pieauguma panākšanai un vai nolīgums likvidē konkurenci. Tā kā nolīguma mērķis ir sniegt visaptverošāku pakalpojumu (tostarp piegādi, kas iepriekš netika piedāvāta) klientu papildu kategorijai viena zīmola ietvaros ar vienotiem tipveida noteikumiem, cenu noteikšanu var uzskatīt par obligāti vajadzīgu kopīgā zīmola popularizēšanai un līdz ar to arī projekta panākumiem un no tiem izrietošajam efektivitātes pieaugumam. Turklāt, ņemot vērā tirgus sadrumstalotību, nolīgums nelikvidēs konkurenci. Tas, ka nolīgumam ir četras

puses (nevis trīs, kas būtu stingri nepieciešamas), ļauj palielināt jaudu un veicina vairāku institucionālo klientu pieprasījuma vienlaicīgu apmierināšanu atbilstoši tipveida noteikumiem (t. i., ievērojot maksimālo piegādes termiņu). Tādējādi efektivitātes pieaugums, visticamāk, pārsniegs ierobežojošo ietekmi, ko rada konkurences samazināšanās starp pusēm, un nolīgums, visticamāk, atbildīs 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

362. Kopīga pārdošana internetā

3. piemērs

Situācija. Vairāki nelieli specializēti veikali visā dalībvalstī izveido elektronisku tīmekļa infrastruktūru, lai reklamētu, pārdotu un piegādātu augļu dāvanu grozus. Pastāv vairāki konkurējoši tīmekļa veikali, kam ir līdzīgas un ierobežotas tirgus daļas. Iesaistītie specializētie veikali kopīgi sedz tīmekļa veikala darbības izmaksas un kopīgi investē zīmola popularizēšanā. Izmantojot tīmekļa veikalu, kurā tiek piedāvāts plašs dažādu veidu dāvanu grozu klāsts, klienti pasūta (un apmaksā) tā veida dāvanu grozu, kuru vēlas saņemt ar piegādi vai ko tie savāks veikalā. Tad pasūtījums tiek iedalīts klienta izvēlētajam specializētajam veikalam vai, ja šāda izvēle nav veikta, veikalam, kurš atrodas vistuvāk piegādes adresei vai kurā klientam ir visērtāk paņemt pasūtījumu. Katrs specializētais veikals individuāli sedz izmaksas par dāvanu groza izveidi un piegādi klientam vai tā sagatavošanu saņemšanai veikalā. Veikals patur 90 % no galīgās cenas, ko nosaka tīmekļa infrastruktūra un kas vienādi attiecas uz visiem iesaistītajiem specializētajiem veikaliem, savukārt atlikušie 10 % tiek izmantoti kopīgai popularizēšanai un tīmekļa veikala darbības izmaksu segšanai. Izņemot maksas samaksu, visā valsts teritorijā nav nekādu citu ierobežojumu specializētajiem veikaliem attiecībā uz pievienoto tīmekļa infrastruktūrai. Turklāt specializētie veikali, kuriem ir sava uzņēmuma tīmekļa vietne, arī var pārdot (un dažos gadījumos tā arī dara) augļu dāvanu grozus internetā ar savu nosaukumu un tādējādi joprojām var savstarpēji konkurēt ārpus sadarbības. Klientiem, kuri pērk, izmantojot tīmekļa veikalu, tiek garantēta augļu grozu piegāde vai saņemšana tajā pašā dienā, turklāt tie var izvēlēties ērtu piegādes vai saņemšanas laiku.

Analīze. Pieņemot, ka specializētie veikali ir konkurenti, ir piemērojams 101. panta 1. punkts, un, ņemot vērā, ka nolīgums ietver cenu noteikšanu, tas, visticamāk, ierobežos konkurenci mērķa dēļ. Tāpēc nolīgums jānovērtē saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Visi sadarbībā iesaistītie specializētie veikali ir mazi veikali, un tiek pieņemts, ka tie nespētu konkurēt valsts mērogā ar citiem tīmekļa veikaliem. Tādējādi nolīgums var radīt efektivitātes pieaugumu, piemēram, lielāku izvēli un augstākas kvalitātes pakalpojumu, kā arī meklēšanas izmaksu samazināšanos, kas dod labumu patērētājiem un, visticamāk, pārsniegs nolīguma radīto konkurenci ierobežojošo ietekmi. ņemot vērā to, ka sadarbībā iesaistītie specializētie veikali joprojām spēj pārdot neatkarīgi un var savstarpēji konkurēt gan ar savu fizisko veikalu, gan interneta starpniecību, cenu noteikšanas ierobežojumu, kas attiecas tikai uz tīmekļa veikalu, varētu uzskatīt par obligāti vajadzīgu produkta popularizēšanai (jo, iegādājoties ar tīmekļa veikala starpniecību, patērētāji nevēlas saskarties ar daudzām dažādām cenām) un izrietošajam efektivitātes pieaugumam. Ja nav citu ierobežojumu, nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Turklāt, tā kā pastāv citi ievērojami konkurējošas tīmekļa veikali un puses turpina savstarpēji konkurēt ar fizisko veikalu vai interneta starpniecību, konkurence netiks likvidēta.

363. Pārdošanas kopuzņēmums

4. piemērs

Situācija. Uzņēmumi A un B, kas atrodas divās dažādās dalībvalstīs, ražo velosipēdu riepas. To kopējā tirgus daļa Savienības mēroga velosipēdu riepu tirgū ir 14 %. Tie nolemj izveidot (nepilnfunkciju) pārdošanas kopuzņēmumu, lai tirgotu riepas velosipēdu ražotājiem, un piekrist pārdot visu savu produkciju ar kopuzņēmuma starpniecību. Katrai pusei saglabājas atsevišķa ražošanas un transporta infrastruktūra. Puses apgalvo, ka no nolīguma izriet ievērojams efektivitātes pieaugums. Šādi pieaugums galvenokārt ir saistīts ar palielinātiem apjomradītiem ietaupījumiem, spēju apmierināt esošo un potenciālo jauno klientu prasības un labāk konkurēt ar riepiem, kas importētas no trešo valstu ražotājiem. Kopuzņēmums vienojas par cenām un iedala pasūtījumus tuvākajai ražotnei, lai racionalizētu transporta izmaksas, veicot piegādi klientam.

Analīze. Lai gan pušu kopējā tirgus daļa ir mazāka par 15 %, uz nolīgumu attiecas 101. panta 1. punkts. Tas ierobežo konkurenci mērķa dēļ, jo ietver klientu sadalīšanu un cenu noteikšanu, ko veic kopuzņēmums. Iespējamo efektivitātes pieaugumu, kas izriet no nolīguma, nerada saimniecisko darbību integrācija vai kopīgas investīcijas. Kopuzņēmumam būtu ļoti ierobežots tvērums, un tas kalpotu tikai kā saskarne pasūtījumu sadalīšanai starp ražotnēm. Tāpēc ir maz ticams, ka efektivitātes pieaugums tiktu nodots patērētājiem tādā apmērā, ka tas pārsniegtu nolīguma radīto konkurenci ierobežojošo ietekmi. Tādējādi 101. panta 3. punkta nosacījumi netiktu izpildīti.

364. Mediju izplatīšanas platforma

5. piemērs

Situācija. Televīzijas raidorganizācija A un televīzijas raidorganizācija B, kas abas galvenokārt darbojas bezmaksas televīzijas tirgū dalībvalstī, izveido kopuzņēmumu, lai tajā pašā valsts tirgū izveidotu tiešsaistes pieprasījumuvideo platformu, kurā patērētāji var par maksu skatīties filmas vai seriālus, ko veidojusi katra no abām raidorganizācijām vai trešās personas, kuras ir licencējušas attiecīgās audiovizuālās tiesības vienai no tām. Televīzijas raidorganizācijas A grupai ir aptuveni 25 % tirgus daļa bezmaksas televīzijas tirgū, un televīzijas raidorganizācijas B tirgus daļa ir aptuveni 15 %. Ir vēl divas citas televīzijas raidorganizācijas, kuru tirgus daļas ir no 10 % līdz 15 %, un vairākas nelielas raidorganizācijas. Pieprasījumuvideo valsts tirgus, kurā galvenokārt darbosies kopuzņēmums, ir jauns tirgus, kurā kopumā ir gaidāma ievērojama izaugsme. Cenu par video skatīšanos centralizēti noteiks kopuzņēmums, kas arī koordinēs pieprasījumuvideo licenču iegādes cenas augšupējā tirgū.

Analīze. Ņemot vērā raidorganizāciju tirgus daļu valsts televīzijas tirgū un to lielo audiovizuālo tiesību bibliotēku, gan raidorganizācija A, gan raidorganizācija B varētu atsevišķi ieviest pieprasījumuvideo platformu. Tāpēc tās ir potenciāli konkurenti topošajā pieprasījumuvideo patēriņa tirgū. Tā kā nolīgums ierobežo pušu stimulu ienākt tirgū atsevišķi, ir piemērojams 101. panta 1. punkts. Turklāt nolīgums likvidē cenu konkurenci starp abām raidorganizācijām un ietver koordināciju saistībā ar pieprasījumuvideo cenu. Tāpēc nolīgums principā ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Attiecībā uz 101. panta 3. punkta piemērošanu šķiet, ka labumi, ko rada palielināts pieprasījumuvideo piedāvājumu klāsts un vienkāršota navigācija saturā, nepārsniedz negatīvo ietekmi uz konkurenci, kas būs ievērojama, ņemot vērā iesaistīto uzņēmumu darbības un stāvokli tirgū. Turklāt ierobežojumi nešķiet nepieciešami, lai sasniegtu minēto efektivitātes pieaugumu, jo to varētu panākt arī ar atvērtas platformas un tīri tehniskas sadarbības starpniecību. Visbeidzot, šķiet, ka nolīgums neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

365. Piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs

6. piemērs

Situācija. Uzņēmumi A un B ir konkurējoši specializētu medicīnas produktu piegādātāji slimnīcām. Tie nolemj noslēgt piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīgumu, lai iesniegtu kopīgus piedāvājumus vairākos konkursos, ko organizē dalībvalsts veselības aprūpes sistēma, lai valsts slimnīcām nodrošinātu no plazmas iegūtu zāļu komplektus. Līgumu slēgšanas tiesību piešķiršanas kritērijs ir saimnieciski visizdevīgākais piedāvājums, ņemot vērā cenas un kvalitātes samēru. Jo īpaši papildu punkti tiek piešķirti, ja piedāvājumā ir iekļauta virkne izvēles produktu. Gan uzņēmums A, gan uzņēmums B varēja piedalīties konkursos katrs atsevišķi, pamatojoties uz konkursa noteikumos paredzētajām prasībām. Faktiski gan uzņēmums A, gan uzņēmums B jau ir piedalījušies atsevišķi vienā no attiecīgajiem konkursiem, kurā līguma slēgšanas tiesības tika piešķirtas citam dalībniekam, jo uzņēmumu A un B piedāvājumi bija neizdevīgāki cenas un kvalitātes ziņā, jo īpaši ierobežotā izvēles produktu piedāvājuma dēļ. Kopumā attiecīgajās konkursa procedūrās ir vēl vismaz divi citi dalībnieki.

Analīze. Tā kā uzņēmumi A un B varēja katrs atsevišķi konkurēt konkursos, to kopīga dalība var ierobežot konkurenci, un ir piemērojams 101. panta 1. punkts. Tāpēc nolīgums jānovērtē saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Saskaņā ar rezultātiem iepriekšējā konkursa procedūrā, kurā puses konkurēja atsevišķi, šķiet, ka kopīgs piedāvājums būtu konkurētspējīgāks par atsevišķiem piedāvājumiem cenu noteikšanas un piedāvāto produktu, jo īpaši izvēles produktu, klāsta ziņā, kas ir īpaši svarīgi konkursa iestādei. Piedāvājumu iesniedzēju konsorcijs nolīgums šķiet obligāti vajadzīgs, lai iesaistītās puses konkursa procedūrās iesniegtu patiesi konkurētspējīgu piedāvājumu salīdzinājumā ar pārējo dalībnieku iesniegtajiem piedāvājumiem. Tiek pieņemts, ka puses varētu pierādīt, ka kopīgais piedāvājums rada ievērojamas pakāpes sinerģiju, kas var radīt efektivitātes pieaugumu zemāku cenu un augstākas kvalitātes veidā, rezultātā ļaujot iesniegt konkurētspējīgāku piedāvājumu. Konkurence konkursa procedūrā netiek likvidēta, jo konkursa procedūrā var neatkarīgi piedalīties vismaz divi citi būtiski konkurenti. Tas nozīmē, ka kopīgā piedāvājuma radītais efektivitātes pieaugums varētu nākt par labu līgumslēdzējam un, galu galā, patērētājiem. Tāpēc šķiet, ka nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

6. INFORMĀCIJAS APMAIŅA

6.1. Ievads

366. Šajā nodaļā ir sniegti norādījumi par informācijas apmaiņas novērtēšanu no konkurences viedokļa⁽²²⁷⁾. Informācijas apmaiņa var izpausties dažādos veidos un var notikt dažādos kontekstos.
367. Šīs nodaļas nolūkos informācijas apmaiņa ietver apmaiņu ar i) neapstrādātu, neorganizētu digitālo saturu, ko var būt jāapstrādā, lai to padarītu noderīgu (neapstrādāti dati); ii) iepriekš apstrādātiem datiem, kas jau ir sagatavoti un apstiprināti; iii) datiem, ar kuriem ir veiktas manipulācijas, lai iegūtu jēgpilnu informāciju jebkādā formā, kā arī iv) ar jebkuru cita veida informāciju, tostarp informāciju, kas nav digitāla. Tā ietver fiziskas informācijas kopīgošanu un digitālo datu kopīgošanu starp faktiskiem vai potenciāliem konkurentiem⁽²²⁸⁾. Šajā nodaļā jēdziens “informācija” attiecas uz visu veidu datiem un informāciju, kā sniegts i)–iv) punktā.
368. Informācijas apmaiņa var notikt tieši starp konkurentiem (vienpusējas izpaušanas vai divpusējas vai daudzpusējas apmaiņas veidā) vai netieši, kad to veic trešā persona (piemēram, pakalpojumu sniedzējs, platforma, tiešsaistes rīks vai algoritms) vai ar tās starpniecību, ar kopīgas aģentūras (piemēram, arodasociācijas), tirgus izpētes organizācijas, piegādātāju vai apmaiņas pušu, vai tīmekļa vietnes vai paziņojuma preseī starpniecību. Informācijas apmaiņa var notikt starp uzņēmumiem, kas konkurē attiecībā uz vienu un to pašu zīmolu (konkurence zīmola ietvaros), vai starp uzņēmumiem, kas konkurē ar dažādiem zīmoliem (konkurence starp zīmoliem). Šī nodaļa attiecas uz tiešām un netiešām informācijas apmaiņas formām un informācijas apmaiņu starp konkurentiem viena zīmola ietvaros un konkurentiem starp zīmoliem.
369. Informācijas apmaiņa var notikt saistībā ar cita veida horizontālās sadarbības nolīgumu, piemēram, kopīgas pirkšanas, kopīgas ražošanas vai kopīgas komercializācijas nolīgumu. Ja uz attiecīgo sadarbības nolīgumu pašu par sevi neattiecas 101. panta 1. punktā minētais aizliegums, jo nolīgumam ir neitrāla vai pozitīva ietekme uz konkurenci, minētais aizliegums neattiecas arī uz informācijas apmaiņu, kas saistīta ar konkrēto nolīgumu. Tas tā būs gadījumā, kad informācijas apmaiņa ir objektīvi nepieciešama sadarbības nolīguma īstenošanai un ir samērīga ar tā mērķiem (sk. arī 1.2.6. iedaļu)⁽²²⁹⁾. Ja informācijas apmaiņa pārsniedz to, kas ir objektīvi nepieciešams sadarbības nolīguma īstenošanai, vai nav samērīga ar tā mērķiem, tā būtu jānovērtē, izmantojot šajā nodaļā sniegtos norādījumus⁽²³⁰⁾. Ja informācijas apmaiņa pati par sevi ir sadarbības galvenais mērķis, tad,

⁽²²⁷⁾ Ciktāl informācijas apmaiņa pilnībā vai daļēji ietver personas datus, šīs pamatnostādnes neskar Savienības tiesību aktus par datu aizsardzību, jo īpaši Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2016/679 (2016. gada 27. aprīlis) par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un šādu datu brīvu apriti un ar ko atceļ Direktīvu 95/46/EK (Vispārīgā datu aizsardzības regula) (OV L 119, 4.5.2016., 1. lpp.). Nevienu šo pamatnostādņu noteikumu nedrīkst piemērot vai interpretēt tā, lai mazinātu vai ierobežotu tiesības uz personas datu aizsardzību.

⁽²²⁸⁾ Termins “datu kopīgošana” tiek lietots, lai aprakstītu visas iespējamās formas un modeļus attiecībā uz piekļuvi pie datiem un to pārsūtīšanu starp uzņēmumiem. Tas ietver datu fondus, kuros datu turētāji sagrupējas, lai kopīgotu datus.

⁽²²⁹⁾ 2014. gada 11. septembra spriedums *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 89. punkts.

⁽²³⁰⁾ Sk. arī 6. punktu.

novērtējot, vai sadarbība ierobežo konkurenci, noteicošie būs šajā nodaļā sniegtie norādījumi. Ja uz informācijas apmaiņu attiecas 101. panta 1. punkts, tā tomēr var atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

370. Informācijas apmaiņai vertikālā nolīguma kontekstā, ja informācijas apmaiņa notiek starp piegādātāju un pircēju, var piemērot grupu atbrīvojumu, ko paredz VNGAR⁽²³¹⁾. Tas tā būs gadījumā, kad informācijas, ar kuru notiek apmaiņa, ir tieši saistīta ar vertikālā nolīguma īstenošanu starp šīm pusēm un ir nepieciešama, lai uzlabotu līguma preču vai pakalpojumu ražošanu vai izplatīšanu.
371. Ar informāciju var apmainīties arī kontroles iegūšanas procesā. Šādos gadījumos atkarībā no apstākļiem uz apmaiņu var attiekties Apvienošanās regulas⁽²³²⁾ noteikumi. Līguma 101. pants tomēr attiecas uz jebkādu konkurenci ierobežojošu rīcību, kas nav tieši saistīta ar kontroles iegūšanu vai nepieciešama tās īstenošanai. Šis novērtējums jāveic visā kontroles iegūšanas procesā, jo tas, kas ir tieši saistīts ar kontroles iegūšanu un ir nepieciešams tai, var būt atkarīgs no tā, kāds ir kontroles iegūšanas procesa posms.
372. Informācijas apmaiņa var arī notikt regulatīvu iniciatīvu kontekstā. Ja likums vai publiskās iestādes mudina uzņēmumus kopīgot informāciju ar citiem uzņēmumiem vai ja uzņēmumiem ir rīcības brīvība, lemjot par to, kādu informāciju kopīgot ar citiem uzņēmumiem, turpina piemērot 101. pantu. Praksē tas nozīmē, ka uzņēmumi, uz kuriem attiecas regulatīvās prasības, nedrīkst izmantot šīs prasības kā līdzekli 101. panta pārkāpumam. Tiem būtu jāierobežo informācijas apmaiņas apjoms līdz tam, kas vajadzīgs saskaņā ar piemērojamo regulu, un tiem var būt nepieciešams īstenot piesardzības pasākumus, ja notiek komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa.

ES regulā var, piemēram, paredzēt iespēju uzņēmumiem kopīgot informāciju, lai novērstu vai samazinātu vajadzību pēc izmēģinājumiem ar dzīvniekiem vai samazinātu pētniecības izmaksas. Attiecībā uz šādu apmaiņu tiek piemērots 101. pants. Tāpēc uzņēmumi, kas piedalās šādā regulā paredzētajā apmaiņā, nedrīkst kopīgot komerciāli sensitīvu informāciju, kas atklāj to tirgus stratēģiju, vai tehnisku informāciju, kas pārsniedz regulas prasības. Uzņēmumi var samazināt apmaiņas biežumu, lai padarītu informāciju mazāk komerciāli sensitīvu. Ja iespējams, būtu jāizmanto apkopta informācija vai diapazoni, lai izvairītos no tā, ka apmaiņās ar granulāriem datiem vai datiem, ko var attiecināt uz atsevišķiem uzņēmumiem. Uzņēmumi var arī apsvērt iespēju izmantot pakalpojumu sniedzēju, kas ir neatkarīga trešā persona ("pilnvaroto personu") un kas savāks informāciju no vairākiem avotiem, pamatojoties uz neizpaušanas nolīgumiem, un tad salīdzinās, pārbaudīs un apkopos datus, lai izveidotu saliktu datu kopumu, kuru kopīgot ar dalībniekiem un kurā nav iespējams attiecināt identificējamus datus uz atsevišķiem uzņēmumiem.

6.2. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

6.2.1. Ievads

373. Informācijas apmaiņa ir daudzu konkurētspējīgu tirgu kopīga iezīme, un tā var radīt dažāda veida efektivitātes pieaugumu. Tas var atrisināt informācijas asimetrijas problēmas⁽²³³⁾, tādējādi padarot tirgus efektīvākus. Pēdējos

⁽²³¹⁾ Sk. 2. panta 1. un 5. punktu Komisijas Regulā (ES) Nr. 2022/720 (2022. gada 10. maijs) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu vertikālo nolīgumu un saskaņotu darbību kategorijām (OV L 134, 11.5.2022., 4. lpp.). Neizsmelošs tādas informācijas piemēru uzskaitījums, kura atkarībā no konkrētajiem apstākļiem var būt tieši saistīta ar vertikālā nolīguma īstenošanu un būt nepieciešama līguma preču vai pakalpojumu ražošanas vai izplatīšanas uzlabošanai, sk. 99. punktā Komisijas paziņojumā "Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā" (OV C 248, 30.6.2022., 1. lpp.). Ja tāda vertikālā nolīguma puses, kas atbilst Regulas (ES) 2022/720 2. panta 4. punkta a) vai b) apakšpunkta nosacījumiem, apmainās ar informāciju, kas vai nu nav tieši saistīta ar pušu vertikālā nolīguma īstenošanu, vai arī nav nepieciešama līguma preču vai pakalpojumu ražošanas vai izplatīšanas uzlabošanai, vai kas neatbilst nevienam no šiem diviem nosacījumiem, tad informācijas apmaiņa ir jānovērtē individuāli saskaņā ar Līguma 101. pantu un izmantojot šīs pamatnostādnes.

⁽²³²⁾ 4. panta 1. punkts un 7. panta 1. punkts Padomes Regulā (EK) Nr. 139/2004 (2004. gada 20. janvāris) par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (EK Apvienošanās regula) (OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp.). Sk. arī Komisijas Paziņojumu par ierobežojumiem, kas tieši saistīti un nepieciešami koncentrāciju īstenošanai (OV C 56, 5.3.2005., 24. lpp.). Sk. arī 2021. gada 22. septembra spriedumu *Altice Europe/Komisija*, T-425/18, EU:T:2021:607, 239. punktu.

⁽²³³⁾ Ekonomikas teorija par informācijas asimetriju ir vērsta uz lēmumu izpēti scenārijos, kuros vienai pusei ir vairāk informācijas nekā otram.

gados datu kopīgošana ir kļuvusi īpaši svarīga kā līdzeklis uz informāciju balstītu lēmumu pieņemšanai, piemēram, izmantojot lielo datu analītiku un mašīnmācīšanās metodes ⁽²³⁴⁾. Turklāt uzņēmumi var uzlabot savu iekšējo efektivitāti, savstarpēji salīdzinot to paraugpraksi. Informācijas apmaiņa var arī palīdzēt uzņēmumiem ietaupīt izmaksas, piemēram, samazinot to inventāru un ļaujot ātrāk piegādāt ātrbojīgus produktus klientiem. Informācijas apmaiņa var sniegt uzņēmumiem iespēju izstrādāt jaunus vai labākus produktus vai pakalpojumus vai apmācīt algoritmus plašākā un jēgpilnākā veidā. Turklāt informācijas apmaiņa var sniegt tiešu labumu patērētājiem, samazinot viņu meklēšanas izmaksas un uzlabojot izvēli.

374. Galvenais konkurences princips ir tāds, ka ikviens uzņēmums patstāvīgi nosaka savu ekonomisko rīcību konkrētajā tirgū. Šis princips neliedz uzņēmumiem saprātīgi pielāgoties savu konkurentu esošajai vai paredzamajai rīcībai vai ierastajiem apstākļiem tirgū. Tomēr tas neizslēdz tiešus vai netiešus kontaktus starp uzņēmumiem, vai nu lai ietekmētu faktiskā vai potenciāla konkurenta rīcību tirgū, vai arī informētu šādu konkurentu par uzņēmuma paredzēto vai iepīlānoto rīcību tirgū, ja šo kontaktu mērķis vai ietekme ir tādu konkurences nosacījumu rašanās, kas neatbilst normāliem attiecīgā tirgus nosacījumiem ⁽²³⁵⁾.
375. Kā norādīts 14. punktā, uz informācijas apmaiņu 101. panta 1. punkts attiecas tikai tad, ja tā nosaka visu nolīgumu starp uzņēmumiem, saskaņotu darbību vai uzņēmumu apvienības lēmumu vai ir daļa no tā. Saskaņotas darbības jēdziens papildus tam, ka iesaistītie uzņēmumi savstarpēji saskaņo savu darbību, ietver šādai saskaņošanai atbilstošu rīcību tirgū un cēloņa un sekū sakarību starp šiem abiem elementiem ⁽²³⁶⁾. Ja komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa starp konkurentiem notiek konkurenci ierobežojoša nolīguma sagatavošanas posmā, ar to pietiek, lai pierādītu saskaņotas darbības esību 101. panta 1. punkta nozīmē. Šajā saistībā nav jāpierāda, ka šie konkurenti formāli ir apņēmušies ievērot noteiktu rīcību vai ka konkurenti ir vienojušies par savu turpmāko rīcību tirgū, vai arī ka konkurenti ir bijuši komerciāli ieinteresēti apmaiņā ⁽²³⁷⁾. Turklāt, lai noteiktu iepriekš minēto cēloņa un sekū sakarību, pastāv atspēkojama prezumpcija, ka uzņēmumi, kas piedalās saskaņotās darbībās un turpina darboties tirgū, ņem vērā informāciju, ar kuru tie apmainās ar saviem konkurentiem, nosakot savu rīcību tirgū ⁽²³⁸⁾.
376. Šī nodaļa ir strukturēta šādi: 6.2.2. iedaļā ir aprakstītas divas galvenās konkurences problēmas saistībā ar informācijas apmaiņu; 6.2.3. iedaļā ir sniegti norādījumi par informācijas, ar kuru apmainās, rakstura nozīmi novērtējumam, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu; 6.2.4. iedaļā ir sniegti norādījumi par apmaiņas iezīmju nozīmi; 6.2.5. iedaļā ir sniegti norādījumi par tirgus iezīmju nozīmi; 6.2.6. iedaļā attiecas uz informācijas apmaiņu, kas ierobežo konkurenci mērķa dēļ, un 6.2.7. iedaļā attiecas uz apmaiņu, kas ierobežo konkurenci ietekmes dēļ; 6.3. iedaļā ir sniegti norādījumi par 101. panta 3. punkta piemērošanu informācijas apmaiņai, un nodaļas noslēgumā, 6.4. iedaļā, ir sniegti vairāki piemēri, plūsmkarte ar pašnovērtējuma posmiem un pārskats tabulas veidā par dažādajiem informācijas apmaiņas scenārijiem.

6.2.2. Galvenās konkurences problēmas, kas izriet no komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņas ⁽²³⁹⁾

6.2.2.1. Aizliegta vienošanās

377. Mākslīgi palielinot pārredzamību starp konkurentiem tirgū, komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa var veicināt uzņēmumu rīcības koordināciju un radīt konkurences ierobežojumus ⁽²⁴⁰⁾. Pirmkārt, informācijas

⁽²³⁴⁾ Datu kopīgošana tiek veicināta arī ar Eiropas Datu stratēģijas starpniecību.

⁽²³⁵⁾ 2016. gada 21. janvāra spriedums *Euras* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 27. punkts, un 2009. gada 4. jūnija spriedums *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C: 2009:343, 32. un 33. punkts.

⁽²³⁶⁾ 2016. gada 21. janvāra spriedums *Euras* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 39. un 40. punkts; 2015. gada 19. marta spriedums *Dole Food* un *Dole Fresh Fruit Europe*/Komisija, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 126. punkts.

⁽²³⁷⁾ 2017. gada 26. janvāra spriedums *Duravit* un citi/Komisija, C-609/13 P, EU:C:2017:46, 135. punkts, un 2023. gada 12. janvāra spriedums *HSBC Holdings* un citi/Komisija, C-883/19 P, EU:C:2023:11, 123. punkts.

⁽²³⁸⁾ 2017. gada 10. novembra spriedums, *ICAP* un citi/Komisija, T-180/15, EU:T:2017:795, 57. punkts; 2009. gada 4. jūnija spriedums, *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 51. punkts; 2015. gada 19. marts, *Dole Food* un *Dole Fresh Fruit Europe*/Komisija, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 127. punkts, un 1999. gada 8. jūlijs, *Hüls*/Komisija, C-199/92 P, EU:C:1999:358, 161., 161. un 163. punkts.

⁽²³⁹⁾ Termina "galvenās konkurences problēmas" izmantošana nozīmē, ka turpmākais konkurences problēmu apraksts nav ne ekskluzīvs, ne izsmēlošs.

⁽²⁴⁰⁾ Tas jo īpaši attiecas uz gadījumiem, kad apmaiņa ir citas konkurenci ierobežojošas vienošanās pamatā. Sk. 2017. gada 26. janvāra spriedumu *Duravit* un citi/Komisija, C-609/13 P, EU:C:2017:46, 134. punktu; 2004. gada 7. janvāra spriedumu *Aalborg Portland* un citi/Komisija, apvienotās lietas C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P un C-219/00 P, EU:C:2004:6, 281. punktu.

apmaiņa var veicināt aizliegtu vienošanos, ja tā ļauj uzņēmumam ar jebkādiem līdzekļiem sniegt konkurentiem norādi par rīcību, kādu uzņēmums vēlētos sagaidīt no konkurentu puses, vai rīcību, kādu uzņēmums pats īstenotu, reaģējot uz to pašu konkurentu rīcību ⁽²⁴¹⁾.

378. Otrkārt, komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa pati par sevi var ļaut uzņēmumiem panākt vienotu izpratni par koordinācijas noteikumiem, kas var izraisīt aizliegtu vienošanos tirgū. Apmaiņa var radīt abpusēji saskaņotas gaidas attiecībā uz tirgū pastāvošajām neskaidrībām. Pamatojoties uz to, uzņēmumi var panākt vienotu izpratni par to rīcību tirgū, pat ja nav tieši pausta koordinācijas nolīguma ⁽²⁴²⁾.
379. Treškārt, komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu var izmantot kā līdzekli, lai palielinātu konkurenci ierobežojoša nolīguma vai saskaņotas darbības iekšējo stabilitāti. Informācijas apmaiņa var padarīt tirgu pietiekami pārredzamu, lai ļautu aizliegtu vienošanos veidojošiem uzņēmumiem pārraudzīt, vai citi uzņēmumi atkāpjas no aizliegtās vienošanās, un tādējādi zināt, kad un pret ko rīkoties. Šādai pārraudzībai var izmantot gan pašreizēju, gan iepriekšēju datu apmaiņu. Tādējādi uzņēmumi var vai nu panākt aizliegtu vienošanos tirgos, kur tie citādi to nebūtu varējuši to izdarīt, vai arī veicināt tirgū jau pastāvošās aizliegtās vienošanās stabilitāti.

Piemēram, algoritmi var radīt efektivitātes pieaugumu. Tie var samazināt izmaksas un šķēršļus ienākšanai tirgū. Uzņēmumi var, piemēram, neatkarīgi izmantot algoritmus, lai uzraudzītu konkurentu cenas un iegūto informāciju izmantotu savu cenu noteikšanai. Tomēr algoritmus var arī izmantot, lai uzraudzītu (līdzšinējos) konkurenci ierobežojošus nolīgumus starp konkurentiem. Ja cenu uzraudzības algoritmus izmanto kā daļu no aizliegtas vienošanās, tie var palielināt tirgus pārredzamību, atklāt novirzes no cenām reāllaikā un padarīt soda mehānismus efektīvākus. Uzņēmumi var arī izmantot rīcības koordinācijas algoritmus, lai vienos par būtiskiem konkurences parametriem. Tad algoritmi kļūst par līdzekli, lai veicinātu aizliegtu vienošanos (aizliegta vienošanās koda rezultātā). Aizliegta vienošanās koda rezultātā par būtiskiem konkurences parametriem parasti ir kartelis un tādējādi arī konkurences ierobežojums mērķa dēļ neatkarīgi no tirgus apstākļiem.

Savienības konkurences tiesībās cenu algoritmi ir aplūkoti, pamatojoties uz diviem svarīgiem principiem.

Pirmkārt, ja cenu noteikšanas prakse ir nelikumīga, kad to īsteno bezsaistē, tad pastāv liela varbūtība, ka tā būs nelikumīga arī tad, kad to īsteno tiešsaistē.

Otrkārt, uzņēmumi, kas iesaistīti nelikumīgā cenu noteikšanas praksē, nevar izvairīties no atbildības, pamatojoties uz to, ka to cenas tika noteiktas ar algoritmiem. Tāpat kā darbinieks vai ārējs konsultants, kas strādā uzņēmuma "vadībā vai kontrolē", algoritms paliek uzņēmuma kontrolē, un tāpēc uzņēmums ir atbildīgs pat tad, ja tā darbības veikts, pamatojoties uz algoritmiem.

380. Informācijas apmaiņu var izmantot arī kā metodi, ar kuru palielināt konkurenci ierobežojoša nolīguma vai saskaņotas darbības ārējo stabilitāti. Informācijas apmaiņa, kas padara tirgu pietiekami pārredzamu, var ļaut aizliegtu vienošanos noslēgušiem uzņēmumiem uzraudzīt, kur un kad citi uzņēmumi mēģina ienākt tirgū, un tādējādi ļaut uzņēmumiem, kas noslēguši aizliegtu vienošanos, vērsties pret jauno tirgus dalībnieku.

6.2.2.2. Ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošana

381. Papildus tam, ka informācijas apmaiņa veicina aizliegtu vienošanos, informācijas apmaiņa var izraisīt arī ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu tajā pašā tirgū, kurā notiek apmaiņa, vai saistītā tirgū ⁽²⁴³⁾.

⁽²⁴¹⁾ Tādējādi informācija apmaiņa var sekmēt aizliegtu vienošanos, veicinot savstarpēju izpratni par atalgojumu un sodu shēmu, kas ir raksturīga aizliegtas vienošanās pazīme. Šāda informācijas apmaiņa var ietvert vai nu privātu, vai publisku informācijas apmaiņu. Piemēram, ja uzņēmums privāti paziņotu saviem konkurentiem, ka tiem visiem būtu jāpaaugstina cenas vai jāsamazina pārdošana vai jauda, vai jāpieņem darījumu lēmumu kopīgi, tad konkurenci ierobežojošais nolūks neapstrīdami pastāvētu. Ietekme, visticamāk, būtu līdzīga, ja uzņēmums tā vietā publiski paziņotu šo plānu, ja vien nevar pierādīt, ka no informācijas labumu gūs klienti, nevis tikai pats uzņēmums, tā konkurenti vai investori. Lemesls tam ir fakts, ka uzņēmumi, to konkurenti un ieguldītāji parasti gūs labumu no lielākas peļņas atbilstoši aizliegtas vienošanās shēmai, savukārt klienti zaudēs.

⁽²⁴²⁾ Sk., piemēram, 2019. gada 7. novembra spriedumu *Campine* un *Campine Recycling*/Komisija, T-240/17, EU:T:2019:778, 305. punktu.

⁽²⁴³⁾ Attiecībā uz ar konkurenci nesaderīgas tirgus piekļuves ierobežošanas problēmām, kas izriet no vertikāliem nolīgumiem, sk. Pamatnostādņu vertikālo ierobežojumu jomā 18.–22. punktu.

382. Tirgus piekļuves ierobežošana tajā pašā tirgū var notikt, ja komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa konkurentiem, kas nepiedalās apmaiņā, rada ievērojami neizdevīgākus konkurences nosacījumus salīdzinājumā ar apmaiņā iesaistītajiem uzņēmumiem. Šāda veida tirgus piekļuves ierobežošana ir iespējama, ja attiecīgajai informācijai ir stratēģiska nozīme, lai konkurētu tirgū, un apmaiņa aptver būtisku konkrētā tirgus daļu. Tas var attiekties, piemēram, uz datu kopīgošanas iniciatīvām, kuru ietvaros kopīgotajiem datiem ir stratēģiska nozīme, tie aptver lielu tirgus daļu, un konkurentiem tiek liegta kopīgotajiem datiem ⁽²⁴⁴⁾.
383. Informācijas apmaiņa var izraisīt arī ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu trešām personām saistītā tirgū. Piemēram, vertikāli integrēti uzņēmumi, kas apmainās ar informāciju augšupējā tirgū, var iegūt tirgus varu un aizliegtā veidā vienoties, lai paaugstinātu cenu būtiskam resursam lejupējā tirgū. Tādējādi tie varētu paaugstināt savu konkurentu izmaksas lejupējā tirgū, kas varētu izraisīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošānu šādā lejupējā tirgū. Turklāt uzņēmumi, kas piemēro nepārredzamus un diskriminējošus nosacījumus par piekļuvi kopīgotai informācijai, var ierobežot trešo personu spēju noteikt potenciālo jaunu produktu tendences saistītajos tirgos.

Vairāki uzņēmumi, kas sniedz finanšu pakalpojumus patērētājiem, var, piemēram, izveidot apvienību ar kopliktotu datubāzi, kurā ietverta informācija par klientiem. Visi apvienības dalībnieki ievada informāciju datubāzē, un tiem ir piekļuve datiem, kas ļauj tiem labāk novērtēt risku, kas saistīts ar finanšu pakalpojumu sniegšanu jauniem klientiem. Apmiņa ar klientu informāciju atvieglo dalībnieku riska novērtējumus attiecībā uz šiem klientiem. Tas, savukārt, var atvieglot ienākšanu tirgū un tādējādi dot labumu patērētājiem. Šādas datubāzes mērķis nav ierobežot konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

Tomēr kopliktotām datubāzēm, kā aprakstīts iepriekš, var būt konkurenci ierobežojoša ietekme atkarībā no ekonomiskajiem apstākļiem konkrētajā(-os) tirgū(-os) un no attiecīgās datubāzes konkrētajām iezīmēm. Šīs iezīmes citstarp ir datubāzes mērķis un nosacījumi attiecībā uz piekļuvi tai un dalību tajā, kā arī tas, ar kāda veida informāciju notiek apmaiņa (piemēram, vai tā ir publiska vai konfidenciāla, apkopota vai detalizēta, vēsturiska, aktuāla vai nākotnes informācija, datubāzes atjaunināšanas biežums, un informācijas nozīme cenu, apjomu vai pakalpojumu nosacījumu noteikšanai). Ja datubāze aptver ievērojamu konkrētā tirgus daļu un ja citu konkurentu piekļuve tai ir liegta vai aizkavēta, tas var radīt informācijas asimetriju, radot šiem citiem konkurentiem neizdevīgu situāciju salīdzinājumā ar uzņēmumiem, kas ir datubāzes dalībnieki. Taisnīgi, objektīvi, pārredzami un nediskriminējoši piekļuves kritēriji var mazināt konkurences problēmas ⁽²⁴⁵⁾.

6.2.3. Informācijas, ar kuru apmainās, raksturs

6.2.3.1. Komerciāli sensitīva informācija

384. Līguma 101. panta 1. punkts ir piemērojams, ja komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa varētu ietekmēt konkurentu komerciālo stratēģiju, tādējādi radot vai spējot radīt konkurences apstākļus, kas neatbilst parastajiem apstākļiem attiecīgajā tirgū, ņemot vērā piedāvāto produktu vai pakalpojumu veidu, iesaistīto uzņēmumu lielumu un skaitu un šā tirgus apjomu ⁽²⁴⁶⁾. Tas tā ir gadījumā, kad informācijas apmaiņa mazina nenoteiktību par attiecīgā tirgus darbību ⁽²⁴⁷⁾. Līguma 101. panta 1. punkts ir piemērojams neatkarīgi no tā, vai apmaiņā iesaistītie uzņēmumi gūst kādu labumu no to sadarbības. Tas attiecas uz informāciju, ko tirgos ar efektīvu konkurenci uzņēmumam ir svarīgi aizsargāt, lai saglabātu vai uzlabotu tā konkurētspēju tirgū(-os).

⁽²⁴⁴⁾ 2006. gada 23. novembra spriedumā *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 57. un 58. punktā uzsvērts, cik svarīgi ir analizēt pamatā esošo tirgus struktūru, lai noteiktu, vai var pastāvēt tirgus piekļuves ierobežošanas risks. Sk. arī Komisijas lēmumu (2022. gada 30. jūnijs) lietā AT.40511, *Insurance Ireland*, kurā apmaiņas dalībniekiem bija 98 % no konkrētā tirgus.

⁽²⁴⁵⁾ Tas nenozīmē, ka piekļuvei jābūt bezmaksas piekļuvei. Var tikt iekasēta maksa, ja vien tā ir taisnīga, pārredzama un nediskriminējoša. Turklāt var tikt prasīts arī trešām personām pašām iesniegt datus datubāzē. Sk. arī 2006. gada 23. novembra spriedumu *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 60. punktu.

⁽²⁴⁶⁾ Piekļuve uzņēmuma paša datiem, piemēram, lietotāju datiem, kas ģenerēti, izmantojot platformu, nav kvalificējama par komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu.

⁽²⁴⁷⁾ 2015. gada 19. marta spriedums, *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 121. punkts, un 2023. gada 12. janvāris, *HSBC Holdings un citi/Komisija*, C-883/19 P, EU:C :2023:11, 115. punkts.

385. Informācija par cenām parasti tiek uzskatīta par komerciāli sensitīvu, un 101. panta 1. punkts var būt piemērojams arī tad, ja apmaiņai nav tiešas ietekmes uz galalietotāju maksājamajām cenām⁽²⁴⁸⁾. Citas potenciāli komerciāli sensitīvas informācijas kategorijas ir informācija par izmaksām, jaudu, ražošanu, daudzumiem, tirgus daļām, klientiem, plāniem ienākt tirgos vai no tiem aiziet vai informācija par citiem svarīgiem uzņēmuma stratēģijas elementiem, kurus uzņēmumiem, kas darbojas tirgū, kurā valda patiesa konkurence, nebūtu stimula savstarpēji atklāt. Fakts, ka informācija, ar kuru apmainās, var būt nepareiza vai maldinoša, pats par sevi neizslēdz risku, ka tā var ietekmēt konkurentu rīcību tirgū⁽²⁴⁹⁾.
386. Informācija, kas parasti nav komerciāli sensitīva, ietver, piemēram, informāciju, kas attiecas uz nozares vispārējo darbību vai stāvokli tajā, sabiedriskās politikas vai regulatīviem jautājumiem (ko var izmantot, piemēram, nozares mēroga sabiedrisko attiecību vai lobēšanas iniciatīvās), nekonfidenciāliem tehniskiem jautājumiem, kas ir būtiski nozarei kopumā, piemēram, standartiem vai veselības un drošības jautājumiem, vispārēju, nepatentētu tehnoloģiju vai saistītiem jautājumiem, piemēram, konkrēta aprīkojuma raksturlielumiem un piemērotību (bet ne konkrēta uzņēmuma plāniem attiecībā uz konkrēta aprīkojuma vai tehnoloģijas izmantošanu), vispārējām reklamēšanas iespējām, kas ir būtiskas nozarei kopumā (bet ne konkrēta uzņēmuma reklāmas plāniem). Tā ietver arī nestratēģiskus izglītības, tehniskus vai zinātniskus datus, kuru rezultātā rodas labums patērētājiem, un nestratēģisku informāciju, kas vajadzīga jaunu darījumu partnerību veidošanai starp uzņēmumiem⁽²⁵⁰⁾.
387. Uzņēmumiem var būt leģitīmi iemesli informēt savus akcionārus, potenciālos investorus vai plašu sabiedrību par to darījumdarbības stāvokli un sniegumu. Tomēr uz šo vēlmi informēt trešās personas vai sabiedrību nevar atsaukties, lai izpaustu konkurentiem komerciāli sensitīvu informāciju, ko tirgū, kurā valda efektīva konkurence, uzņēmumi neizpaustu saviem konkurentiem.
388. Parasti normālos konkurences apstākļos uzņēmumiem nav stimula publicēt komerciāli sensitīvu informāciju. Ja to dara, tas var radīt jautājumus par to, vai attiecīgo tirgu raksturo efektīva konkurence. Informācija, kas ir izpausta publiskajā telpā leģitīmu iemeslu dēļ un tādējādi ir kļuvusi viegli pieejama (piekļuves izmaksu ziņā) visiem konkurentiem un klientiem⁽²⁵¹⁾, parasti nav komerciāli sensitīva⁽²⁵²⁾.
389. Pat ja informācija ir viegli pieejama (piemēram, informāciju publicē regulatori), papildu informācijas apmaiņa starp konkurentiem var vēl vairāk mazināt stratēģisko nenoteiktību tirgū. Tas tā var būt gadījumā, piemēram, ja informācijas apmaiņa notiek mazāk apkopotā vai vairāk granulārā formā vai ja informācijas apmaiņa notiek biežāk, nekā tā tiek darīta publiski pieejama, vai ja informācijai ir pievienoti komentāri, kas var norādīt konkurentiem uz vēlamo īstenojamo kopīgo rīcību. Šādā gadījumā informācijas apmaiņa var ierobežot konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

6.2.3.2. Apkopota informācija attiecībā pret individualizētu informāciju

390. Tas, vai informācija ir komerciāli sensitīva, ir atkarīgs no tā, vai informācija ir noderīga konkurentiem. Parasti informācija, kas ir ļoti detalizēta un ļauj identificēt uzņēmumu(-us), kas to sniedzis(-guši), būs komerciāli sensitīvāka. Individualizētas informācijas apmaiņa var veicināt vienotu izpratni par tirgu un sankciju stratēģijām, ļaujot koordinējošajiem uzņēmumiem vieglāk izcelt pārkāpēju vai jaunpienācēju.

⁽²⁴⁸⁾ 2015. gada 19. marta spriedums *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe*/Komisija, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 123. punkts, un 2009. gada 4. jūnija spriedums *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 36. punkts.

⁽²⁴⁹⁾ 2016. gada 15. decembra spriedums *Philips un Philips France*/Komisija, T-762/14, EU:T:2016:738, 91. punkts.

⁽²⁵⁰⁾ Šis uzskaitījums nav izsmelošs.

⁽²⁵¹⁾ 2008. gada 8. jūlija spriedums *BPB*/Komisija, T-53/03, EU:T:2008:254, 236. punkts, un 2022. gada 2. februāra spriedums *Scania*/Komisija, T-799/17, EU:T:2022:48, 347. punkts. Informācija ir publiskajā telpā, ja tai var piekļūt no publiski pieejamiem avotiem. Informācija nav publiska, ja izmaksas, kas saistītas ar informācijas vākšanu, attur citus uzņēmumus un klientus no piekļūšanas šādai informācijai. Iespēja vākt konkrētu informāciju tirgū, piemēram, apkopojot to no klientiem, ne vienmēr nozīmē, ka šāda informācija ir konkurentiem viegli pieejami tirgus dati. Sk. 2001. gada 12. jūlija spriedumu *Tate & Lyle* un citi/Komisija, T-202/98, T-204/98 un T-207/98, EU:T:2001:185, 60. punkts.

⁽²⁵²⁾ Sk. 2020. gada 5. oktobra spriedumu, *Casino, Guichard-Perrachon* un *AMC*/Komisija, T-249/17, EU:T:2020:458, 263.–267. punkts, un 2003. gada 30. septembra spriedums, *Atlantic Container Line* un citi/Komisija, T-191/98 un no T-212/98 līdz T-214/98, EU:T:2003:245, 1154. punkts. Sk. arī 398. punktu, kurā paskaidrots, ka dažos gadījumos publiska izpaušana var būt daļa no komunikācijas starp konkurentiem ar mērķi informēt par nākotnes nodomiem rīkoties tirgū noteiktā veidā vai nodrošināt punktu koordinācijai starp konkurentiem, un tādējādi uz to var attiekties 101. panta 1. punkts.

391. Apkopotas informācijas apmaiņa, kad informācijas attiecināšana uz konkrētiem uzņēmumiem ir pietiekami sarežģīta vai nenoteikta vai kad dati ir apkopoti par virkni dažādu produktu, it īpaši ja produktiem ir atšķirīgas iezīmes vai tie pieder pie atšķirīgiem tirgiem, retāk radīs konkurences ierobežojumu. Apkopotās tirgus informācijas (piemēram, pārdošanas datu, datu par jaudu un datu par resursu un sastāvdaļu izmaksām) vākšana un publicēšana, ko veic arodasociācija vai tirgus izpētes uzņēmums, var sniegt labumu gan konkurentiem, gan klientiem, ļaujot ietaupīt izmaksas un gūt skaidrāku kopējo priekšstatu par ekonomisko situāciju nozarē. Šāda informācijas vākšana un publicēšana var ļaut individuāliem konkurentiem izdarīt pārdomātāku izvēli, lai efektīvi pielāgotu to individuālo konkurences stratēģiju tirgus apstākļiem. Ja vien apkopotas informācijas apmaiņa nenotiek starp salīdzinoši nelielu uzņēmumu skaitu ar pietiekamu konkrētā tirgus daļu⁽²⁵³⁾, ir maz ticams, ka tā radīs konkurences ierobežojumu. Tomēr nevar izslēgt iespēju, ka pat apkopotas informācijas un datu apmaiņa var veicināt aizliegtu vienošanos tirgos ar īpašām iezīmēm.

Piemēram, ja uzņēmumi, kas ir daļa no ļoti cieša un stabila oligopola, apmainās ar apkopotu cenu informāciju, tādās tirgus cenas konstatēšana, kas zemāka par noteiktu līmeni, var sniegt tiem iespēju izsecināt, ka viens no tiem ir novirzījies no aizliegtās vienošanās, un veikt represīvus pasākumus tirgus mērogā. Citiem vārdiem sakot, lai saglabātu aizliegtu vienošanos stabili, uzņēmumiem, kas atrodas ļoti ciešā un stabilā oligopolā, ne vienmēr jāzina, kurš ir pārkāpis nosacījumus; var pietikt ar uzzināšanu, ka "kāds" tos ir pārkāpis.

392. Atkarībā no apstākļiem neapstrādātu datu apmaiņa var būt komerciāli mazāk sensitīva nekā apmaiņa ar datiem, kas jau ir apstrādāti jēgpilnā informācijā. Konkrētāk, neapstrādātu datu apmaiņa var būt mazāk komerciāli sensitīva, ja katra puse izmanto savu (patentētu) metodi neapstrādātu datu apstrādei.

6.2.3.3. Informācijas senums

393. Daudzās nozarēs informācija salīdzinoši ātri kļūst vēsturiska un tādējādi zaudē savu komerciāli sensitīvo raksturu. Maz ticams, ka vēsturiskas informācijas apmaiņa novedīs pie aizliegtas vienošanās, jo tā visdrīzāk neliecinās par konkurentu plānoto rīcību vai neveicinās vienotu izpratni par tirgu⁽²⁵⁴⁾. Principā, jo senāka ir informācija, jo mazāk noderīga tā mēdz būt pārkāpumu savlaicīgai atklāšanai un līdz ar to mazāk noderīga kā līdzeklis radīt ticamus ātru represiju draudus⁽²⁵⁵⁾. Tomēr šādā nolūkā ir nepieciešams izvērtēt informācijas atbilstību katrā gadījumā atsevišķi⁽²⁵⁶⁾.
394. Tas, vai informācija ir vēsturiska, ir atkarīgs no konkrētā tirgus iezīmēm, pārdošanas un pirkšanas sarunu biežuma nozarē un tās informācijas senuma, uz kuru nozarē parasti paļaujas, pieņemot darījumdarbības lēmumus. Piemēram, informāciju var uzskatīt par vēsturisku, ja tā ir vairākas reizes senāka par vidējo cenu noteikšanas ciklu vai nozares līgumu vidējo darbības ilgumu, ja pēdējais no minētajiem norāda uz (atkārtotu) sarunu par cenām biežumu. Turpretī pašreizējas informācijas apmaiņa var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, jo īpaši, ja šādu apmaiņu izmanto, lai mākslīgi palielinātu pārdzamību konkurentiem, nevis patērētājiem.

Piemēram, ja uzņēmumi parasti paļaujas uz datiem par patērētāju vēlmēm (pirkumiem vai citām izvēlēm) pēdējā gada laikā, lai optimizētu savu zīmolu stratēģiskos uzņēmējdarbības lēmumus, informācija par šo periodu parasti būs komerciāli sensitīvāka nekā senāki dati. Šādā gadījumā informāciju, kas attiecas uz pēdējo gadu, neuzskata par "vēsturisku".

⁽²⁵³⁾ Piemēram, cieša oligopola gadījumā.

⁽²⁵⁴⁾ Arodasociācijas var vākt vēsturiskus datus, lai nodrošinātu ievadinformāciju sabiedriskās politikas pārskatiem vai lai analizētu šādu pārskatu rezultātus.

⁽²⁵⁵⁾ Piemēram, agrākos gadījumos Komisija ir uzskatījusi, ka apmaiņa ar konkrētu uzņēmumu datiem, kas ir senāka par vienu gadu, ir vēsturiska un neierobežo konkurenci 101.panta 1.punkta nozīmē, savukārt informācija, kas ir jaunāka par vienu gadu, ir uzskatāma par nesenu; Komisijas lēmums lietā IV/31.370 UK Agricultural Tractor Registration Exchange, 50. apsvērums; Komisijas lēmums lietā IV/36.069, Wirtschaftsvereinigung Stahl (OV L 1, 3.1.1998., 10. lpp.), 17. apsvērums.

⁽²⁵⁶⁾ Savā 2019. gada 12. jūlija spriedumā Sony un Sony Electronics/Komisija, T-762/15, EU:T:2019:515, 127. punkts, Vispārējā tiesa uzskatīja, ka lietas apstākļos zināšanas par pagātnes izsoles rezultātiem bija ļoti svarīga informācija konkurentiem gan pārraudzības nolūkos, gan ņemot vērā turpmākos līgumus.

Stabilā, nesarežģītā tirgū, kurā ir lieli ienākšanas šķēršļi, nesenas iepriekšējas informācijas apmaiņa var arī novest pie aizliegtas vienošanās. Piemēram, informācijas par nesenu iepriekšēju pārdošanu apmaiņa var mazināt nenoteiktību par konkurentu turpmāko rīcību tirgū un ļaut pusēm attiecīgi pielāgot savu turpmāko rīcību tirgū.

6.2.4. Komerčiāli sensitīvas informācijas apmaiņas iezīmes

395. Līguma 101. panta 1. punkts ir piemērojams attiecībā uz apmaiņu, kuras ietvaros konkurenti divpusēji vai daudzpusēji apmainās ar komerčiāli sensitīvu informāciju. Šāda apmaiņa ietver datu kopīgošanas vienošanās, saskaņā ar kurām divi vai vairāki konkurenti nodrošina datus kopējai datubāzei un iegūst piekļuvi dažiem vai visiem datiem, ko nodrošinājuši citi konkurenti. Ja apmaiņā iesaistās divi vai vairāki konkurenti, var nebūt nepieciešams precīzi raksturot apmaiņu kā nolīgumu starp uzņēmumiem, uzņēmumu apvienības lēmumu vai saskaņotu darbību ⁽²⁵⁷⁾. Turklāt noteiktos apstākļos arī vienpusēja izpaušana vai netieša informācijas apmaiņa var būt saskaņota darbība, uz kuru attiecas 101. panta 1. punkts.

6.2.4.1. Vienpusēja izpaušana

396. Situācija, kad uzņēmums izpauž komerčiāli sensitīvu informāciju konkurentam, kas to pieprasījis vai vismaz to pieņem, var būt saskaņota darbība, ja šis konkurents rīkojas, pamatojoties uz šādu izpaušanu, un ar noteikumu, ka pastāv cēloniska un seku sakarība starp izpaušanu un konkurenta vēlāku rīcību tirgū ⁽²⁵⁸⁾. Ja uzņēmums viens pats izpauž komerčiāli sensitīvu informāciju saviem konkurentiem, tas mazina stratēģisko nenoteiktību par turpmāko darbību tirgū šiem konkurentiem un palielina konkurences ierobežošanas un aizliegtas vienošanās varbūtību, ja vien konkurenti publiski nedistancējas no šādas izpaušanas ⁽²⁵⁹⁾. Vienpusēja izpaušana var notikt, piemēram, izmantojot (tērzēšanas) ziņojumus, e-pasta ziņojumus, tālruņa zvanus, ievadot informāciju koplietojamā algoritmiskā rīkā, sanāksmēs utt. Nav nozīmes tam, vai tikai viens uzņēmums vienpusēji izpauž komerčiāli sensitīvu informāciju vai šādu informāciju izpauž visi iesaistītie uzņēmumi.
397. Ja uzņēmums sanāksmes vai citādas saziņas laikā saņem komerčiāli sensitīvu informāciju no konkurenta, tiks pieņemts, ka attiecīgais uzņēmums ņems vērā šādu informāciju un attiecīgi pielāgos savu rīcību tirgū, ja vien tas publiski nedistancējas (piemēram, atbildot ar skaidru paziņojumu, ka tas nevēlas saņemt šādu informāciju ⁽²⁶⁰⁾) vai neziņo par to administratīvajām iestādēm.

Piemēram, uz dalību sanāksmē ⁽²⁶¹⁾, kurā uzņēmums izpauž savus cenu noteikšanas plānus saviem konkurentiem, ja šie konkurenti publiski nedistancējas, visticamāk, attieksies 101. panta 1. punkts pat ja nav tieši paustas vienošanās par cenu paaugstināšanu ⁽²⁶²⁾. Tāpat arī uz cenu noteikšanas noteikuma ieviešanu koplietojamā algoritmiskā rīkā (piemēram, noteikums par zemākās cenas pielāgošanu konkrētā tiešsaistes platformā vai veikalā par +5 % vai konkrēta konkurenta cenas pielāgošanu par -5 %), visticamāk, attieksies 101. panta 1. punkts pat tad, ja nav tieši paustas vienošanās par turpmāku cenu pielāgošanu.

Turpretī, ja uzņēmums nosūta e-pasta ziņojumu uz citu uzņēmumu darbinieku personīgajām e-pasta adresēm, tas pats par sevi vēl norāda uz to, ka adresātiem bija jāpārzina šāda ziņojuma saturs ⁽²⁶³⁾. Tas, ņemot vērā citas objektīvas un

⁽²⁵⁷⁾ Sk. 2006. gada 23. novembra spriedumu *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 31. un 32. punktu.

⁽²⁵⁸⁾ Sk. 2000. gada 15. marta spriedumu *Cimenteries CBR/Komisija*, T-25/95 un citas lietas, EU:T:2000:77, 1 849. punktu, un 2009. gada 4. jūnija spriedumu *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 51. punktu.

⁽²⁵⁹⁾ Sk. ģenerālvokātes J. Kokotes [J. Kokott] 2009. gada 19. februāra secinājumus lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:110, 54. punktu. Par distancēšanos: sk. 2016. gada 20. jūnija spriedumu *Toshiba Corporation/Komisija*, C-373/14 P, 62. un 63. punktu. Sk. 410. punktu turpmāk.

⁽²⁶⁰⁾ Sk. 2016. gada 21. janvāra spriedumu *Eturas* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 48. punktu; 1999. gada 8. jūlija spriedumu *Hüls/Komisija*, C-199/92 P, EU:C:1999:358, 162. punktu; 1999. gada 8. jūlija spriedumu *Komisija/Anic Partecipazioni*, C-49/92 P, EU:C:1999:356, 121. punktu.

⁽²⁶¹⁾ Sk. 2009. gada 4. jūnija spriedumu *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 59. punktu.

⁽²⁶²⁾ Sk. 2001. gada 12. jūlija spriedumu *Tate & Lyle* un citi/Komisija, T-202/98, T-204/98 un T-207/98, EU:T:2001:185, 54. punktu.

⁽²⁶³⁾ 2016. gada 21. janvāra spriedums *Eturas* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 39. un 40. punkts.

konsekventas norādes, var attaisnot prezumpciju, ka saņēmēji pārzināja saturu un ir ņēmuši informāciju vērā, taču šiem saņēmējiem joprojām jābūt iespējai atspēkot šādu prezumpciju ⁽²⁶⁴⁾.

398. Fakts, ka uzņēmums izpauž komerciāli sensitīvu informāciju ar publiska paziņojuma starpniecību (piemēram, publicējot ierakstu publiski pieejamā tīmekļa vietnē, sniedzot paziņojumu publiskā pasākumā vai laikrakstā), pats par sevi neizslēdz iespēju, ka šāds paziņojums var būt saskaņota rīcība 101. panta 1. punkta nozīmē. Dažos gadījumos publiska izpaušana patiešām var būt daļa no komunikācijas kanāla starp konkurentiem, lai informētu par nākotnes nodomiem rīkoties tirgū noteiktā veidā vai lai nodrošinātu kontaktpunktu koordinācijai starp konkurentiem, un tādējādi uz to var attiekties 101. panta 1. punkts. Turklāt fakts, ka apmaiņā iesaistītās puses ir iepriekš publicējušas tādā paša veida informāciju (piemēram, laikrakstā vai savā publiskajā tīmekļa vietnē), nenozīmē, ka turpmāka nepubliska apmaiņa neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē ⁽²⁶⁵⁾.

Tipisks vienas puses izpaušanas piemērs publiskajā telpā ir degvielas uzpildes staciju operatoru pašreizējo mazumtirdzniecības cenu reklamēšana (vai, piemēram, mazumtirgotāju pārtikas produktu cenu reklamēšana). Ja nav konkurenci ierobežojoša nolīguma vai saskaņotas darbības, šāda reklāma sniedz labumu patērētājiem, jo tā palīdz tiem salīdzināt degvielas uzpildes stacijas pirms degvielas uzpildes automobili (vai salīdzināt pārtikas produktu mazumtirgotājus, pirms izlemt, kur iepirkties), pat ja reklāma arī ļauj konkurējošām degvielas uzpildes stacijām uzzināt cenas, ko prasa to tuvējie konkurenti.

Citas vienas puses izpaušanas formas publiskajā telpā ietver paziņojumus, kas var norādīt uz iespējamu konkurenci ierobežojošu saskaņotu darbību.

Piemēram, konkrētā nozarē var būt publiski zināms, ka piegāžu izmaksas palielinās. Publiskās sanāksmēs, piemēram, attiecīgās arodsociācijas sanāksmēs, šo parādību var pieminēt dalībnieki. Lai gan konkurenti var atsaukties uz pieaugošajām piegāžu cenām, jo tās ir publiski zināmas, tie nedrīkst publiski izvērtēt savu individuālo reakciju uz šādām pieaugošajām izmaksām, jo pretējā gadījumā mazinās noteiktība attiecībā uz to rīcību tirgū ⁽²⁶⁶⁾. Tas pats attiecas uz gadījumu, kad uzņēmuma pārstāvji sniedz komentārus par tirgus pasākumiem, sniedzot vienas puses publiskus paziņojumus, un izpauž savas stratēģijas attiecībā uz to, kā reaģēt uz mainīgiem tirgus apstākļiem. Uzņēmumiem ir neatkarīgi jānosaka politika, ko tie plāno pieņemt iekšējā tirgū. Tas nozīmē, ka katram konkurentam ir neatkarīgi jāizlemj, kāda būs tā reakcija uz pieaugošajām piegāžu izmaksām.

399. Ir arī jānošķir konkurenti, kas iegūst informāciju neatkarīgi vai apspriež turpmāko cenu noteikšanu ar klientiem vai trešām personām, no vienas puses, un konkurenti, kas apspriež cenu noteikšanas faktorus ar citiem konkurentiem pirms savu cenu noteikšanas, no otras puses ⁽²⁶⁷⁾.
400. Kā paskaidrots 425. punktā, noteiktas informācijas izpaušana publiskajā telpā var palīdzēt klientiem izdarīt pārdomātu izvēli par pirkumiem. Tomēr šis efektivitātes pieaugums ir mazāk ticams, ja informācija attiecas uz turpmākiem nodomiem. Var būt mazāk iespējams, ka publiska informācija radīs efektivitātes pieaugumu, ja tā attiecas uz parametriem, kas var nematerializēties, un tā neuzliek uzņēmumam saistības attiecībā pret tā klientiem ⁽²⁶⁸⁾.

Piemēram, vienas puses publisks paziņojums, kurā minēti nodomi attiecībā uz turpmāku cenu noteikšanu (atšķirībā no paziņojuma par faktiski lēmumu mainīt cenas no noteikta datuma tuvākajā nākotnē), neuzliek paziņojumu sniedzotajam uzņēmumam saistības attiecībā pret tā klientiem, bet var sniegt norādes par uzņēmuma iecerēto stratēģiju tirgū tā konkurentiem. Tas tā būs jo īpaši gadījumā, ja informācija ir pietiekami konkrēta. Tāpēc šādi paziņojumi parasti nerada labumu patērētājiem un var veicināt aizliegtu vienošanos.

⁽²⁶⁴⁾ Savā 2016. gada 21. janvāra spriedumā *Eturas* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 41. punkts, Tiesa minēja piemērus, kā atspēkot šo prezumpciju: pierādot, ka adresāts nav saņēmis ziņojumu vai ka viņš nebija aplūkojis attiecīgo sadaļu, vai arī aplūkoja ziņojumu tikai pēc kāda laika pēc tā nosūtīšanas.

⁽²⁶⁵⁾ Sk. arī 389. punktu.

⁽²⁶⁶⁾ Sk., piemēram, 2013. gada 14. marta spriedumu *Dole Food Company* un *Dole Germany*/Komisija, T-588/08, EU:T:2013:130, 291.–295. punktu.

⁽²⁶⁷⁾ 2019. gada 24. septembra spriedums *HSBC Holdings* un citi/Komisija, T-105/17, EU:T:2019:675, 144. punkts.

⁽²⁶⁸⁾ Sk., piemēram, Komisijas lēmumu (2016. gada 7. jūlijs), lieta AT.39850 *Container Shipping*, 40.–43. apsvērumu.

Vienpusēji publiski paziņojumi var liecināt par konkurenci ierobežojošu nolīgumu vai saskaņotu darbību. Piemēram, tirgū, kurā ir tikai daži konkurenti un pastāv lieli šķēršļi ienākšanai, uzņēmumi, kas nepārtraukti publicē informāciju, kura nerada acīmredzamu labumu patērētājiem (piemēram, informāciju par pētniecības un izstrādes izmaksām, izmaksām, kas saistītas ar pielāgošanos vides prasībām, utt.), var būt iesaistīti konkurences ierobežošanā 101. panta 1. punkta nozīmē. Vienpusējos publiskos paziņojumus var izmantot, lai īstenotu vai pārraudzītu aizliegtas vienošanās starp šādiem uzņēmumiem. Tas, vai šāds ierobežojums patiešām tiek konstatēts, būs atkarīgs no visiem konkrētā gadījuma faktiem.

6.2.4.2. Netieša informācijas apmaiņa

401. Komerčiāli sensitīvas informācijas apmaiņa starp konkurentiem var notikt ar trešās personas, piemēram, pakalpojumu sniedzēja, kas ir trešā persona (tai skaitā platformas operatora vai optimizācijas rīka nodrošinātāja), kopīgas aģentūras (piemēram, tirdzniecības organizācijas), piegādātāja vai klienta starpniecību⁽²⁶⁹⁾, vai arī izmantojot koplietojamu algoritmu (kopā saukti "trešā persona"). Tāpat kā tieša informācijas apmaiņa arī netieša apmaiņa var mazināt nenoteiktību par konkurentu rīcību un novest pie aizliegtas vienošanās tirgū. Aizliegto vienošanos šādos gadījumos vai nu veicina, vai arī īsteno ar trešās personas starpniecību. Atkarībā no konkrētā gadījuma faktiem gan iesaistītos konkurentus, gan trešo personu var saukt pie atbildības par šādu aizliegtu vienošanos. Aizliegums, kas noteikts 101. panta 1. punktā, nav vērsts tikai uz tām nolīgumu vai saskaņotas darbības pusēm, kas darbojas tirgos, kurus skar šie nolīgumi vai darbība⁽²⁷⁰⁾.
402. Ja apmaiņa ar komerčiāli sensitīvu informāciju notiek netieši, jāveic katra dalībnieka lomas analīze ikvienā atsevišķā gadījumā, lai noteiktu, vai šī apmaiņa ir uzskatāma par konkurenci ierobežojošu nolīgumu vai saskaņotu darbību un kurš ir atbildīgs par aizliegto vienošanos. Šajā novērtējumā jo īpaši būs jāņem vērā informācijas piegādātāju vai saņēmēju informētības līmenis par apmaiņu starp citiem informācijas piegādātājiem vai saņēmējiem un trešo personu.

Var nošķirt vairākus turpmāk aprakstītos scenārijus.

Daži netiešas informācijas apmaiņas gadījumi tiek saukti par "rumbas un spieķu" (hub-and-spoke) vienošanos. Piemēram, zināms ražotājs vai piegādātājs var darboties kā rumba, lai nodotu informāciju vairākiem izplatītājiem vai mazumtirgotājiem, vai izplatītājs vai mazumtirgotājs var darboties kā rumba, lai nodotu informāciju vairākiem ražotājiem vai piegādātājiem. Arī tiešaistes platforma var darboties kā rumba, ja tā veicina, koordinē vai uzliek pienākumu veikt informācijas apmaiņu starp platformas darījumlietotājiem, piemēram, lai nodrošinātu noteiktas peļņas normas vai cenu līmeņus. Platformas var izmantot arī, lai noteiktu tehniskus pasākumus, kas liedz platformas lietotājiem piedāvāt galapatērētājiem zemākas cenas vai citas priekšrocības.

Informācijas apmaiņa var notikt arī netieši, izmantojot koplietu optimizācijas algoritmu, kas pieņem komerciālus lēmumus, pamatojoties uz komerčiāli sensitīviem datiem, ko snieguši konkurenti. Lai gan publiski pieejamu datu izmantošana ievadei algoritmiskā programmatūrā ir likumīga, komerčiāli sensitīvas informācijas apkopošana cenu noteikšanas rīkā, ko piedāvā viens IT uzņēmums, kuram var piekļūt dažādi konkurenti, varētu tikt uzskatīta par horizontālu aizliegto vienošanos.

403. Konkurenti, kas netieši apmainās ar komerčiāli sensitīvu informāciju (ar trešās personas starpniecību), var būt iesaistīti 101. panta pārkāpumā. Tas tā būs gadījumā, kad uzņēmums, kas kopīgo komerčiāli sensitīvu informāciju, skaidri vai tieši neformulējot vienojas ar trešo personu, ka tā var kopīgot minēto informāciju ar uzņēmuma konkurentiem, vai kad attiecīgais uzņēmums ir iecerējis ar trešās personas starpniecību izpaust komerčiāli sensitīvu informāciju tā konkurentiem. Tas tā var būt arī gadījumā, kad uzņēmums, kas kopīgo komerčiāli sensitīvu informāciju, būtu varējis saprātīgi paredzēt, ka trešā persona kopīgos informāciju ar uzņēmuma konkurentiem, un ir bijis gatavs uzņemties saistīto risku⁽²⁷¹⁾. Tāpat arī konkurents, kas saņem

⁽²⁶⁹⁾ Konkurences tiesības neliedz klientiem neatkarīgi izpaust viena piegādātāja cenu piedāvājumu citam klientam, lai panāktu labākus komerciālos nosacījumus, piemēram, zemāku cenu. Šādi gadījumi ir jānošķir no situācijām, kad klients zina, ka starp piegādātājiem ir noslēgta konkurenci ierobežojoša vienošanās un notiek informācijas apmaiņa, lai īstenotu šo vienošanos.

⁽²⁷⁰⁾ 2017. gada 10. novembra spriedums ICAP un citi/Komisija, T-180/15, EU:T:2017:795, 103. punkts; 2015. gada 22. oktobra spriedums AC-Treuhand/Komisija, C-194/14 P, EU:C:2015:717, 27., 34. un 35. punkts. Sk. arī 2022. gada 30. marta spriedumu Air Canada/Komisija T-326/17, EU:T:2022:177, 370. un 371. punktu, kuros Vispārējā tiesa konstatēja, ka šādu trešo personu atbildība nav atkarīga no tā, vai tām ir bijusi starpnieka un algota moderatora loma vienošanās īstenošanā. Sk. arī 454. punktu.

⁽²⁷¹⁾ 2016. gada 21. jūlija spriedums VM Remonts un citi, C-542/14, EU:C:2016:578, 31. punkts.

komerciāli sensitīvu informāciju, piedalītos šādā pārkāpumā un būtu atbildīgs par to, ja tas zinātu par uzņēmuma, kas kopīgo informāciju, un trešās personas mērķiem ierobežot konkurenci un būtu plānojis ar savu rīcību piedalīties šo mērķu īstenošanā. Turpretī uzņēmums, kas kopīgo informāciju, nebūs iesaistīts pārkāpumā, ja trešā persona iegūst šā uzņēmuma komerciāli sensitīvu informāciju un, neinformējot uzņēmumu, nodod informāciju uzņēmuma konkurentiem, vai ja uzņēmums nebūtu varējis saprātīgi paredzēt, ka informācija tiks nodota tālāk ⁽²⁷²⁾.

404. Tāpat arī trešā persona, kas nosūta uzņēmumu komerciāli sensitīvu informāciju, var tikt saukta pie atbildības par pārkāpumu, ja tā ar savu rīcību plāno veicināt apmaiņas dalībnieku kopīgo mērķu sasniegšanu un apzinājās faktisko rīcību, ko plānoja vai īstenoja citi uzņēmumi, cenšoties sasniegt tos pašus konkurences ierobežošanas mērķus, vai arī varēja saprātīgi paredzēt šādu rīcību un bija gatava uzņemties risku ⁽²⁷³⁾.

6.2.4.3. Komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņas biežums

405. Bieža informācijas apmaiņa, kas veicina labāku vienotu izpratni par tirgu un novirzu pārraudzību, palielina aizliegtas vienošanās risku. Lai veicinātu aizliegtu vienošanos, nestabilos tirgos var būt nepieciešama biežāka informācijas apmaiņa nekā stabilos tirgos. Tirgos ar ilgtermiņa līgumiem (kas liecina par retām pārdošanas un pirkšanas sarunām) parasti pietiek ar retāku informācijas apmaiņu, lai panāktu aizliegtu vienošanos. Turpretī ar retu apmaiņu var nepietikt, lai panāktu aizliegtu vienošanos tirgos ar īstermiņa līgumiem, kas liecina par biežām atkārtotām sarunām ⁽²⁷⁴⁾. Kopumā informācijas apmaiņas biežums, kāds vajadzīgs, lai veicinātu aizliegtu vienošanos, ir atkarīgs arī no šādas informācijas rakstura, senuma un apkopojuma pakāpes ⁽²⁷⁵⁾. Pieaugot reāllaika datu nozīmei uzņēmumu lēmumu pieņemšanā, augstākās konkurences priekšrocības tiek iegūtas, īstenojot automatizēto reāllaika informācijas apmaiņu. Tas, vai informācijas apmaiņu var uzskatīt par biežu vai retu, ir atkarīgs no apstākļiem un attiecīgā tirgus ⁽²⁷⁶⁾.

6.2.4.4. Pasākumi konkurences tiesību pārkāpumu riska mazināšanai

406. Uzņēmumiem, kas vēlas apmainīties ar komerciāli sensitīvu informāciju (vai kam tas ir jādara), ir ieteicams īstenot pasākumus, lai ierobežotu piekļuvi informācijai vai kontrolētu tās izmantošanu ⁽²⁷⁷⁾. Uzņēmumiem būtu arī jāapsver apmaiņas ierobežošana līdz tam, kas ir nepieciešams iecerētā mērķa sasniegšanai.
407. Uzņēmumi, piemēram, var izmantot informācijas attīrīšanas komandas (*clean teams*) vai uzticības personas, lai saņemtu un apstrādātu informāciju. Informācijas attīrīšanas komanda parasti ir tādu ierobežotu personu grupa uzņēmumā, kuras nav iesaistītas uzņēmuma komercdarbībā un kurām ir saistoši stingri konfidencialitātes protokoli attiecībā uz komerciāli sensitīvu informāciju ⁽²⁷⁸⁾. Uzticības persona ir neatkarīga trešā persona, kas sniedz pakalpojumus uzņēmumam. Informācijas attīrīšanas komandu vai uzticības personu var arī izmantot citu horizontālās sadarbības nolīgumu formu īstenošanai, lai nodrošinātu, ka apmaiņa ar šādas sadarbības nolūkiem sniegto informāciju notiek tikai, pamatojoties uz vajadzību zināt šādu informāciju, un apkopotā veidā.
408. Savstarpējas datu kopīgošanas vienošanās, piemēram, datu fonda, dalībniekiem principā vajadzētu būt piekļuvei tikai savai informācijai un citu dalībnieku galīgajai apkopotajai informācijai. Tehniski un praktiski pasākumi var nodrošināt, ka dalībnieks nevar atsevišķi iegūt komerciāli sensitīvu informāciju no citiem dalībniekiem. Datu

⁽²⁷²⁾ 2016. gada 21. jūlija spriedums VM Remonts un citi, C-542/14, EU:C:2016:578, 30. punkts. Sk. arī 406. punktu, kurā paskaidrots, ka tiek pieņemts, ka komerciāli sensitīvas informācijas saņēmējs ir ņēmis informāciju vērā, ja vien tas nedistancējas, skaidri paziņojot, ka nevēlas saņemt šādu informāciju, vai ziņojot par informācijas apmaiņu administratīvajām iestādēm.

⁽²⁷³⁾ 2017. gada 10. novembra spriedums ICAP un citi/Komisija, T-180/15, EU:T:2017:795, 100. punkts.

⁽²⁷⁴⁾ Piemēram, reti noslēgti līgumi var mazināt represiju iespēju.

⁽²⁷⁵⁾ Atkarībā no tirgus struktūras un apmaiņas vispārējā konteksta nevar izslēgt iespēju, ka atsevišķa apmaiņa var būt pietiekams pamats, lai uzņēmumi saskaņotu savu rīcību tirgū; sk. 2009. gada 4. jūnija spriedumu *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 59. punktu.

⁽²⁷⁶⁾ Piemēram, dažos tirgos, piem., tiešsaistes tirdzniecības vietās vai degvielas mazumtirdzniecības vietās, lēmumus par cenām pieņem vairākas reizes dienā. Citos tirgos uzņēmumi pārskata savas cenas tikai dažas reizes gadā. Informācijas apmaiņu, kas notiek reizi ceturksnī, var neuzskatīt par biežu pirmajā minētajā gadījumā, bet var uzskatīt par biežu pēdējā minētajā gadījumā. Konkrētos finanšu tirgos tirdzniecība notiek tik bieži, ka informācijas publicēšanu reizi dienā var uzskatīt par retu.

⁽²⁷⁷⁾ Šādi pasākumi jau var būt vajadzīgi, lai ievērotu Vispārīgo datu aizsardzības regulu, ja apmaiņa ietver persondatus.

⁽²⁷⁸⁾ Sk. Komisijas lēmumu (2018. gada 24. aprīlis) lietā M.7993, *Altice/PT Portugal*, 53. punktu.

fonda pārvaldību var uzticēt uzticības personai, uz kuru attiecas stingri konfidencialitātes noteikumi saistībā ar informāciju, kas saņemta no datu fonda dalībniekiem. Uzņēmumiem, kas pārvalda datu fondu, būtu arī jānodrošina, ka tiek vākta tikai tāda informācija, kas ir stingri nepieciešama datu fonda likumīgā mērķa īstenošanai.

409. Uzņēmumi var veikt papildu pasākumus, lai mazinātu risku, ka apmaiņa ar komerciāli sensitīvu informāciju notiek mijiedarbībā ar (potenciāliem) konkurentiem. Pirms plānotās tikšanās uzņēmumiem būtu rūpīgi jāpārskata sanāksmes vai uzaicinājuma darba kārtība un mērķis, lai nodrošinātu, ka potenciālie riski saistībā ar komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu tiek apzināti iepriekš un ka tiek veikti atbilstoši pasākumi šādu risku novēršanai. Uzņēmumi var arī nolemt ierasties uz sanāksmi(-ēm) vai uzaicinājumu(-iem) kopā ar advokātu, kurš specializēties konkurences tiesībās. Tikšanās laikā dalībniekiem būtu jāievēro darba kārtībā noteiktais, un, ja tiek izpausta komerciāli sensitīva informācija vai ja notiek apmaiņa ar šādu informāciju, tiem būtu jāceļ iebildumi, jāpārlicinās, ka to iebildumi tiek ierakstīti sanāksmes vai uzaicinājuma protokolā, un publiski jādistančējas, ja informācijas apmaiņa notiek, neraugoties uz iebildumiem (sk. 410. punktu). Ja ir nodrošināts, ka tiek sagatavots precīzs protokols, ko izplata drīz pēc katras tikšanās, tas sniedz uzņēmumiem iespēju ātri noteikt, vai ir notikusi neplānota komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa, un celt iebildumus pret protokolu.
410. Tikšanās laikā uzņēmums var publiski distancēties no jebkādas konkurenci ierobežojošas komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņas, savus iebildumus darot skaidri zināmus pārējiem apmaiņā iesaistītajiem dalībniekiem. Lai noteiktu, vai uzņēmums ir faktiski distancējies, svarīga nozīme ir pārējo apmaiņas dalībnieku izpratnei par tā uzņēmuma nodomiem, kurš distancējas. Piemēram, uzņēmums, kas vēlas distancēties, var tūlīt un skaidri norādīt, ka tas nevar piedalīties apspriedēs par konkrēto sarunas tematu, un prasīt, lai sarunas temats tiek tūlīt mainīts. Ja iebildums un prasība netiek ņemti vērā, uzņēmumam būtu nekavējoties jāpamet sanāksme vai uzaicinājums tādā veidā, lai visiem klātesošajiem būtu skaidrs tā aiziešanas iemesls. Uzņēmumiem būtu jāpārlicinās, ka to iebildumi un aiziešana tiek ierakstīti jebkurā kopīgajā sanāksmes protokolā, vai, ja šāds protokols netiek sagatavots, jāieraksta sava aiziešana savās tikšanās piezīmēs.
411. Uzņēmumi var arī veikt pasākumus, lai ierobežotu riskus, ka komerciāli sensitīva informācija tiek izpausta publiski (sk. 398. punktu). Pirms komerciāli sensitīvas informācijas izpaušanas uzņēmumiem jāpārbauda, vai informācija patiešām kalpo iecerētajam likumīgajam mērķim un vai izpaušanas detalizācijas pakāpe ir vajadzīga šim mērķim. Komerciāli sensitīvas informācijas par plānoto rīcību attiecībā uz cenām un daudzumiem publiska izpaušana mazina stratēģisko nenoteiktību tirgū un var novest pie aizliegtas vienošanās. Apkopota un vēsturiska informācija parasti ir mazāk stratēģiska. Jebkurai izziņotajai stratēģiskajai informācijai ir jāattiecas tikai uz pašu uzņēmumu, un tā nedrīkst attiekties uz visu sektoru vai nozari. Uzņēmumiem jo īpaši būtu jāizvairās no publiskiem paziņojumiem par stratēģiskiem pasākumiem, kas ir atkarīgi no to (potenciālo) konkurentu rīcības. Atkarībā no konteksta uzņēmumi, kas saņem konkurentu publiskus paziņojumus, kuros tiek izpausta komerciāli sensitīva informācija, var mazināt konkurences tiesību pārkāpumu risku, publiski distancējoties vai ziņojot par šādiem paziņojumiem publiskajām iestādēm.

Piemēram, trīs uzņēmumi – A, B un C – konkurē noteiktā mazumtirdzniecības tirgū un saskaras ar izmaksu pieaugumu. Uzņēmums A nedrīkstētu sniegt publiskus paziņojumus, ka, kamēr vien arī uzņēmumi B un C nodos šo izmaksu pieaugumu patērētājiem, nozare turpinās darboties ar peļņu. Tas arī nedrīkstētu paziņot, ka ir vēlams, lai uzņēmumi B un C nodotu šīs izmaksas. Tāpat uzņēmums A nedrīkstētu publiski paziņot, ka tas nevarēs izvairīties no šā izmaksu pieauguma nodošanas patērētājiem, jo uzņēmumi B un C plāno rīkoties tāpat.

6.2.5. Tirgus iezīmes

412. Varbūtība, ka informācijas apmaiņas rezultātā tiks panākta aizliegta vienošanās vai tirgus piekļuves ierobežošana, ir atkarīga no tirgus iezīmēm. Arī informācijas apmaiņa pati par sevi var ietekmēt šīs tirgus iezīmes. Šajā saistībā attiecīgās tirgus iezīmes citstarp ir pārredzamības līmenis tirgū, tirgū darbojošos uzņēmumu skaits (tirgus koncentrācija), šķēršļi ienākšanai tirgū, vai produkts vai pakalpojums, uz ko attiecas informācijas apmaiņa, ir viendabīgs, vai iesaistītie uzņēmumi ir līdzīgi (tirgus sarežģītība), kā arī piedāvājuma un pieprasījuma apstākļu stabilitāte tirgū ⁽²⁷⁹⁾.

⁽²⁷⁹⁾ Šīs iezīmju uzskaitījums nav izsmeļošs; konkrētas informācijas apmaiņas novērtēšanai būtiskas var būt arī citas tirgus iezīmes.

Turpmāk sniegtais būtisko tirgus iezīmju uzskaitījums nav izsmēlošs, jo konkrētas informācijas apmaiņas novērtēšanai būtiskas var būt arī citas tirgus iezīmes.

Pārredzamība. Jo pārredzamāks ir tirgus, jo mazāka ir nenoteiktība par to, kur var notikt konkurence, tādējādi padarot turpmāku apmaiņu vēl problemātiskāku ⁽²⁸⁰⁾.

Tirgus koncentrācija. Ir vieglāk panākt vienotu izpratni par koordinācijas nosacījumiem un pārraudzīt novirzes tirgos, kuros ir tikai daži konkurenti. Ja tirgus ir ļoti koncentrēts, noteiktas informācijas apmaiņa, jo īpaši atkarībā no informācijas, ar kuru apmainās, veida, ļauj uzņēmumiem apzināties to atsevišķo konkurentu stāvokli tirgū un komerciālo stratēģiju, tādējādi izkropļojot konkurenci tirgū un paaugstinot aizliegtas vienošanās varbūtību vai pat veicinot to. Turpretī, ja tirgus ir sadrumstalots, informācijas apmaiņa starp konkurentiem var būt neitrāla vai pat pozitīva attiecībā uz tirgus konkurējošo raksturu ⁽²⁸¹⁾.

Šķēršļi ienākšanai tirgū. Ja pastāv šķēršļi ienākšanai tirgū, tas sarežģī ārpus tirgus esošo dalībnieku iespējas graut aizliegtu vienošanos, ienākot tirgū un piedāvājot zemākas cenas nekā vienošanos noslēgušie pastāvošie dalībnieki tirgū. Tādējādi šķēršļi ienākšanai tirgū palielina iespējamību, ka aizliegta vienošanās tirgū ir iespējama un ilgtspējīga.

Tirgus sarežģītība. Ja uzņēmumiem ir līdzīgas izmaksas, klienti, tirgus daļas, produktu klāsts, jauda utt., tie, visticamāk, panāks vienotu izpratni par koordinācijas nosacījumiem, jo to stimuli ir saskaņotāki. Tāpat var būt vieglāk panākt aizliegtu vienošanos par atsevišķu viendabīgu produktu nekā par vairākām cenām tirgū ar daudziem diferencētiem produktiem, lai gan arī tehnikas attīstība, piemēram, cenu izsekošanas rīku izmantošana, var veicināt aizliegtu vienošanos attiecībā uz diferencētiem produktiem.

Tirgus stabilitāte. Aizliegtas vienošanās iespējamība ir arī lielāka, ja pieprasījuma un piedāvājuma apstākļi tirgū ir salīdzinoši stabili. Nepastāvīgs pieprasījums, dažu uzņēmumu ievērojama iekšējā izaugsme tirgū vai bieža jaunu uzņēmumu ienākšana var liecināt par to, ka tirgus nav pietiekami stabils, lai būtu iespējama koordinācija ⁽²⁸²⁾, vai var būt nepieciešama biežāka apmaiņa, lai ietekmētu konkurenci.

6.2.6. Konkurences ierobežojums mērķa dēļ

413. Kā paskaidrots 1.2.4. iedaļā, daži nolīgumi paši par sevi un attiecībā uz to noteikumu saturu, to mērķiem un ekonomisko un juridisko kontekstu, kuru daļa tie ir, liecina par pietiekamu kaitējuma konkurencei pakāpi, lai nebūtu nepieciešams novērtēt to ietekmi. Konkrētāk, informācijas apmaiņa tiks uzskatīta par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ, ja informācija ir komerciāli sensitīva un apmaiņa var novērst nenoteiktību dalībnieku vidū attiecībā uz to izmaiņu laiku, apjomu un detaļām, kas attiecīgajiem uzņēmumiem jāveic savā rīcībā tirgū ⁽²⁸³⁾. Novērtējot, vai apmaiņa ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ, Komisija īpašu uzmanību pievērš informācijas saturam, informācijas apmaiņas mērķiem un tās juridiskajam un ekonomiskajam kontekstam ⁽²⁸⁴⁾. Novērtējot šo kontekstu, jāņem vērā ietekmēto preču vai pakalpojumu veids, kā arī faktiskie attiecīgā tirgus vai tirgu darbības un struktūras apstākļi ⁽²⁸⁵⁾.

414. Ja apmainās ar informāciju par uzņēmumu turpmāko rīcību attiecībā uz cenām vai daudzumiem ⁽²⁸⁶⁾, tad ir īpaši liela iespējamība, ka tas novedīs pie aizliegtas vienošanās. Atkarībā no apmaiņas mērķiem un juridiskā un ekonomiskā konteksta arī citu veidu informācijas apmaiņa var būt konkurences ierobežojumi mērķa dēļ. Tāpēc informācijas apmaiņa ir jānovērtē katrā atsevišķā gadījumā.

⁽²⁸⁰⁾ Sk. arī 389. punktu.

⁽²⁸¹⁾ Sk. 2006. gada 23. novembra spriedumu *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 58. punktu un tajā minēto judikatūru.

⁽²⁸²⁾ Sk. Komisijas lēmumu lietās IV/31.370 un 31.446, *UK Agricultural Tractor Registration Exchange*, (OV L 68, 13.3.1992., 19. lpp.), 51. apsvērumu, un 1994. gada 27. oktobra spriedumu *Deere/Komisija*, T-35/92, EU:T:1994:259, 78. punktu.

⁽²⁸³⁾ 2015. gada 19. marta spriedums *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 122. punkts; 2009. gada 4. jūnija spriedums *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 41. punkts; 2023. gada 12. janvāra spriedums *HSBC Holdings* un citi/Komisija, C-883/19, EU:C:2023:11, 115. un 116. punkts; 2020. gada 8. jūlija spriedums *Infineon Technologies/Komisija*, T-758/14 RENV, EU:T:2020:307, 100. punkts.

⁽²⁸⁴⁾ Sk., piemēram, 2009. gada 6. oktobra spriedumu *GlaxoSmithKline*, C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P un C-519/06 P, EU:C:2009:610, 58. punktu; 2008. gada 20. novembra spriedumu *BIDS*, C-209/07, EU:C:2008:643, 15. punktu un nākamos punktus.

⁽²⁸⁵⁾ 2018. gada 26. septembra spriedums *Philips un Philips France/Komisija*, C-98/17 P, EU:C:2018:774, 35. punkts.

⁽²⁸⁶⁾ Informācija par plānotajiem turpmākajiem daudzumiem var ietvert, piemēram, informāciju par plānoto turpmāko pārdošanu, tirgus daļām un pārdošanu uz konkrētām teritorijām vai pārdošanu konkrētām klientu grupām.

Apmaina, kas atsevišķos gadījumos ir uzskatīta par ierobežojumiem mērķa dēļ, ņemot vērā kopīgotos informācijas saturu, izvirzītos mērķus un juridisko un ekonomisko kontekstu, ietver:

- a) apmaiņu ar konkurentiem par uzņēmuma pašreizējo cenu noteikšanu un turpmākiem šādas noteikšanas nodomiem ⁽²⁸⁷⁾;
- b) ar uzņēmuma pašreizējo un turpmāko ražošanas jaudu saistītas informācijas apmaiņu ar konkurentiem ⁽²⁸⁸⁾;
- c) informācijas par uzņēmuma pašreizējo ⁽²⁸⁹⁾ vai turpmāko komerciālo stratēģiju apmaiņu ar konkurentiem ⁽²⁹⁰⁾;
- d) informācijas par uzņēmuma prognozēto pašreizējo un nākotnes pieprasījumu apmaiņu ar konkurentiem ⁽²⁹¹⁾;
- e) informācijas par uzņēmuma prognozētajiem nākotnes pārdošanas datiem apmaiņu ar konkurentiem ⁽²⁹²⁾;
- f) informācijas par nākotnes produktu iezīmēm, kas ir aktuālas patērētājiem, apmaiņu ar konkurentiem ⁽²⁹³⁾.

Visos šajos gadījumos tika uzskatīts, ka informācijas apmaiņa var likvidēt nenoteiktību dalībnieku vidū par laiku, apmēru un citiem aspektiem attiecībā uz pārmaiņām, ko attiecīgie uzņēmumi plāno ieviest savā rīcībā tirgū.

415. Piemēri, kas sniegti 414. punktā, parāda, ka nav vajadzīga tieša saikne starp informāciju, ar kuru apmainās, un patērēja cenām, lai apmaiņa būtu uzskatāma par ierobežojumu mērķa dēļ ⁽²⁹⁴⁾. Turklāt, lai konstatētu, vai pastāv ierobežojums mērķa dēļ, noteicošais kritērijs ir saziņas raksturs, nevis biežums ⁽²⁹⁵⁾.

Piemēram, konkurentu grupa ir nobažījusies, ka uz viņu produktiem var attiekties arvien stingrāki vides noteikumi. Kopīgo lobēšanas pasākumu kontekstā šī grupa regulāri tiekas un apmainās ar viedokļiem. Lai panāktu vienotu nostāju attiecībā uz turpmākajiem tiesību aktu priekšlikumiem, grupas dalībnieki apmainās ar noteiktu informāciju, kas attiecas uz to esošo produktu iezīmēm saistībā ar vides aizsardzību. Kamēr šī informācija ir vēsturiska un neļauj uzņēmumiem uzzināt par to konkurentu plānotajām tirgus stratēģijām, apmaiņa nav uzskatāma par ierobežojumu 101. panta 1. punkta nozīmē.

Tomēr, ja uzņēmumi sāk apmainīties ar informāciju par savu pašreizējo vai turpmāko produktu attīstīšanu vai atklāj, kā tie reaģētu cits uz cita rīcību, pastāv risks, ka šāda apmaiņa var ietekmēt to rīcību tirgū. Piemēram, šāda apmaiņa var ļaut konkurentiem panākt kopīgu vienošanos netirgot produktus, kas ir videi nekaitīgāki, nekā noteikts likumā. Šāda koordinācija ietekmē pušu rīcību tirgū un ierobežo konkurenci attiecībā uz produktu iezīmēm un patērētāju izvēli. Tāpēc tas tiks uzskatīts par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ.

416. Atkarībā no juridiskā un ekonomiskā konteksta un mērķiem, ko uzņēmums ir iecerējis sasniegt, arī publisku izpaušanu, kas sniedz norādes par uzņēmuma turpmākiem nodomiem attiecībā uz galvenajiem konkurences parametriem, piemēram, cenām vai daudzumiem, var uzskatīt par ierobežojumu mērķa dēļ. Tāpat arī publiska

⁽²⁸⁷⁾ Sk., piemēram, 2020. gada 8. jūlija spriedumu *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV, EU:T:2020:307, 96.punktu; 2016. gada 15. decembra spriedumu *Philips un Philips France*/Komisija, T-762/14, EU:T:2016:738, 134.–136. punktu. Informācijai nav jābūt tieši saistītai ar cenām. Arī apmaiņa ar informāciju, kas ir galalietotāja maksājamās cenas izšķirošais elements, var būt ierobežojums mērķa dēļ. Sk. 2009. gada 4. jūnija spriedumu *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 37. punktu.

⁽²⁸⁸⁾ 2020. gada 8. jūlija spriedums *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV, EU:T:2020:307, 85. un 96. punkts; 2016. gada 15. decembra spriedums *Philips un Philips France*/Komisija, T-762/14, EU:T:2016:738, 104. punkts.

⁽²⁸⁹⁾ 2020. gada 8. jūlija spriedums *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV, EU:T:2020:307, 70. punkts.

⁽²⁹⁰⁾ 2020. gada 8. jūlija spriedums *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV, EU:T:2020:307, 98. punkts.

⁽²⁹¹⁾ 2015. gada 9. septembra spriedums *Samsung SDI* un citi/Komisija, T-84/13, EU:T:2015:611, 51. punkts.

⁽²⁹²⁾ 2020. gada 8. jūlija spriedums *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV, EU:T:2020:307, 96. punkts.

⁽²⁹³⁾ Komisijas Lēmums (2021. gada 8. jūlijs) lietā AT.40178 *Automobiļu emisijas*, 84., 107. un 124., 125. un 126. apsvērums.

⁽²⁹⁴⁾ Sk. 2023. gada 12. janvāra spriedumu *HSBC Holdings* un citi/Komisija, C-883/19 P, EU:C:2023:11, 120. un 121. punktu, kuros precizēts, ka 101. pants ir paredzēts, lai aizsargātu ne tikai atsevišķu konkurentu vai patērētāju tiešās intereses, bet arī tirgus struktūru un tādējādi konkurenci kā tādu.

⁽²⁹⁵⁾ 2019. gada 7. novembra spriedums *Campine un Campine Recycling*/Komisija, T-240/17, EU:T:2019:778, 308. punkts.

izpaušana, kas nerada acīmredzamu labumu patērētājiem, bet sniedz konkurentiem norādes par to, kā tiem būtu jārikojas, vai par sekām, kādas radīsies, ja tie rīkosies vai nerīkosies noteiktā veidā, vai par to, kā uzņēmums reaģēs uz konkurentu rīcību, tiks uzskatīta par ierobežojumu mērķa dēļ.

417. Ja informācijas apmaiņa ir uzskatāma par nolīgumu vai saskaņotu darbību starp diviem vai vairākiem konkurentiem, kuras mērķis ir koordinēt to ar konkurenci saistīto rīcību tirgū vai ietekmēt attiecīgos konkurences parametrus, tā var tikt uzskatīta par karteli. Tas jo īpaši attiecas uz gadījumu, kad apmaiņa ir saistīta ar pirkšanas vai pārdošanas cenu vai citu tirdzniecības nosacījumu noteikšanu vai saskaņošanu, arī attiecībā uz intelektuālā īpašuma tiesībām, ražošanas vai pārdošanas kvotu sadali, tirgu un klientu sadalīšanu, tai skaitā aizliegtu pretendentu vienošanos, importa vai eksporta ierobežojumiem vai konkurenci ierobežojošām darbībām pret citiem konkurentiem. Informācijas apmaiņa, kas ir kartelis, ne tikai ierobežo konkurenci mērķa dēļ 101. panta 1. punkta nozīmē, bet arī, visticamāk, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Informācijas apmaiņa var arī atvieglot karteļa īstenošanu, ļaujot uzņēmumiem uzraudzīt, vai dalībnieki ievēro saskaņotos nosacījumus. Šāda veida informācijas apmaiņa tiks novērtēta kā daļa no karteļa.
418. Datu kopīgošanas vienošanās, kuru ietvaros dažādi konkurenti nodrošina datus, parasti nav konkurences ierobežojums mērķa dēļ, ja tiek konstatēts, ka tām ir reāla konkurenci veicinoša ietekme, kas atbilst 419. punkta prasībām.

Piemēram, datu fonds, kurā notiek apmaiņa ar (daļēji) komerciāli sensitīviem datiem, lai risinātu informācijas asimetriju nekonzcentrētā tirgū, un kurš radīs labumu patērētājiem, visticamāk, netiks uzskatīts par ierobežojumu mērķa dēļ, ja dalībnieki nodrošina, ka jebkuri komerciāli sensitīvie dati, ar kuriem tie apmainās ar fonda starpniecību, ir nepieciešami un samērīgi ar konkurenci veicinošā mērķa sasniegšanu. Dalībnieki var, piemēram, cik vien iespējams, palauties uz apkopotiem un vēsturiskiem datiem, samazināt apmaiņas biežumu un īstenot pasākumus, lai ierobežotu piekļuvi informācijai, ar kuru notiek apmaiņa, un/vai kontrolētu, kā tā tiek izmantota. Dalībniekiem būtu jānodrošina, ka šāda kārtība ir strukturēta pārredzamā veidā.

419. Visbeidzot, novērtējumā par to, vai informācijas apmaiņa ir ierobežojums mērķa dēļ, būtu jāņem vērā ikviens pušu izvirzītais arguments, ka apmaiņa ir konkurenci veicinoša. Šajā ziņā tikai fakts, ka pastāv šāda konkurenci veicinoša ietekme, nevar pats par sevi izslēgt varbūtību, ka apmaiņa ir kvalificējama par ierobežojumu mērķa dēļ. Šādi konkurenci veicinošai ietekmei ir jābūt pierādītai, būtiskai, konkrēti saistītai ar attiecīgās informācijas apmaiņu un pietiekami nozīmīgai, lai kļūdētu pamatotas šaubas par to, vai apmaiņa rada pietiekamas pakāpes kaitējumu konkurencei ⁽²⁹⁶⁾. Ja šie nosacījumi ir izpildīti, ir vajadzīgs pilnīgs informācijas apmaiņas ietekmes novērtējums, lai noteiktu, vai informācijas apmaiņa ir konkurences ierobežojums ietekmes dēļ (sk. 6.2.7. iedaļu).

6.2.7. Konkurences ierobežojums ietekmes dēļ

420. Komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņai, kas pati par sevi neliecina par pietiekamas pakāpes kaitējumu konkurencei, ņemot vērā šādas apmaiņas saturu, mērķus un ekonomisko un juridisko kontekstu, kuru daļa tā ir, tikt un tā var būt konkurenci ierobežojoša ietekme ⁽²⁹⁷⁾.
421. Kā norādīts 1.2.5. iedaļā, šī ietekme uz konkurenci jāanalizē katrā gadījumā atsevišķi, jo novērtējuma rezultāts ir atkarīgs no dažādu gadījumam specifisku faktoru kombinācijas. Šajā novērtējumā Komisija salīdzinās informācijas apmaiņas faktisko vai iespējamo ietekmi uz tirgu ar situāciju, kāda pastāvētu, ja nebūtu šīs konkrētās informācijas apmaiņas ⁽²⁹⁸⁾. Lai informācijas apmaiņai būtu konkurenci ierobežojoša ietekme 101. panta 1. punkta nozīmē, tai jābūt ievērojamai negatīvai ietekmei uz attiecīgā tirgus darbību, ietekmējot vienu (vai vairākus) no konkurences parametriem šajā tirgū, tai skaitā, piemēram, cenu, izlaidi, produktu kvalitāti, produktu daudzveidību vai inovāciju.
422. Lai novērtētu iespējamo ierobežojošo ietekmi, ir svarīgs informācijas, ar kuru notiek apmaiņa, raksturs (sk. 6.2.3. iedaļu), apmaiņas iezīmes (sk. 6.2.4. iedaļu) un tirgus iezīmes (sk. 6.2.5. iedaļu) ⁽²⁹⁹⁾.

⁽²⁹⁶⁾ 2023. gada 12. janvāra spriedums *HSBC Holdings* un citi/Komisija, C-883/19 P, EU:C:2023:11, 195.–205. punkts.

⁽²⁹⁷⁾ Norādījumi, kas sniegti atlikušajā šīs 6.2.7. iedaļas daļā, attiecas tikai uz informācijas apmaiņu, kas neierobežo konkurenci mērķa dēļ.

⁽²⁹⁸⁾ 1998. gada 28. maija spriedums *John Deere*, C-7/95 P, EU:C:1998:256, 76. punkts.

⁽²⁹⁹⁾ 2006. gada 23. novembra spriedums *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 54. punkts.

423. Lai informācijas apmaiņai varētu būt konkurenci ierobežojoša ietekme, apmaiņā iesaistītajiem uzņēmumiem jāaptver pietiekami liela konkrētā tirgus daļa ⁽³⁰⁰⁾. Pretējā gadījumā konkurenti, kas neiesaistās apmaiņā, varētu ierobežot iesaistīto uzņēmumu konkurenci ierobežojošo rīcību. To, kāda ir "pietiekami liela tirgus daļa", nevar definēt abstrakti, un tas būs atkarīgs no katra gadījuma konkrētajiem faktiem, tirgus struktūras un attiecīgā apmaiņas veida ⁽³⁰¹⁾.
424. Īstenojot informācijas apmaiņu, kas tikai nedaudz veicina pārredzamību tirgū, pastāv mazāka iespēja, ka tai būs konkurenci ierobežojoša ietekme, nekā informācijas apmaiņai, kas ievērojami palielina pārredzamību. Tāpēc iespējamību, ka informācijas apmaiņai būs konkurenci ierobežojoša ietekme, noteiks kombinācija, ko veido gan līdzšinējais pārredzamības līmenis, gan tas, kā apmaiņa izmaina šo līmeni. Informācijas apmaiņai ciešos oligopolos ir lielāka iespēja izraisīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, savukārt ļoti sadrumstalotos tirgos tā, visticamāk, neizraisīs šādu ierobežojošu ietekmi.
- 6.3. **Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu**
- 6.3.1. *Efektivitātes pieaugums* ⁽³⁰²⁾
425. Informācijas apmaiņa var radīt efektivitātes pieaugumu atkarībā no informācijas, ar kuru apmainās, rakstura, apmaiņas iezīmēm un tirgus struktūras. Novērtējumā, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu, tiks ņemta vērā visa konkurenci veicinošā ietekme, kas izriet no informācijas apmaiņas.

Efektivitātes pieauguma piemēri, ko var ņemt vērā, ir aprakstīti turpmāk.

Uzņēmumi var paaugstināt efektivitāti, salīdzinot savu darbību ar nozares paraugpraksi.

Informācijas apmaiņa var sekmēt tirgus noturību, ļaujot uzņēmumiem ātrāk reaģēt uz izmaiņām pieprasījumā un piedāvājumā, kā arī ļaut tiem mazināt iekšējos un ārējos riskus, kas var izraisīt traucējumus piegādes ķēžu darbībā vai padarīt tās neaizsargātas.

Informācijas apmaiņa var nākt par labu gan patērētājiem, gan uzņēmumiem, ļaujot tiem salīdzināt produktu cenu vai kvalitāti, piemēram, publicējot visvairāk pārdoto produktu sarakstus vai cenu salīdzinājuma datus. Tādējādi tā var palīdzēt patērētājiem un uzņēmumiem izdarīt pārdomātāku izvēli (un samazināt to meklēšanas izmaksas).

Informācijas apmaiņa datu kopīgošanas veidā var būt būtiska jaunu produktu, pakalpojumu un tehnoloģiju izstrādei.

Datu apkopošana par ražotājiem, kas piegādā ilgtspējīgus produktus, vai ražotājiem, kas izmanto ilgtspējīgus ražošanas procesus, var palīdzēt uzņēmumiem izpildīt to ilgtspējas pienākumus saskaņā ar Savienības vai valsts tiesību aktiem.

Informācijas apmaiņa par patērētājiem starp uzņēmumiem, kas sniedz apdrošināšanas pakalpojumus patērētājiem, var uzlabot zināšanas par riskiem un atvieglot atsevišķiem uzņēmumiem risku novērtēšanu. Tas, savukārt, var radīt labumu patērētājiem, ļaujot tiem piekļūt apdrošināšanas pakalpojumiem, kas nebūtu pieejami, ja nebūtu visaptveroša risku profila.

Datu kopīgošana starp e-komercijas tirdzniecības vietām par tiešsaistes pārdevējiem, kas iesaistās nelikumīgā darbībā, piemēram, viltotu produktu pārdošanā, var atvieglot atsevišķām tirdzniecības vietām viltotu produktu identifikāciju, tādējādi pasargājot patērētājus no šādu produktu iegādes.

Informācijas apmaiņa var arī mazināt patērētāju atkarību no konkrētiem pakalpojumu sniedzējiem, tādējādi veicinot spēcīgāku konkurenci. Proti, informācija parasti attiecas uz konkrētām attiecībām, un, ja nenotiku informācijas apmaiņa, patērētāji zaudētu informācijas radīto labumu to attiecībās ar vienu piegādātāju, kad tie pāriet pie cita piegādātāja.

⁽³⁰⁰⁾ Konkrētos gadījumos informācijas apmaiņa var radīt labumu tikai tad, ja ir aptverta pietiekami liela tirgus daļa. Tas tā var būt, piemēram, gadījumā, ja tiek apkopota informācija finanšu pakalpojumu nozarē, kur nesaistošu kredītreģistru un kopīgu apkopojumu izmantošana var uzlabot zināšanas par riskiem un atvieglot risku novērtēšanu atsevišķiem uzņēmumiem.

⁽³⁰¹⁾ Komisija 2022. gada 30. jūnija lēmumā lietā AT.40511, *Insurance Ireland*, konstatēja, ka apmaiņa aptver ievērojamu konkrētā tirgus daļu. Minētajā lietā apmaiņas dalībniekiem bija 98 % liela tirgus daļa konkrētajā tirgū.

⁽³⁰²⁾ Informācijas apmaiņas rezultātā gūtā potenciālā efektivitātes pieauguma apraksts nav izsmeljošs.

6.3.2. Obligāta vajadzība

426. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas nepieciešams, lai sasniegtu informācijas apmaiņas radīto efektivitātes pieaugumu, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Lai būtu izpildīts nosacījums par obligātu vajadzību, pusēm jāspēj pierādīt, ka informācijas, ar kuru apmainās, raksturs un apmaiņas iezīmes ir vismazāk ierobežojošais līdzeklis, kā radīt to piesaukto efektivitātes pieaugumu. Jo īpaši nebūtu jāapmainās ar informāciju tādā apmērā, kas pārsniedz efektivitātes pieauguma sasniegšanai būtiskos mainīgos lielumus.

Piemēram, individualizētu datu apmaiņa salīdzinošās novērtēšanas nolūkā parasti nebūtu obligāti vajadzīga, jo iespējamo efektivitātes pieaugumu varētu palīdzēt sasniegt arī apkopota informācija (piemēram, noteikta veida "rangu tabula", kas aptver attiecīgo nozari), kas turklāt radītu mazāku aizliegtas vienošanās risku.

6.3.3. Nodošana patērētājiem

427. Obligāti vajadzīgu ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz informācijas apmaiņas radītās konkurenci ierobežojošo ietekmi. Jo mazāka ir informācijas apmaiņā iesaistīto uzņēmumu tirgus vara, jo lielāka iespēja, ka efektivitātes pieaugumu nodos patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošo ietekmi.

6.3.4. Konkurences nelikvidēšana

428. Atbilstība 101. panta 3. punkta nosacījumiem nav iespējama, ja informācijas apmaiņā iesaistītajiem uzņēmumiem ir iespēja likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu būtisku daļu.

6.4. Piemēri, pašnovērtējuma posmi un tabula, kurā sniegti norādījumi par atbildību dažādās vidēs

429. Salīdzinoša novērtēšana

1. piemērs

Situācija. Stabīlā, nesarežģītā⁽³⁰³⁾ un koncentrētā tirgū, kurā pastāv lieli ienākšanas šķēršļi, trīs uzņēmumi, kuru kopējā tirgus daļa ir 80 %, un savstarpēji bieži un tieši apmainās ar nepubliskotu informāciju par ievērojamu daļu savu individuālo mainīgo izmaksu. Uzņēmumi apgalvo, ka dara to, lai salīdzinātu savu darbību ar konkurentu sniegumu nolūkā paaugstināt savu efektivitāti.

Analīze. Informācija par izmaksām var būt komerciāli sensitīva, un, veicot informācijas apmaiņu, puses var likvidēt vai mazināt nenoteiktību to starpā par laiku, apmēru un citiem aspektiem attiecībā uz pārmaiņām, ko tās plāno ieviest savā rīcībā tirgū. Tāpēc atkarībā no šīs apmaiņas satura, mērķiem un juridiskā un ekonomiskā konteksta tā var būt pārkāpums mērķa dēļ. Attiecībā uz pušu apgalvojumu, ka informācijas apmaiņai ir konkurenci veicinošs mērķis, šādai konkurenci veicinošai ietekmei ir jābūt pierādītai, būtiskai, konkrēti saistītai ar attiecīgās informācijas apmaiņu un pietiekami nozīmīgai, lai kļiedētu pamatotas šaubas par to, vai apmaiņa rada pietiekamas pakāpes kaitējumu konkurencei.

Ja informācija, ar ko apmainās, pati par sevi neliecina par pietiekamas pakāpes kaitējumu konkurencei, jo tā nelikvidē nenoteiktību par dalībnieku individuālo rīcību tirgū, tad ir jānovērtē tās ietekme uz tirgu. Ņemot vērā tirgus struktūru, informācijas apmaiņā iesaistīto dalībnieku lielo tirgus daļu, faktu, ka informācija, ar ko apmainās, attiecas uz lielu daļu uzņēmumu mainīgo izmaksu, un it īpaši tad, ja ar datiem apmainās individualizētā formā, informācijas apmaiņa varētu veicināt aizliegtu vienošanos. Tādējādi tā var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē. Atbilstība 101. panta 3. punkta nosacījumiem ir maz ticama, jo iespējamo efektivitātes pieaugumu var panākt ar mazāk ierobežojošiem līdzekļiem, piemēram, izmantojot trešo personu datu vākšanai, anonimizēšanai un apkopošanai noteiktā nozares "rangu tabulā". Visbeidzot, tā kā šajā gadījumā puses veido ļoti ciešu, nesarežģītu un stabilu oligopolu, arī apkopotu datu apmaiņa varētu veicināt aizliegtu vienošanos tirgū.

⁽³⁰³⁾ Sk. 412. punktu.

430. Datu kopīgošanas vienošanās, lai risinātu piedāvājuma trūkuma problēmu

2. piemērs

Situācija. Vairāki būtisku medicīnisko produktus ražotāji darbojas tirgū, kurā piedāvājums bieži vien ir nepietiekams. Lai iespējami lietderīgāk un ātrāk uzlabotu piedāvājumu un palielinātu ražošanas apjomu, nozares apvienība ierosina vākt un modelēt piedāvājuma un pieprasījuma datus par attiecīgajiem būtiskajiem produktiem. Turklāt apvienība vāktu arī datus, lai noskaidrotu ražošanas jaudu, esošos krājumus un piegādes ķēdes optimizēšanas iespējas. Apvienība savas veiktās datu vākšanas un modelēšanas rezultātus kopīgotu ar saviem biedriem, izmantojot nepubliciskus kanālus.

Analīze. Datu kopīgošanas vienošanās ir ar konkurenci veicinošu mērķi, un atkarībā no juridiskā un ekonomiskā konteksta novērtējuma tā principā nerada konkurences ierobežojumu mērķa dēļ. Attiecīgi ir jāvērtē tās ietekme uz tirgu. Tā kā savāktie dati ir komerciāli sensitīvi, apmaiņa var ierobežot konkurenci starp iesaistītajiem ražotājiem. Turklāt tas radītu neizdevīgākus konkurences nosacījumus ražotājiem, kas nav nozares apvienības biedri, salīdzinājumā ar uzņēmumiem, kas piedalās apmaiņas sistēmā. Lai izvairītos no aizliegtas vienošanās riska, varētu tikt veikti vairāki pasākumi. Piemēram, var iecelt konsultāciju uzņēmumu, lai tas palīdzētu apvienībai vākt datus un apkopot tos modelī, ievērojot informācijas neizpaušanas nolīgumus, kas noslēgti ar katru ražotāju. Apkopotie dati savukārt var tikt sniegti ražotājiem, lai tie varētu pārskatīt un pielāgot savu jaudas izmantojumu, ražošanas apjomu un piedāvājumu.

Ja ražotājiem būtu absolūti nepieciešams apmainīties ar komerciāli sensitīvu papildu informāciju (papildus datiem, ko nozares apvienība un konsultāciju uzņēmums vāktu un ar ko dalās agregētā formā) (piemēram, lai kopīgi apzinātu, kur būtu vislietderīgāk pārvietot ražošanu vai palielināt ražošanas jaudu), šādi apmaiņai būtu stingri jāaprobežojas vienīgi ar to, kas ir obligāti vajadzīgs mērķu efektīvai sasniegšanai. Visa informācija un tās apmaiņa saistībā ar šo projektu būtu rūpīgi jādokumentē, lai nodrošinātu šādas mijiedarbības pārredzamību. Dalībniekiem būtu jāapņemas izvairīties no cenu apspriešanas vai citu parametru saskaņošanas, kas nav absolūti nepieciešama norādīto konkurenci veicinošo mērķu sasniegšanai. Projekta īstenošanas laikam arī jābūt ierobežotam, un informācijas apmaiņa nekavējoties jāpārtrauc, tiklīdz produktu deficīta risks vairs nav tik akūts, lai attaisnotu sadarbību. Komerciāli sensitīvos datus saņemtu un apkopotu vienīgi konsultants. Bažas par tirgus piekļuves ierobežošanu varētu mazināt, ja datu kopīgošanas vienošanās tiktu darīta pieejama ikvienam ražotājam, kas ražo konkrēto produktu, neatkarīgi no tā dalības konkrētajā nozares apvienībā.

431. Publisku paziņojumu izmantošana

3. piemērs

Situācija. Četri piegādātāji, kuru kopējā tirgus daļa ir 70 %, bieži publiski izziņo nākotnes cenas, tās publicējot savās tīmekļa vietnēs un izdodot saistītus paziņojumus preseī. Starp cenu izziņošanas dienu un dienu, kad izziņotās cenas ir pieejamas klientiem pasūtījumu veikšanai, parasti ir septiņu mēnešu intervāls. Šā intervāla laikā piegādātāji bieži pārskata izziņotās cenas. Piegādātāju vadītāji regulāri sniedz publiskus komentārus par savu konkurentu cenu izziņošanu, paskaidrojot, kā konkurentiem būtu jāpārskata savas cenas. Piegādātāji apgalvo, ka šādi rīkojas, lai informētu investorus par sava uzņēmuma turpmāko darbību.

Analīze. Ja informācija attiecas uz uzņēmuma turpmāko rīcību attiecībā uz cenām vai daudzumiem, tad ir īpaši liela iespējamība, ka tas novedīs pie aizliegtas vienošanās. Publiski paziņota informācija ir komerciāli sensitīva, un apvienojumā ar vadītāju komentāriem šāda apmaiņa var likvidēt nenoteiktību dalībnieku starpā par turpmākajiem nodomiem attiecībā uz cenām. Šāda veida publiska komunikācija diez vai radīs labumu patērētājiem, piemēram, ļaujot tiem pieņemt pārdomātus pirkumu lēmumus, jo izziņotās cenas tiek bieži mainītas pirms dienas, kad tās stājas spēkā. Tāpēc cenu paziņojumi nešķiet likumīgs mēģinājums informēt

klientus. Turklāt vadītāju publiskie komentāri par konkurējošo piegādātāju cenām var ļaut iesaistītajiem piegādātājiem veidot savstarpēju izpratni par atalgojumu un sodu shēmu, kas ir raksturīga aizliegtas vienošanās pazīme. Atkarībā no pārējiem ekonomiskā un juridiskā konteksta elementiem apmaiņa, šķiet, var likvidēt nenoteiktību dalībnieku starpā par laiku, apmēru un citiem aspektiem attiecībā uz pārmaiņām, ko attiecīgie uzņēmumi plāno ieviest savā rīcībā tirgū. Tāpēc apmaiņa, visticamāk, ir uzskatāma par ierobežojumu mērķa dēļ.

432. Vienpusēji publiski paziņojumi

4. piemērs

Situācija. Viendabīga produkta liela ražotāja izpilddirektore regulārā sanāksmē par peļņas rādītājiem publiski norāda uz vajadzību reaģēt uz nesenajiem izejvielu cenu kāpumiem un risināt pašreizējās pārmērīgi zemās peļņas normas, paaugstinot cenu visā nozarē. Viņa paziņo, ka akceptētu jebkādu cenu palielinājumu, ko konkurenti izziņotu tirgū. Viņa arī pauž pārliecību, ka nozare ir “pietiekami disciplinēta”, lai zinātu, kas darāms, lai “panāktu, ka peļņas robežas ir atkal pareizā līmenī”. Viņa norāda, ka galu galā nozare veiksmīgi īstenoja cenu paaugstinājumus pirms 10 gadiem, kad bija vērojama līdzīga situācija.

Analīze. Izpilddirektore paziņojumus sanāksmē par peļņas rādītājiem var interpretēt kā vienpusēju aicinājumu noslēgt aizliegtu vienošanos. Fakts, ka paziņojums tiek sniegts publiski, pats par sevi neizslēdz, ka tā varētu būt saskaņota darbība 101. panta 1. punkta nozīmē. Šie paziņojumi var nodrošināt potenciālu kontaktpunktu koordinācijai starp konkurentiem. Ja, piemēram, citi konkurenti sniedz vienlaicīgus paziņojumus vai rīkojas tirgū tā, lai parādītu, ka tie uzaicinājumu aizliegti vienoties ir ņēmuši vērā, nosakot savu turpmāko rīcības virzienu tirgū, un atkarībā no juridiskā un ekonomiskā konteksta šī rīcība var būt konkurences ierobežojums mērķa dēļ 101. panta 1. punkta nozīmē. Citi konkurenti var ierobežot šādu risku, publiski distancējoties no paziņojumiem vai ziņojot par paziņojumiem publiskajām iestādēm.

433. Datu kopīgošana nolūkā apkarot viltošanu

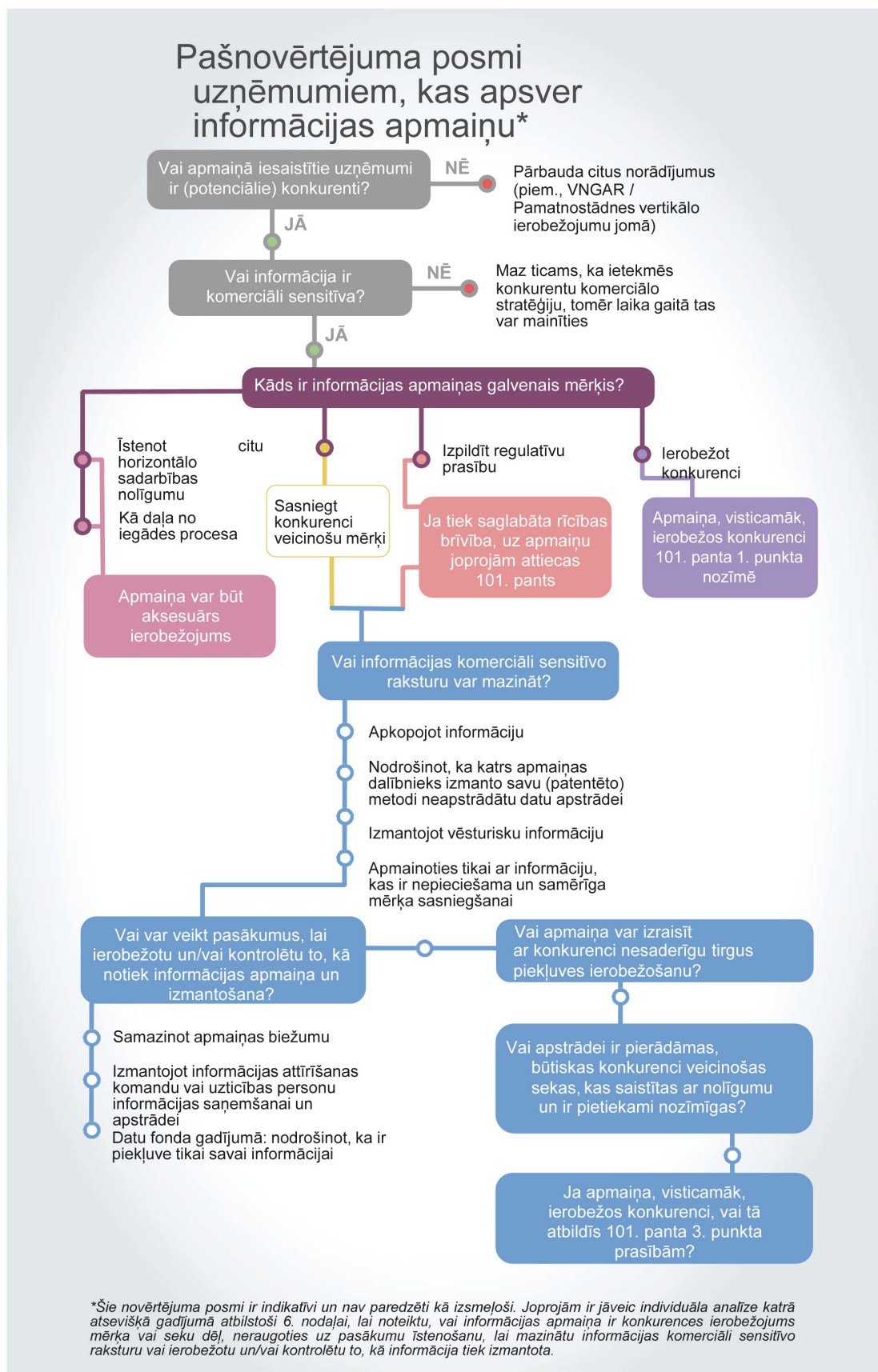
5. piemērs

Situācija. Zīmola īpašniece vairākās sociālo mediju platformās identificē kontus, kuru nosaukums ir līdzīgs viņa zīmola nosaukumam. Kad zīmola īpašniece pārbauda attiecīgos kontus, viņa konstatē, ka gan sociālo mediju platformās, gan ar pāradresācijas saiti uz viltotu tīmekļa vietni tiek pārdoti viltoti produkti ar viņas zīmolu. Tad zīmola īpašnieces juridiskie pārstāvji sazinās ar vienu no sociālo mediju platformām, lai i) likvidētu kontu un bloķētu lietotāja iespējas nākotnē izveidot jaunus kontus un ii) sniegtu platformai informāciju viltotāja identificēšanai ar mērķi ierosināt tiesvedību, piemēram, nosaukumu, adresi, IP adresi, e-pasta adresi utt. Tad zīmola īpašniece lūdz, lai sociālo mediju platformas kopīgo šo informāciju ar citiem starpniekiem un platformām, lai novērstu pirkumu veikšanu platformās nolūkā reklamēt vai pārdot nelikumīgi ražotas preces, ar kurām tiek pārkāptas intelektuālā īpašuma tiesības.

Analīze. Informācijas apmaiņa starp sociālo mediju platformām ir paredzēta, lai novērstu viltotu produktu pārdošanu, un, ņemot vērā šo mērķi, tā nav konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Turklāt attiecībā uz apmaiņas saturu jānorāda, ka informācija, ar ko apmainās, visticamāk, nav komerciāli sensitīva informācija. Jebkāda komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa būtu jāierobežo līdz tam, kas ir objektīvi nepieciešams efektīvai viltotāja identificēšanai. Lai nodrošinātu pārredzamību, apmaiņa būtu jādokumentē.

Citiem tirgus dalībniekiem, kurus tieši neskar viltošanas darbība, informācijas apmaiņas rezultātā netiktu radīts neizdevīgs konkurences stāvoklis, jo viltotu produktu pārdošanas novēršana tos neietekmē. Tomēr, lai izvairītos no aizliegtas vienošanās riska, var tikt veikti vairāki pasākumi, piemēram, informācijas neizpaušanas nolīgumu noslēgšana starp pusēm.

434. Pašnovērtējuma posmi



435. Atbildība par komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu dažādās vidēs ⁽³⁰⁴⁾.

Apmaiņas formāts	Uzņēmuma A atbildība	Uzņēmuma B atbildība	Uzņēmuma C atbildība
Tieša apmaiņa starp uzņēmumiem A un B	Jā	Jā	—
Tieša apmaiņa no uzņēmuma A uz uzņēmumu B	Jā ⁽¹⁾	Ja uzņēmums B turpina darboties tirgū, iestādes var paļauties uz pieņēmumu, ka uzņēmums B ņem informāciju vērā, ja vien uzņēmums B publiski nedistancējas vai neziņo par to iestādēm	—
Publiska izpaušana, ko veic uzņēmums A; uzņēmums B saņem izpausto informāciju	Jā, ja izpaušana ir saskaņota darbība	Iespējams, saskaņota darbība, ja iestādes var pierādīt, ka uzņēmums B pieprasīja informāciju vai to akceptēja. Iestādes var paļauties uz pieņēmumu, ka uzņēmums B ņem informāciju vērā, ja vien tas publiski nedistancējas vai neziņo par izpaušanu iestādēm	—
Netieša apmaiņa no uzņēmuma A ar uzņēmuma C starpniecību uzņēmumam B	Uzņēmums A ir atbildīgs, ja tas skaidri vai tieši neformulējot vienojās ar uzņēmumu C par informācijas izpaušanu uzņēmumam B vai zināja par to un bija gatavs uzņemties risku	Uzņēmums B ir atbildīgs, ja tas pieprasīja vai akceptēja informāciju un rīkojās, pamatojoties uz saņemto informāciju. Iestādes var paļauties uz pieņēmumu, ka uzņēmums B ņem informāciju vērā, ja vien tas publiski nedistancējas vai neziņo par izpaušanu iestādēm	Uzņēmums C ir atbildīgs kā veicinātājs, ja tas zināja par uzņēmuma A mērķiem ierobežot konkurenci un plānoja sniegt ieguldījumu šajos mērķos

⁽¹⁾ Ja uzņēmums B publiski distancējas vai ziņo par apmaiņu iestādēm, uzņēmuma A atbildība būtu atkarīga no tā, vai var konstatēt saskaņotas rīcības esību.

7. STANDARTIZĀCIJAS NOLĪGUMI

7.1. Ievads

436. Standartizācijas nolīgumu pamatmērķis ir to tehnisko vai kvalitātes prasību noteikšana, kurām var atbilst pašreizējie vai nākotnes produkti, ražošanas procesi, vērtību ķēdes uzticamības pārbaudes procesi, pakalpojumi vai metodes ⁽³⁰⁵⁾. Standartizācijas nolīgumi var aptvert dažādus jautājumus, piemēram, konkrētu produktu dažādu kategoriju vai izmēru standartizāciju vai tehniskās specifikācijas produktu vai pakalpojumu tirgos, kur saderība vai sadarbība ar citiem produktiem vai pakalpojumiem ir būtiska. Nosacījumus konkrētas kvalitātes zīmes pieejamībai vai reglamentējošas iestādes apstiprinājuma saņemšanai, kā arī nolīgumus, kas nosaka ilgtspējas standartus, arī var uzskatīt par standartu. Lai gan ilgtspējas standartiem ir līdzības ar standartizācijas nolīgumiem, kas aplūkoti šajā nodaļā, tiem piemīt arī konkrētas īpašas iezīmes. Tāpēc norādījumi par ilgtspējas standartiem ir sniegti 9. nodaļā.

⁽³⁰⁴⁾ Šajā tabulā ir sniegts pārskats par būtiskajiem apsvērumiem, kas jāņem vērā, novērtējot atbildību par komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu dažādos kontekstos. Tabula ir indikatīva un neizsmeļoša.

⁽³⁰⁵⁾ Standartizāciju var veikt dažādi – standartus pēc vienprātības principa var pieņemt atzītas starptautiskas, Eiropas vai valsts standartizācijas iestādes, tehniskās specifikācijas pēc vienprātības principa var izstrādāt konsorcijs un forumi, un neatkarīgi uzņēmumi var par to vienoties nolīgumos.

437. Šīs pamatnostādnes neaptver tehnisko standartu sagatavošanu un izstrādi, jo tā ietilpst publiskas varas prerogatīvu īstenošanā⁽³⁰⁶⁾. Uz Eiropas standartizācijas organizācijām, kas ir atzītas ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) Nr. 1025/2012⁽³⁰⁷⁾, konkurences tiesību akti attiecas, ciktāl tās var uzskatīt par uzņēmumiem vai uzņēmumu apvienībām 101. un 102. panta nozīmē⁽³⁰⁸⁾. Šīs pamatnostādnes neaptver standartus, kas attiecas uz profesionālu pakalpojumu sniegšanu, piemēram, noteikumus par tiesībām darboties brīvajās profesijās.

7.2. Konkrētie tirgi

438. Standartizācijas nolīgumi var ietekmēt četrus iespējamus tirgus, kas jādefinē saskaņā ar Paziņojumu par tirgus definīciju. Pirmkārt, standartu izstrāde var ietekmēt to preču vai pakalpojumu tirgus, uz kuriem attiecas konkrētais standarts. Otrkārt, ja standarta izstrāde ir saistīta ar tehnoloģiju izstrādi vai atlasī vai ja intelektuālā īpašuma tiesības pārdod atsevišķi no produktiem, uz kuriem tās attiecas, standarts var ietekmēt konkrēto tehnoloģiju tirgu⁽³⁰⁹⁾. Treškārt, standartu izstrādes tirgus var tikt ietekmēts, ja ir vairākas standartu izstrādes struktūras vai standartizācijas nolīgumi. Ceturkārt, attiecīgos gadījumos standartizācija var ietekmēt konkrētu testēšanas un sertificēšanas tirgu.

7.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

7.3.1. Galvenās konkurences problēmas

439. Standartizācijas nolīgumi parasti ļoti labvēlīgi ietekmē ekonomiku⁽³¹⁰⁾, piemēram, sekmējot mijiedarbību starp ekonomikas dalībniekiem iekšējā tirgū un veicinot jaunu un uzlabotu produktu vai tirgu attīstību un piegādes nosacījumu pilnveidi. Tādējādi standarti parasti palielina konkurenci un palīdz samazināt izlaides un pārdošanas izmaksas, kopumā nākot par labu ekonomikai. Standarti var palīdzēt saglabāt un uzlabot produktu kvalitāti un drošumu; tie sniedz informāciju un nodrošina sadarbību un saderību (tādējādi nodrošinot lielāku labumu patērētājiem).
440. Attiecībā uz standartiem, kas saistīti ar intelektuālā īpašuma tiesībām (turpmāk "IĪT")⁽³¹¹⁾, ir iespējams izšķirt trīs galvenās uzņēmumu grupas, kam ir atšķirīgas intereses standartu izstrādes procesā.
- a) Pirmkārt, ir uzņēmumi, kas darbojas vienīgi augšupējos tirgos un tikai izstrādā un pārdod tehnoloģijas. Tas ietver arī uzņēmumus, kas iegādājas tehnoloģiju nolūkā to licencēt. To vienīgais ienākumu avots ir licencēšanas ieņēmumi, tāpēc tie ir ieinteresēti autoratlīdzības apmēra palielināšanā.
- b) Otrkārt, ir uzņēmumi, kas darbojas vienīgi lejupējos tirgos un ražo preces vai sniedz pakalpojumus, izmantojot vienīgi citu izstrādātas tehnoloģijas, bet attiecīgās IĪT tiem nepieder. Šai grupai autoratlīdzības ir nevis ienākumu avots, bet gan izmaksu postenis, tāpēc tā ir ieinteresēta autoratlīdzības apmēra samazināšanā.
- c) Visbeidzot, ir integrēti uzņēmumi, kas gan izstrādā tehnoloģijas, ko aizsargā IĪT, gan ražo produktus, kuru ražošanai tiem nepieciešama licence. Šiem uzņēmumiem ir divējāda motivācija. No vienas puses, tie var gūt licencēšanas ieņēmumus no savām IĪT. No otras puses, tiem var nākties maksāt autoratlīdzību citiem uzņēmumiem, kam pieder IĪT, kuras ir būtiskas standartam, kas attiecas uz to produktiem. Tāpēc tie varētu būt ieinteresēti savstarpējā licencēšanā, ļaujot izmantot sev piederošās būtiskās IĪT apmaiņā pret citiem uzņēmumiem piederošām būtiskām IĪT, vai arī savu IĪT izmantošanā aizsargājošā veidā. Turklāt uzņēmumi var savu IĪT novērtēšanai izmantot nevis autoratlīdzības, bet gan citas metodes. Praksē daudzi uzņēmumi izmanto minētos uzņēmējdarbības modeļus jaukti.

⁽³⁰⁶⁾ Sk. 2009. gada 26. marta spriedumu *Selex Sistemi Integrati*/Komisija, C-113/07 P, EU:C:2009:191, 92. punktu.

⁽³⁰⁷⁾ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) Nr. 1025/2012 (2012. gada 25. oktobris) par Eiropas standartizāciju, ar ko groza Padomes Direktīvas 89/686/EEK un 93/15/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 94/9/EK, 94/25/EK, 95/16/EK, 97/23/EK, 98/34/EK, 2004/22/EK, 2007/23/EK, 2009/23/EK un 2009/105/EK, un ar ko atceļ Padomes Lēmumu 87/95/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Lēmumu Nr. 1673/2006/EK (OV L 316, 14.11.2012., 12. lpp.).

⁽³⁰⁸⁾ Sk. 2010. gada 12. maija spriedumu *EMC Development*/Komisija, T-432/05, EU:T:2010:189.

⁽³⁰⁹⁾ Sk. 2. nodaļu par pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kā arī Pamatnostādnes par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta piemērošanu tehnoloģiju nodošanas nolīgumiem (OV C 89, 28.3.2014., 3. lpp.), 20.–26. punktu) (turpmāk "Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādnes"), kurās aplūkoti tirgus definēšanas aspekti, kas ir īpaši svarīgi tehnoloģiju tiesību licencēšanas jomā. Piemēru tirgus definēšanai, pamatojoties uz minētajām pamatnostādnēm, sk. Komisijas lēmumā lietā AT.39985, *Motorola – GPRS standartam būtisku patentu īstenošana*, 184.–220. apsvērumā.

⁽³¹⁰⁾ Sk. arī 475. punktu.

⁽³¹¹⁾ Šajā nodaļā IĪT jo īpaši attiecas uz patentiem (izņemot nepublicētus patenta pieteikumus). Tomēr tie paši principi būtu jāpiemēro arī tad, ja citu veidu IĪT piešķir to subjektam faktisku kontroli pār standarta izmantošanu.

441. Standartizācijā iesaistītās personas ne vienmēr ir konkurenti. Taču noteiktos apstākļos, kad standartizācijā ir iesaistīti konkurenti, tā var arī radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, ierobežojot cenu konkurenci un ierobežojot vai kontrolējot ražošanu, tirgus, inovāciju vai tehnisko attīstību. Kā sīkāk paskaidrots turpmāk, trīs galvenie veidi, kā tas var notikt, ir šādi: a) cenu konkurences ierobežošana, b) tirgus piekļuves ierobežošana inovatīvām tehnoloģijām un c) dažu uzņēmumu izslēgšana no tirgus vai diskriminēšana, liedzot faktisku piekļuvi attiecīgajam standartam.
442. Pirmkārt, uzņēmumu iesaistīšanās konkurenci ierobežojošā informācijas apmaiņā saistībā ar standartu varētu vājināt vai likvidēt cenu konkurenci konkrētajos tirgos vai ierobežot vai kontrolēt ražošanu, tādējādi veicinot aizliegtu vienošanos tirgū⁽³¹²⁾.
443. Otrkārt, standarti, kas nosaka sīki izstrādātas produktu vai pakalpojumu tehniskās specifikācijas, var ierobežot tehnisko attīstību un inovāciju. Standarta izstrādes laikā alternatīvas tehnoloģijas var konkurēt par iekļaušanu standartā. Tiklīdz viena tehnoloģija ir izraudzīta iekļaušanai standartā un standarts ir noteikts, dažas tehnoloģijas un uzņēmumi var saskarties ar šķēršļiem ienākšanai tirgū un potenciāli tikt izslēgti no tā. Turklāt standarti, kas nosaka, ka ir jāizmanto tikai konkrēta tehnoloģija, var kavēt citu tehnoloģiju izstrādi un izplatīšanos. Tāda pati ietekme var rasties arī tad, ja citu tehnoloģiju izstrādi kavē prasība standarta izstrādes organizācijas (turpmāk "SIO") dalībniekiem izmantot vienīgi konkrētu standartu. Inovācijas ierobežošanas risks palielinās, ja viens vai vairāki uzņēmumi tiek nepamatoti izslēgti no standartizācijas procesa.
444. Treškārt, standartizācija var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, ja dažiem uzņēmumiem ir liegta iespēja faktiski piekļūt standartizācijas procesa rezultātiem (t. i., specifikācijām un/vai standarta īstenošanai nepieciešamajām būtiskajām IĪT). konkurenci ierobežojošas ietekmes risks pastāv, ja uzņēmumam ir vispār liegta iespēja piekļūt standartizācijas rezultātiem vai piekļuve ir atļauta tikai ar nesamērīgiem vai diskriminējošiem noteikumiem. Kārtība, kas paredz jau iepriekš izpaust potenciāli būtiskas IĪT, var palielināt iespējamību, ka standarts būs faktiski pieejams⁽³¹³⁾, jo tā ļauj dalībniekiem noskaidrot, kuras tehnoloģijas ir vai nav aizsargātas ar IĪT. Intelektuālā īpašuma tiesību aktiem un konkurences tiesību aktiem ir vienādi mērķi⁽³¹⁴⁾ – veicināt patērētāju labklājību un inovāciju, kā arī resursu efektīvu sadali. Intelektuālā īpašuma tiesības sekmē dinamisku konkurenci, rosinot uzņēmumus investēt līdzekļus jaunu vai uzlabotu produktu un procesu izstrādē. Tādējādi IĪT principā veicina konkurenci. Tomēr dalībnieks, kam pieder būtiskas IĪT, kas ir nepieciešamas standarta īstenošanai, konkrētā standartizācijas procesā varētu arī izmantot šīs tiesības, lai iegūtu kontroli pār standarta izmantošanu. Gadījumos, kad standarts ir šķērslis ienākšanai tirgū, šis uzņēmums varētu šādi kontrolēt to produktu vai pakalpojumu tirgu, uz kuru attiecas konkrētais standarts. Tas, savukārt, varētu dot uzņēmumiem iespēju vājināt konkurenci, piemēram, atsakoties licencēt nepieciešamās IĪT vai pieprasot pārmērīgu maksu, t. i., nosakot diskriminējošu vai pārmērīgu autoratlīdzību⁽³¹⁵⁾ un tādējādi liedzot faktisku piekļuvi standartam ("aizturēšanas stratēģija"). Iespējama arī pretēja situācija, kad licencēšanas sarunas ievelkas vienīgi ar standarta lietotāju saistītu iemeslu dēļ. Tas var ietvert, piemēram, atteikumu maksāt autoratlīdzību ar taisnīgiem, samērīgiem un nediskriminējošiem nosacījumiem ("FRAND") vai novilcināšanas stratēģiju izmantošanu ("ignorēšanas stratēģija")⁽³¹⁶⁾.

⁽³¹²⁾ Atkarībā no standarta izstrādes dalībnieku loka var rasties ierobežojumi, kas ietekmē vai nu piedāvājumu, vai pieprasījumu standartizētā produkta tirgū.

⁽³¹³⁾ Ja papildus ir arī saistības par taisnīgiem, samērīgiem un nediskriminējošiem licencēšanas nosacījumiem ("FRAND saistības"). Sk. 451.–457. punktu.

⁽³¹⁴⁾ Sk. Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādnes, 7. punktu.

⁽³¹⁵⁾ Augsta autoratlīdzība var tikt atzīta par pārmērīgu vienīgi tad, ja ir izpildīti Līguma 102. pantā un Eiropas Savienības Tiesas judikatūrā paredzētie nosacījumi, kas liecina par dominējoša stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu. Sk., piemēram, 1978. gada 14. februāra spriedumu *United Brands*, lieta 27/76, EU:C:1978:22.

⁽³¹⁶⁾ Lai gan bažas par aizturēšanas un ignorēšanas stratēģijām parasti pēc būtības ir vienpusējas, bažas par aizturēšanas stratēģiju parasti izriet no paša standartizācijas nolīguma, savukārt bažas par ignorēšanas stratēģiju ir saistītas ar IĪT nemateriālo raksturu. Citiem vārdiem sakot, standartizācijas procesā standarta izstrādes dalībnieki vienojas par konkrētu tehnoloģisku risinājumu starp (potenciāli) konkurējošām tehnoloģijām, kurš var radīt tirgus varu, ko standartam būtisko IĪT subjekts var izmantot, lai "aizturētu" īstenotājus. Turpretī īstenotāja, kas nevēlas izņemt licenci, ignorēšanas stratēģija ir nevis standartizācijas rezultāts, bet gan izriet no fakta, ka IĪT subjekti galu galā var novērst nelicencētu izmantošanu tikai tiesas ceļā. Prasībām, ko Tiesa spriedumā *Huawei/ZTE* noteikusi standartam būtisku IĪT īstenotājiem, lai tie izvairītos no valsts tiesas izdota priekšraksta, parasti būtu jānodrošina pietiekama aizsardzība pret ignorēšanas stratēģiju Eiropas Savienībā; sk. 2015. gada 16. jūlija spriedumu *Huawei Technologies Co. Ltd / ZTE Corp.* un *ZTE Deutschland GmbH*, C-170/13, EU:C:2015:477, it īpaši 65., 66. un 67. punktu.

445. Taču pat tad, ja standarta noteikšana var radīt vai palielināt tādu IĪT subjektu tirgus varu, kuriem pieder standartam būtiskas IĪT, netiek prezumēts, ka standartam būtisku IĪT turēšana vai īstenošana ir pielīdzināma tirgus varai vai tās izmantošanai. Jautājums par tirgus varu jāizvērtē katrā gadījumā atsevišķi ⁽³¹⁷⁾.

7.3.2. Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ

446. Nolīgumiem, kuros standartu izmanto kā daļu no plašāka ierobežojoša nolīguma, kura nolūks ir izstumt no tirgus faktiskus vai potenciālus konkurentus, ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Šajā kategorijā ietilptu, piemēram, nolīgums, saskaņā ar kuru valsts ražotāju apvienība nosaka standartu un izdara spiedienu uz trešām personām, lai tās netirgotu standartam neatbilstošus produktus, vai dominējošā produkta ražotāji aizliegtā veidā vienojas, lai nepieļautu jaunas tehnoloģijas iekļaušanu jau spēkā esošā standartā ⁽³¹⁸⁾.

447. Nolīgumi, kuru nolūks ir vājināt konkurenci, izmantojot pašu ierobežojošāko licencēšanas noteikumu izpaušanu pirms standarta pieņemšanas, lai slēptā veidā kopīgi noteiktu cenas produktiem lejupējos tirgos vai aizstājošām intelektuālā īpašuma tiesībām vai tehnoloģijām, ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ ⁽³¹⁹⁾.

7.3.3. Konkurenci ierobežojošā ietekme

7.3.3.1. Nolīgumi, kas parasti neierobežo konkurenci

448. Lai novērtētu, kā konkurenci faktiski ietekmē vai var ietekmēt standartizācijas nolīgumi, kas neierobežo konkurenci mērķa dēļ, tie jāanalizē juridiskajā un ekonomiskajā kontekstā, tajā skaitā ņemot vērā ietekmēto preču, pakalpojumu vai tehnoloģiju veidu, faktiskos attiecīgā tirgus vai tirgu darbības un struktūras apstākļus. Bez tirgus varas ⁽³²⁰⁾ standartizācijas nolīgums nevar radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi. Tāpēc ir visai maz ticams, ka ierobežojoša ietekme varētu rasties gadījumos, kad savstarpēji faktiski konkurē vairāki brīvprātīgi standarti.
449. Attiecībā uz standartu izstrādes nolīgumiem, kas varētu radīt tirgus varu, 451.–457. punktā ir sniegti nosacījumi, saskaņā ar kuriem šādi nolīgumi parasti neietilpst 101. panta 1. punkta piemērošanas jomā.
450. Ja kādā nolīgumā daļēji vai pilnībā nav ievēroti šajā iedaļā aprakstītie principi, tas nedod pamatu prezumēt, ka nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr tādā gadījumā būs jāveic pašnovērtējums, lai noskaidrotu, vai uz nolīgumu attiecas 101. panta 1. punkts, un, ja tā – vai ir izpildīti 101. panta 3. punkta nosacījumi. Jāatceras, ka pastāv dažādi atzīti standartizācijas modeļi un ka konkurence šajos modeļos un starp šādiem modeļiem ir pozitīvi vērtējama tirgus ekonomikas iezīme. Tāpēc SIO var pilnīgi brīvi ieviest noteikumus un procedūras, kas atšķiras no 451.–457. punktā minētajiem, ja ar tiem netiek pārkāpti konkurences noteikumi.
451. Ja līdzdalība standarta izstrādē nav ierobežota un attiecīgā standarta pieņemšanas procedūra ir pārredzama, standartizācijas nolīgumi, kas neuzliek pienākumu ievērot ⁽³²¹⁾ standartu un nodrošina faktisku piekļuvi standartam atbilstoši FRAND nosacījumiem, parasti neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.
452. Konkrētāk, lai nodrošinātu neierobežotu līdzdalību, SIO noteikumos būtu jānosaka, ka standarta izvēles procesā var piedalīties visi konkurenti, kuri darbojas tirgū vai tirgos, ko ietekmēs šis standarts ⁽³²²⁾. SIO būtu arī jānosaka objektīvas un nediskriminējošas procedūras balsstiesību piešķiršanai, kā arī attiecīgos gadījumos objektīvi kritēriji standartā iekļaujamās tehnoloģijas izvēlei.

⁽³¹⁷⁾ Sk. Komisijas lēmumu lietā AT.39985, *Motorola – GPRS standartam būtisku patentu īstenošana*, 221.–270. apsvērumu.

⁽³¹⁸⁾ Sk., piemēram, 147. apsvērumu Komisijas lēmumā lietā IV/35.691, *Pre-insulated pipes*, kurā par vienu no 101. panta pārkāpumiem ir atzīta "normu un standartu izmantošana, lai nepieļautu vai aizkavētu jaunas tehnoloģijas ieviešanu, kas ļautu pazemināt cenas".

⁽³¹⁹⁾ Šis punkts nedrīkstētu kavēt 474. punktā aprakstīto *ex ante* izpaušanu gadījumos, kad atsevišķi IĪT subjekti izpauž pašus ierobežojošākos licencēšanas noteikumus attiecībā uz standartam būtiskiem patentiem vai visi IĪT subjekti izpauž maksimālo summāro autoratlīdzības likmi. Tas arī neliedz veidot patentu kopfondus saskaņā ar Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādņu IV.4. iedaļā sniegtajiem principiem vai pieņemt lēmumus par standartam būtisku IĪT licencēšanu bez autoratlīdzības, kā aprakstīts šajā nodaļā.

⁽³²⁰⁾ Sk. arī 1. nodaļu "Ievads". Attiecībā uz tirgus daļām sk. arī 472. punktu.

⁽³²¹⁾ Šajā saistībā sk. arī 464. punktu.

⁽³²²⁾ Ar neierobežotu līdzdalību būtu jāsaprot līdzdalība visos procesa posmos, arī līdzdalība standartizācijas procesa sagatavošanās posmā, kas notiek SIO ietvaros, saistībā ar konkrētu SIO īpašām interešu grupām.

453. Attiecībā uz pārredzamību attiecīgajai SIO būtu jāpieņem procedūras, kas katrā standarta izstrādes procesa posmā ļautu ieinteresētajām personām faktiski un laicīgi iegūt informāciju par paredzēto, notiekošo un pabeigto standartizācijas darbu.
454. Turklāt SIO noteikumiem būtu jānodrošina faktiska piekļuve standartam atbilstoši FRAND nosacījumiem ⁽³²³⁾.
455. Ja SIO izstrādā standartus, kas skar IĪT, skaidra un sabalansēta, konkrētajai nozarei un attiecīgās organizācijas vajadzībām pielāgota IĪT politika ⁽³²⁴⁾ palielina iespējamību, ka standartu īstenotājiem tiks piešķirta faktiska piekļuve.
456. Lai nodrošinātu faktisku piekļuvi standartam, IĪT politikā būtu jāparedz, ka dalībniekiem, kas vēlas, lai to IĪT tiktu iekļautas standartā, jāuzņemas neatsaucamas rakstiskas saistības izsniegt ikvienai trešai personai licenci uz savām būtiskajām IĪT ar FRAND nosacījumiem (turpmāk "FRAND saistības") ⁽³²⁵⁾. Šīs saistības būtu jāuzņemas pirms standarta pieņemšanas. Vienlaikus IĪT politikā būtu jāparedz, ka IĪT subjekti var izslēgt konkrētu tehnoloģiju no standarta izstrādes procesa un līdz ar to atteikties no FRAND saistībām ar noteikumu, ka tas notiek standarta izstrādes agrīnā posmā. Lai nodrošinātu FRAND saistību iedarbīgumu, būtu jāparedz, ka visiem iesaistītajiem IĪT subjektiem, kas uzņemas šīs saistības, jānodrošina, ka šīs saistības būtu saistošas ikvienam uzņēmumam, kuram IĪT subjekts nodod savas IĪT (tostarp tiesības licencēt šīs IĪT), piemēram, iekļaujot attiecīgu punktu pārdošanas un pirkšanas līgumā. Jānorāda, ka FRAND var attiekties arī uz licencēm, ko piešķir bez autoratlīdzības.
457. Turklāt IĪT politikā būtu jāparedz, ka dalībniekiem godprātīgi jāizpauž savas IĪT, kas varētu būt būtiskas izstrādājamā standarta īstenošanai ⁽³²⁶⁾. Tas ir svarīgi, lai a) nozares uzņēmumi varētu apzināti izvēlēties standartā iekļaujamo tehnoloģiju ⁽³²⁷⁾ un b) sasniegtu mērķi nodrošināt faktisku piekļuvi standartam. Standarta izstrādes procesā izpaušanu varētu atjaunināt, pamatojoties uz saprātīgiem centieniem identificēt IĪT apjomu attiecībā uz (topošo) standartu. Izpaužot IĪT attiecībā uz patentiem, būtu jānorāda vismaz patenta vai patenta pieteikuma numurs. Ja šī informācija vēl nav pieejama publiski, ir pietiekami, ja dalībnieks paziņo, ka tas saistībā ar konkrētu tehnoloģiju varētu pretendēt uz IĪT atlīdzību, bet nenorāda konkrētus IĪT atlīdzības apmērus vai IĪT pieteikumus (t. s. "vispārīgais paziņojums") ⁽³²⁸⁾. Dalībnieki būtu arī jāmodina atjaunināt izpausto informāciju līdz standarta pieņemšanas procesa noslēgumam, jo īpaši, ja izmaiņas informācijā var ietekmēt intelektuālā īpašuma tiesību būtiskumu vai spēkā esību. Tā kā SIO, kas izstrādā standartus bez autoratlīdzības ⁽³²⁹⁾, nesaskaras ar tādiem pašiem faktiskas piekļuves riskiem, uz tām IĪT izpaušana neattiektos.

⁽³²³⁾ Piemēram, būtu jānodrošina faktiska piekļuve standarta specifikācijai.

⁽³²⁴⁾ Kā norādīts 456. un 457. punktā. Sk. arī Komisijas paziņojumu Eiropas Parlamentam, Padomei un Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai "Standartam būtiskiem patentiem piemērojamās ES pieejas izklāsts" (turpmāk "Paziņojums par standartam būtiskiem patentiem") (COM(2017) 712 final).

⁽³²⁵⁾ Sk. 2015. gada 16. jūlija spriedumu *Huawei Technologies Co. Ltd/ZTE Corp.* un *ZTE Deutschland GmbH*, C-170/13, EU:C:2015:477, 53. punktu: "Šajos apstākļos, ievērojot, ka apņemšanās piešķirt licences ar FRAND nosacījumiem trešajām personām rada tiesisku palāvēību, ka SEP īpašnieks tām patiešām piešķirs licences ar šādiem nosacījumiem, SEP īpašnieka attieksšanās piešķirt licenci ar tādiem pašiem nosacījumiem var principā būt ļaunprātīga izmantošana LESD 102. panta izpratnē". Sk. arī Komisijas lēmumu lietā AT.39985 – *Motorola – GPRS standartam būtisku patentu īstenošana*, 417. punktu: "Standartizācijas process, kura rezultātā tika pieņemts GPRS standarts, un Motorola brīvprātīgā apņemšanās licencēt Cudak SEP ar FRAND nosacījumiem sniedza GPRS standarta īstenošanai tiesisko palāvēību, ka Motorola licencēs tiem šo SEP, ja viņi piekritīs saņemt licenci ar FRAND noteikumiem".

⁽³²⁶⁾ Godprātīga izpaušana nenozīmē, ka vēlamā rezultāta panākšanas vārdā dalībniekiem būtu jāsalīdzina savas IĪT ar potenciālo standartu un jāsniedz paziņojums, noteikti apstiprinot, ka tiem nepieder ar šo standartu saistītas IĪT.

⁽³²⁷⁾ Pretējā gadījumā rodas t. s. "patentu slazds", kad uzņēmums, kas piedalās standartizācijas procesā, apzināti noklusē, ka tam pieder topošajam standartam būtiski patenti, un paziņo par šādiem patentiem vienīgi pēc standarta pieņemšanas, padarot pārējos uzņēmumus atkarīgus no standarta, ko tie ir spiesti izmantot. Ja standartizācijas procesā rodas "patentu slazds", tas mazina ticību procesam, jo rezultātīvs standartizācijas process ir priekšnoteikums tehniskajai attīstībai un tirgus attīstībai kopumā, kas nāk par labu patērētājiem. Sk., piemēram, Komisijas 2009. gada 9. decembra lēmumu lietā COMP/38.636, *RAMBUS* (OV C 30, 6.2.2010, 17. lpp.).

⁽³²⁸⁾ Dalībnieki būtu jāaicina papildināt savu iepriekšējo vispārīgo paziņojumu ar patenta numuru un/vai patenta pieteikuma numuriem, kad šāda informācija kļūst publiski pieejama.

⁽³²⁹⁾ Tas pats attiektos uz gadījumu, kad organizācija piemēro licencēšanas politiku, kas balstīta uz vienreizēju nominālo maksu.

458. FRAND saistības ir paredzētas, lai nodrošinātu, ka standartā iekļautās būtiskās, ar IĪT aizsargātās tehnoloģijas ir pieejamas attiecīgā standarta lietotājiem ar taisnīgiem, samērīgiem un nediskriminējošiem noteikumiem. Proti, FRAND saistības var liegt IĪT subjektiem apgrūtināt standarta īstenošanu, atsakoties izdot licenci vai pieprasot netaisnīgu vai nesamērīgu (t. i., pārmērīgu) maksu pēc tam, kad nozare jau ir kļuvusi atkarīga no standarta, un/vai pieprasot diskriminējošu autoratlīdzību⁽³³⁰⁾. Vienlaikus FRAND saistības ļauj IĪT subjektiem gūt no savām tehnoloģijām ieņēmumus FRAND autoratlīdzību veidā un atbilstoši turpmākajos punktos sniegtajiem principiem gūt samērīgu peļņu no savām pēc būtības riskantajām investīcijām pētniecībā un izstrādē. Tas var nodrošināt turpmākus stimulus vislabākās pieejamās tehnoloģijas iekļaušanai standartā.
459. Lai SIO ievērotu 101. pantu, tai nav jāpārbauda, vai dalībnieku licencēšanas nosacījumi atbilst FRAND saistībām⁽³³¹⁾. Dalībniekiem pašiem ir jānovērtē, vai licencēšanas nosacījumi un jo īpaši to pieprasītā maksa atbilst FRAND saistībām. Tāpēc, lemjot par FRAND saistību uzņemšanos attiecībā uz konkrētām IĪT, dalībniekiem būs jāprognozē FRAND saistību sekas, jo īpaši tas, kā šīs saistības ietekmēs dalībnieku spēju brīvi noteikt maksas apmēru.
460. Lai domstarpību gadījumā izvērtētu, vai saistībā ar standartizāciju pieprasītā IĪT piekļuves maksa nav netaisnīga vai nesamērīga, būtu jānosaka maksas apmēra un IĪT ekonomiskās vērtības samērīgums⁽³³²⁾. IĪT ekonomisko vērtību varētu noteikt, pamatojoties uz attiecīgo IĪT pašreizējo pievienoto vērtību, bet nebūtu jāņem vērā produktu panākumi tirgū, kas nav saistīti ar patentēto tehnoloģiju⁽³³³⁾. Pastāv vairākas novērtējuma metodes⁽³³⁴⁾, un parasti praksē bieži izmanto vairāk nekā vienu metodi, lai kompensētu konkrētās metodes trūkumus un veiktu rezultātu kontrolpārbaudi⁽³³⁵⁾. Var salīdzināt konkrētā uzņēmuma pieprasīto licencēšanas maksu par attiecīgajām IĪT konkurences apstākļos pirms standarta izstrādes nozarē (*ex ante*), ar otras labākās pieejamās alternatīvas maksu/autoratlīdzību (*ex ante*) vai ar vērtību/pieprasīto autoratlīdzību pēc tam, kad nozare ir kļuvusi atkarīga no standarta (*ex post*). Izmantojot šo metodi, pieņem, ka salīdzināšanu ir iespējams veikt konsekventi un ticami⁽³³⁶⁾.
461. Novērtējuma veikšanu varētu uzticēt arī neatkarīgiem ekspertiem, lai iegūtu objektīvu atzinumu par to, cik nozīmīgas un būtiskas attiecīgajam standartam ir konkrētās IĪT. Attiecīgā gadījumā konkrētā standartizācijas procesā atsaucei var izmantot arī *ex ante* izpaustos licencēšanas noteikumus, tai skaitā atsevišķās vai kopējās autoratlīdzības par attiecīgajām IĪT. Var būt iespējams arī salīdzināt licencēšanas noteikumus intelektuālā īpašuma tiesību subjekta nolīgumos ar citiem tā paša standarta īstenošanai. Par FRAND autoratlīdzības likmju atskaites punktu var izmantot arī autoratlīdzības likmes, kas par tām pašām IĪT jāmaksā attiecībā uz citiem salīdzināmiem standartiem. Izmantojot šīs metodes, pieņem, ka salīdzināšanu ir iespējams veikt konsekventi un ticami, un autoratlīdzības likmju līmenis nav tirgus varas neatļautas izmantošanas rezultāts. Vēl viena metode paredz vispirms noteikt visu attiecīgo IĪT kopējo vērtību un pēc tam – uz konkrēto IĪT subjektu attiecināmo daļu. Šo pamatnostādņu nolūks nav sniegt izsmēlošu sarakstu ar visām piemērotajām metodēm, ko var izmantot, lai noteiktu, vai autoratlīdzības maksas nav pārmērīgas vai diskriminējošas saskaņā ar 102. punktu.

⁽³³⁰⁾ Sk. arī 2015. gada 16. jūlija spriedumu *Huawei Technologies Co. Ltd/ZTE Corp.* un *ZTE Deutschland GmbH*, C-170/13, EU: C:2015:477, kura 71. punktā teikts, ka prasības celšana par patenta aizskārums var tikt atzīta par dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu LESD 102. panta izpratnē, ja līdz prasības celšanai pret personu, kas vēlas saņemt licenci, nav veiktas darbības, ko Tiesa ir uzskatījusi savā spriedumā.

⁽³³¹⁾ Standarta izstrādes organizācijas nepiedalās sarunās par licencēšanas nosacījumiem vai to rezultātā noslēgtajos nolīgumos.

⁽³³²⁾ Sk. 1978. gada 14. februāra spriedumu *United Brands*, 27/76, EU:C:1978:22, 250. punktu; sk. arī 2009. gada 16. jūlija spriedumu *Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland*/Komisija, C-385/07 P, EU:C:2009:456, 142. punktu.

⁽³³³⁾ Paziņojums par standartam būtiskiem patentiem, 7. lpp.

⁽³³⁴⁾ Principā uz izmaksām balstītas metodes var nebūt piemērotākā izvēle, it īpaši tāpēc, ka novērtēt uz konkrēto patentu vai patentu grupu izstrādi attiecināmās izmaksas ir sarežģīti, un šādas metodes var kropļot inovāciju stimulus.

⁽³³⁵⁾ Šeit aprakstītās metodes nav vienīgās, un FRAND likmju noteikšanai var izmantot citas metodes, kas pēc būtības atbilst aprakstītajām metodēm. Sk. arī Chrysosula Pentheroudakis, Justus A. Baron (2017), *Licensing Terms of Standard Essential Patents. A Comprehensive Analysis of Cases*. JRC Science for Policy Report. EUR 28302 EN; doi:10.2791/193948.

⁽³³⁶⁾ Sk. 1989. gada 13. jūlija spriedumu *Tournier*, C-395/87, EU:C:1989:319, 38. punktu; 1989. gada 13. jūlija spriedumu *Lucazeau* un citi/SACEM un citi, lietas 110/88, 241/88 un 242/88, EU:C:1989:326, 33. punktu.

462. Tomēr jāuzsver, ka nekas šajās pamatnostādņēs neskar pušu iespēju risināt ar FRAND autoratlīdzības likmēm saistītos strīdus, iesniedzot prasību kompetentā civiltiesā vai komercietu tiesā vai izmantojot alternatīvas strīdu izšķiršanas metodes ⁽³³⁷⁾.

7.3.3.2. Standartizācijas nolīgumu novērtējums, pamatojoties uz to ietekmi

463. Standartizācijas nolīguma novērtējumā jāņem vērā standarta iespējamā ietekme uz attiecīgajiem tirgiem. Analizējot standartizācijas nolīgumus, jāpievērš uzmanība sektora un nozares iezīmēm. Turpmākie apsvērumi attiecas uz visiem standartizācijas nolīgumiem, kuros ir atkāpes no 451.–457. punktā sniegtajiem principiem.

a) Brīvprātība standarta ievērošanā

464. Iespējamība, ka standartizācijas nolīgums var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, var būt atkarīga no tā, vai SIO dalībnieki var brīvi izstrādāt alternatīvus standartus vai produktus, kas neatbilst saskaņotajam standartam ⁽³³⁸⁾. Piemēram, ja standartizācijas nolīgums paredz, ka dalībniekiem ir pienākums ražot tikai standartam atbilstošus produktus, ievērojami pieaug risks, ka tas varētu negatīvi ietekmēt konkurenci, un konkrētos apstākļos varētu uzskatīt, ka tas ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ ⁽³³⁹⁾. Pēc tā paša principa standarti, kas attiecas tikai uz mazsvarīgiem galaproduktu aspektiem, jo īpaši ja tajos nav ietvertas būtiskas IĪT, varētu radīt konkurences problēmas retāk nekā vispusīgāki standarti.

b) Piekļuve standartam

465. Novērtējot, vai nolīgums ierobežo konkurenci, ņem vērā arī piekļuvi standartam. Ja dalībniekiem vai trešām personām (kas nav attiecīgās SIO dalībnieki) standarta rezultāts (t. i., standarta ievērošanas specifikācija un attiecīgos gadījumos standarta īstenošanai vajadzīgās būtiskās intelektuālā īpašuma tiesības) vispār nav pieejams, tas var izraisīt tirgus piekļuves ierobežošanu vai tirgus segmentāciju un tādējādi ierobežot konkurenci. Konkurences ierobežojumi ir iespējami arī tad, ja atsevišķi dalībnieki vai trešās personas var piekļūt standarta rezultātam vienīgi ar diskriminējošiem vai nesamērīgiem noteikumiem. Taču, ja konkurē vairāki standarti vai pastāv faktiskā konkurence starp standartizēto risinājumu un nestandardizētu risinājumu, piekļuves ierobežojumiem var arī nebūt konkurenci ierobežojošu seku.
466. Ja standartizācijas nolīgumos paredzētie IĪT izpaušanas modeļi atšķiras no 457. punktā aprakstītajiem, ir katrā atsevišķā gadījumā jānovērtē, vai attiecīgais informācijas izpaušanas modelis (piemēram, modelis, saskaņā ar kuru IĪT informācijas izpaušana ir tikai ieteicama, bet ne obligāta) garantē faktisku piekļuvi standartam. Standartu izstrādes nolīgumi, kuri paredz izpaust informāciju par visu pie standarta piederošo IĪT iezīmēm un pievienoto vērtību un tādējādi uzlabo pārredzamību standartizācijā iesaistītajām personām, principā neierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

c) Līdzdalība standarta izstrādē

467. Ja atsevišķiem uzņēmumiem tiek liegta iespēja ietekmēt standarta izvēli un definīciju (izņemot, kā aprakstīts 470. punktā), tas var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi. Turpretī, ja līdzdalība standarta izstrādes procesā ir atklāta, konkurenci ierobežojošu seku riski ir mazāki ⁽³⁴⁰⁾.
468. Atklātu līdzdalību var nodrošināt, ļaujot standarta izstrādē un izvēlē piedalīties visiem konkurentiem un/vai attiecīgajām ieinteresētajām personām standarta ietekmētajā tirgū.
469. Jo lielāka ir standarta iespējamā ietekme uz tirgu un jo plašākas tā potenciālās piemērošanas jomas, jo svarīgāk ir nodrošināt vienlīdzīgu piekļuvi standartizācijas procesam.

⁽³³⁷⁾ Ja abas puses tam piekrīt, strīdus par standartiem būtisku patentu FRAND nosacījumiem var izšķirt arī neatkarīga trešā persona, piemēram, šķīrējtiesnesis. Sk., piemēram, 2015. gada 16. jūlija spriedumu *Huawei Technologies Co. Ltd/ZTE Corp.* un *ZTE Deutschland GmbH*, C-170/13, EU:C:2015:477, 68. punktu, un Komisijas 2014. gada 29. aprīļa lēmumu lietā AT. 39939, *Samsung – GPRS standartam būtisku patentu īstenošana*, 78. apsvērumu.

⁽³³⁸⁾ Sk. Komisijas lēmumu lietā IV/29/151, *Philips/VCR*, kura 23. apsvērumā teikts: “Tā kā šie standarti bija paredzēti VCR iekārtu ražošanai, pusēm bija pienākums ražot un izplatīt tikai Philips licencētajai VRC sistēmai atbilstošas kasetes un magneto fonus. Tām bija aizliegts pāriet uz citu videokasešu sistēmu ražošanu un izplatīšanu. Tas bija konkurences ierobežojums saskaņā ar 85. panta 1. punkta b) apakšpunktu”.

⁽³³⁹⁾ Sk. Komisijas lēmumu lietā IV/29/151, *Philips/VCR*, 23. apsvērumu.

⁽³⁴⁰⁾ Komisijas lēmumā lietā IV/31.458, *X/Open Group*, Komisija atzina, ka, lai arī pieņemtie standarti tika publiskoti, uzņēmumiem, kas nebija biedri, ierobežotās līdzdalības politikas dēļ bija liegta iespēja ietekmēt grupas darbu un iegūt ar standartiem saistīto zinātību un tehnisko kompetenci, kuru biedri, visticamāk, iegūtu. Turklāt uzņēmumi, kas nebija biedri, atšķirībā no biedriem nevarēja īstenot standartu pirms tā pieņemšanas (sk. 32. punktu). Tāpēc tika uzskatīts, ka nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

470. Tomēr noteiktās situācijās līdzdalības ierobežošanai var nebūt konkurenci ierobežojošu seku 101. panta 1. punkta nozīmē, piemēram, šādos gadījumos: a) ja pastāv konkurence starp vairākiem standartiem un SIO, b) ja atteikšanās no līdzdalības ierobežojumiem ⁽³⁴¹⁾ padarītu standarta pieņemšanu neiespējamu vai mazticamu vai c) ja līdzdalības ierobežojumi ir spēkā noteiktu laiku, tie tika noteikti procesa paātrināšanas nolūkā (piemēram, standartizācijas procesa sākumposmā) un visos būtiskajos posmos visiem konkurentiem ir nodrošināta iespēja iesaistīties standarta turpmākajā izstrādē.

471. Dažos gadījumos ierobežotas līdzdalības iespējamās negatīvā ietekme var novērst vai vismaz mazināt, nodrošinot, ka ieinteresētās personas tiek regulāri informētas par darba gaitu un iesaistītas apspriedēs ⁽³⁴²⁾. To var panākt, ieviešot procedūras kolektīvai ieinteresēto personu pārstāvībai. Jo vairāk ieinteresētās personas var ietekmēt procesu, kas noslēgsies ar standarta izvēli, un jo pārredzamāka ir standarta pieņemšanas procedūra, jo lielāka ir iespējamība, ka pieņemtajā standartā būs ievērotas visu ieinteresēto personu intereses.

d) Tirgus daļas

472. Lai novērtētu standartizācijas nolīguma ietekmi, būtu jāņem vērā standartizēto preču, pakalpojumu vai tehnoloģiju tirgus daļas. Agrīnā izstrādes posmā ne vienmēr var precīzi noteikt ⁽³⁴³⁾, vai standartu praksē pieņems ievērojama vai tikai maznozīmīga daļa attiecīgās nozares uzņēmumu. Gadījumos, kad standartā izmantotās tehnoloģijas nodrošina vertikāli integrēti uzņēmumi, standarta izstrādē iesaistīto uzņēmumu konkrētā tirgus daļas var izmantot par aizstājējvērtībām standarta iespējamās tirgus daļas aprēķināšanai (jo uzņēmumi, kas piedalās standarta izstrādē, lielākoties būs ieinteresēti standarta īstenošanā) ⁽³⁴⁴⁾. Tomēr, tā kā standartizācijas nolīgumu efektivitāte bieži ir samērīga ar standarta izstrādē un/vai piemērošanā iesaistīto nozares daļu, par iespējamību, ka standarts varētu radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, ne vienmēr var spriest, pamatojoties uz faktu, ka pusēm ir lielas tirgus daļas standarta ietekmētajā tirgū vai tirgos.

e) Diskriminācija

473. Ikviens standarta izstrādes nolīgums, kas acīmredzami diskriminē iesaistītos vai potenciālos dalībniekus, var radīt konkurences ierobežojumus. Piemēram, ja SIO nepārprotami norobežojas no uzņēmumiem, kas darbojas tikai augšupējos tirgos (t. i., uzņēmumiem, kuri nedarbojas lejupējos ražošanas tirgos), no tirgus varētu tikt izstumtas potenciāli labākas augšupējās tehnoloģijas.

f) Autoratlīdzības likmju ex ante izpaušana

474. Standartu izstrādes nolīgumi, kas paredz *ex ante* izpaušanu, nosakot, ka atsevišķiem IĪT subjektiem jāizpauž paši ierobežojošākie licencēšanas nosacījumi attiecībā uz standartam būtiskiem patentiem vai visiem IĪT subjektiem jāizpauž maksimālā summārā ⁽³⁴⁵⁾ autoratlīdzības likme, principā neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Šajā ziņā ir svarīgi, lai standarta izvēlē iesaistītās personas būtu pilnībā informētas ne vien par pieejamajiem tehniskajiem risinājumiem un ar tiem saistītajām IĪT, bet arī par iespējamajām IĪT izmaksām. Tāpēc gadījumos, kad SIO IĪT politika liek IĪT subjektiem pirms standarta pieņemšanas izpaust pašus ierobežojošākos licencēšanas nosacījumus, tostarp maksimālās autoratlīdzības likmes vai maksimālo summāro autoratlīdzības likmi, ko tie varētu pieprasīt, nolīgums parasti neradīs konkurences ierobežojumus 101. panta 1. punkta nozīmē ⁽³⁴⁶⁾. Šāda pašu ierobežojošāko licencēšanas nosacījumu vai maksimālās summārās autoratlīdzības likmes vienpusēja *ex ante* izpaušana varētu dot standarta izstrādē iesaistītajām personām iespēju pieņemt apzinātu lēmumu, pamatojoties uz informāciju par dažādu alternatīvu tehnoloģiju trūkumiem un priekšrocībām.

⁽³⁴¹⁾ Šādi ierobežojumi var izpausties kā ieinteresēto personu neiekļaušana standartizācijas nolīgumā vai ierobežotāka statusa piešķiršana noteiktiem dalībniekiem.

⁽³⁴²⁾ Sk. Komisijas 2009. gada 14. oktobra lēmumu lietā 39.416, *Kuģu klasifikācija*.

⁽³⁴³⁾ It īpaši ja standarta ieviešanas rezultātā varētu izveidoties jauns konkrētais tirgus.

⁽³⁴⁴⁾ Sk. 438. punktu.

⁽³⁴⁵⁾ Lai uzlabotu standarta īstenošanas iespējamo izmaksu pārredzamību, SIO varētu uzņemties iniciatīvu nodrošināt autoratlīdzību maksimālā kopapmēra izpaušanu. Autoratlīdzību kopapmērs var tikt sadalīts starp IĪT subjektiem līdzīgi kā patenti kopfonda koncepcijā.

⁽³⁴⁶⁾ Pašu ierobežojošāko licencēšanas nosacījumu vienpusējai vai kopīgai *ex ante* izpaušana nedrīkstētu kalpot par aizsegu kopīgai cenu noteikšanai vai nu lejupējiem produktiem, vai aizstājošām IĪT vai tehnoloģijām, kas ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ.

7.4. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

7.4.1. Efektivitātes pieaugums

475. Standartizācijas nolīgumi bieži rada ievērojamu efektivitātes pieaugumu. Piemēram, Savienības mēroga standarti var atvieglot tirgus integrāciju un dot uzņēmumiem iespēju tirgot preces un pakalpojumus visās dalībvalstīs, paplašinot patērētāju izvēles iespējas un pazeminot cenas. Standarti, kas nodrošina savstarpēju tehnisku sadarbību un saderību, bieži veicina konkurenci pēc būtības dažādu uzņēmumu tehnoloģiju starpā un palīdz novērst atkarību no konkrēta piegādātāja. Turklāt standarti var samazināt pārdevēju un pircēju darījumu izmaksas. Standarti, kas attiecas, piemēram, uz produktam izvirzītajām kvalitātes, drošuma un vides aspektu prasībām, var arī atvieglot patērētāju izvēli un palīdzēt uzlabot produktu kvalitāti. Standartiem ir arī būtiska loma inovācijā, proti, tie var saīsināt laiku, ko prasa jaunu tehnoloģiju laišana tirgū, un veicināt inovāciju, ļaujot uzņēmumiem pilnveidot saskaņotos risinājumus. Šis efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu.
476. Lai ar standartizācijas nolīgumiem panāktu efektivitātes pieaugumu, informācijai, kas nepieciešama standarta piemērošanai, jābūt faktiski pieejamai visiem, kas vēlas ienākt produktu/pakalpojumu tirgū, uz kuru attiecas standarts ⁽³⁴⁷⁾.
477. Standarta izplatību var sekmēt, izmantojot zīmes vai logotipus, kas apliecina atbilstību standartam un tādējādi sniedz klientiem pārliecību. Testēšanas un sertificēšanas nolīgumi pārsniedz standarta noteikšanas pamatmērķi un parasti attiecas uz atsevišķu tirgu.
478. Kaut arī ietekme uz inovāciju jāanalizē katrā gadījumā atsevišķi, standarti, kas nodrošina dažādu tehnoloģiju saderību horizontālā līmenī, var radīt efektivitātes pieaugumu.

7.4.2. Obligāta vajadzība

479. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada standartizācijas nolīgums, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.
480. Standartizācijas nolīguma novērtējumā jāņem vērā tā iespējamā ietekme uz konkrētajiem tirgiem, no vienas puses, un to ierobežojumu ietekme, kuri, iespējams, pārsniedz efektivitātes pieauguma mērķa sasniegšanai nepieciešamos, no otras puses ⁽³⁴⁸⁾.
481. Līdzdalībai standarta izstrādē parasti vajadzētu būt brīvi pieejamai visiem konkurentiem standarta ietekmētajā tirgū vai tirgos, ja vien šāda līdzdalība ievērojami neapgrūtinā procesa efektīvu norisi, piemēram, ilgi aizkavē pieņemšanas procesu ⁽³⁴⁹⁾. Ja līdzdalība standarta izstrādē ir ierobežota, tad, lai šādu dalības ierobežojumu atsvērtu efektivitātes pieaugums saskaņā ar 101. panta 3. punktu, visas šādas ierobežotas līdzdalības ierobežojošā ietekme būtu jālikvidē vai jāmazina ⁽³⁵⁰⁾.

⁽³⁴⁷⁾ Sk. Komisijas 1986. gada 15. decembra lēmumu lietā IV/31.458, X/Open Group, 42. apsvērumu: "Komisija uzskata, ka grupas gatavība pēc iespējas drīzāk darīt pieejamus rezultātus ir tās lēmuma piešķirt atbrīvojumu būtisks elements".

⁽³⁴⁸⁾ Komisijas lēmumā lietā IV/29/151, Philips/VCR, teikts, ka VCR standartu ievērošana noveda pie citu, iespējams, labāku sistēmu izstumšanas no tirgus. Šī izstumšana bija īpaši nopietns ierobežojums, ņemot vērā Philips vadošo stāvokli tirgū. "(...) Pusēm tika noteikti ierobežojumi, kas nebija obligāti vajadzīgi, lai panāktu šos uzlabojumus. VCR videokasešu saderība ar citu ražotāju izgatavotajām ierīcēm būtu panākama arī tad, ja citiem ražotājiem VCR iekārtu ražošanā būtu tikai pienākums ievērot VCR standartus" (31. apsvērumi).

⁽³⁴⁹⁾ Sk. Komisijas 1986. gada 15. decembra lēmumu lietā IV/31.458, X/Open Group, 45. apsvērumu: "Grupās mērķi nebūtu sasniedzami, ja visiem uzņēmumiem, kas bija gatavi atbalstīt grupas mērķus, būtu tiesības kļūt par biedriem. Tas radītu ar darba pārvaldības praksi un loģistiku saistītas grūtības un, iespējams, kavētu atbilstošu priekšlikumu pieņemšanu". Sk. arī Komisijas lēmumu lietā 39.416, Kuģu klasifikācija, kura 36. punktā teikts: "Saistības nodrošina pienācīgu līdzsvaru starp nepieciešamību, no vienas puses, saglabāt augstus kritērijus dalībai IACS un, no otras puses, novērst nevajadzīgus šķēršļus šādai dalībai. Šie jaunie kritēriji nodrošinās, ka tikai tehniskā ziņā kompetentas klasifikācijas sabiedrības var kļūt par IACS locekļiem, tādējādi novēršot, ka pārāk saudzīgas prasības dalībai IACS nepamatoti samazina IACS darba efektivitāti un kvalitāti. Tajā pašā laikā jaunie kritēriji neliegs klasifikācijas sabiedrībām, kuras ir tehniskā ziņā kompetentas, iestāties IACS, ja šīs sabiedrības to vēlas".

⁽³⁵⁰⁾ Sk. 471. punktu iepriekš par to, ka jānodrošina ieinteresēto personu regulāra informēšana par darba gaitu un to iesaistīšana konsultācijās.

482. Parasti standartizācijas nolīgumos būtu jāiekļauj vienīgi tādi noteikumi, kas ir noteikti nepieciešami, lai sasniegtu šo nolīgumu mērķus – savstarpēju tehnisku sadarbību un saderību vai konkrētu kvalitātes līmeni. Gadījumos, kad patērētājiem vai tautsaimniecībai kopumā par labu nāktu tikai viens tehnoloģisks risinājums, šis standarts būtu jānosaka nediskriminējoši. Tehnoloģiski neitrāli standarti konkrētos apstākļos var radīt lielāku efektivitātes pieaugumu. Aizstājošu intelektuālā īpašuma tiesību⁽³⁵¹⁾ kā būtisku standarta elementu iekļaušana standartā, vienlaikus liekot standarta lietotājiem maksāt par lielāku skaitu intelektuālā īpašuma tiesību, nekā tas ir tehniski nepieciešams, pārsniegtu paredzētā efektivitātes pieauguma sasniegšanai nepieciešamo. Arī aizstājošu IĪT kā būtisku standarta elementu iekļaušana standartā, nosakot, ka attiecīgo tehnoloģiju ir atļauts izmantot tikai konkrētajā standartā (t. i., ekskluzīva izmantošana), varētu ierobežot konkurenci starp tehnoloģijām un pārsniegtu paredzētā efektivitātes pieauguma panākšanai nepieciešamo.

483. Ierobežojumi standartizācijas nolīgumā, kas padara standartu par nozarei saistošu un obligātu, principā nav obligāti vajadzīgi.

484. Standartizācijas nolīgumi, kas piešķir dažām struktūrām ekskluzīvas tiesības pārbaudīt atbilstību standartam, arī pārsniedz standarta noteikšanas pamatmērķi un var ierobežot konkurenci. Tomēr īslaicīgu ekskluzivitāti var attaisnot, piemēram, vajadzība atgūt ievērojamas sākumposma izmaksas⁽³⁵²⁾. Tādā gadījumā standartizācijas nolīgumā jāiekļauj atbilstošas drošības klauzulas, lai mazinātu konkurences apdraudējumus, ko var izraisīt šāda ekskluzivitāte. Tas citstarp attiecas uz sertifikācijas maksu, kuras apmēram vajadzētu būt pieņemamam un proporcionālam atbilstības pārbaudes izmaksām.

7.4.3. *Nodošana patērētājiem*

485. Obligāti vajadzīgu ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz standartizācijas nolīguma radīto konkurenci ierobežojošo ietekmi. Lai novērtētu nodošanas patērētājiem iespējamību, ir būtiski ņemt vērā procedūras, ko izmanto, lai garantētu standartu lietotāju un galapatērētāju interešu aizsardzību. Turklāt, ja standarti atvieglo jaunu un pastāvošu produktu, pakalpojumu un procesu savstarpēju tehnisku sadarbību un saderību vai konkurenci starp tiem, var pieņemt, ka standarti radīs labumu patērētājiem.

7.4.4. *Konkurences nelikvidēšana*

486. Tas, vai standartizācijas nolīgumi dod pusēm iespēju likvidēt konkurenci, ir atkarīgs no dažādiem konkurences avotiem tirgū, no konkurences spiediena, ar kādu tie iedarbojas uz pusēm, un no nolīguma ietekmes uz šo konkurences spiedienu. Veicot šādu analīzi, tirgus daļas ir svarīgs faktors, taču pārējo faktiskās konkurences avotu mērogu nevar novērtēt, pamatojoties vienīgi uz tirgus daļas lielumu, izņemot gadījumus, kad standarts kļūst par nozares *de facto* standartu⁽³⁵³⁾. Tādā gadījumā konkurenci var likvidēt, ja trešām personām ierobežo faktisku piekļuvi šim standartam.

7.5. **Piemēri**

487. Konkurentiem nenasniedzamu standartu noteikšana

1. piemērs

Situācija. SIO nosaka un publicē drošuma standartus, ko plaši izmanto attiecīgajā nozarē. Standarta izstrādē piedalās lielākā daļa konkurentu, kuri darbojas nozarē. Pirms standarta pieņemšanas tirgus jaunpienācējs ir izstrādājis veiktspējas un funkcionālo prasību ziņā tehniski līdzvērtīgu produktu, ko atzīst SIO tehniskā komiteja. Taču drošuma standarta tehniskās specifikācijas bez jebkāda objektīva pamatojuma ir izstrādātas tā, ka nav iespējams nodrošināt ne šā, ne citu jaunu produktu atbilstību standartam.

⁽³⁵¹⁾ Aizstājošas IĪT ir tehnoloģijas, kas lietotāju vai licenciātu ieskatā ir savstarpēji nomaināmas vai aizstājamas ar citām tehnoloģijām, ņemot vērā šo tehnoloģiju iezīmes un paredzēto izmantojumu.

⁽³⁵²⁾ Šajā saistībā sk. Komisijas 1995. gada 29. novembra lēmumu lietās IV/34.179, 34.202, 216, *Dutch Cranes* (SCK un FNK), kura 23. apsvērumā teikts: "Aizliegums izmantot SCK nesertificētus apakšuzņēmējus ierobežo sertificētu uzņēmumu rīcības brīvību. Lai noteiktu, vai šāds aizliegums nepieļauj, neierobežo un neizkropļo konkurenci 85. panta 1. punkta nozīmē, tas jāizvērtē tā juridiskajā un ekonomiskajā kontekstā. Ja šāds aizliegums ir saistīts ar sertifikācijas sistēmu, kas ir pilnīgi atklāta, neatkarīga un pārredzama un paredz līdzvērtīgu garantiju pieņemšanu no citām sistēmām, var apgalvot, ka tam nav konkurenci ierobežojošu seku, bet tā mērķis ir pilnīgi garantēt sertificēto preču un pakalpojumu kvalitāti".

⁽³⁵³⁾ *De facto* standartizācija attiecas uz gadījumiem, kad (juridiski nesaistošu) standartu praksē izmanto lielākā daļa nozares uzņēmumu.

Analīze. Šajā gadījumā līdzdalība standarta izstrādē nav neierobežota, un process, ko izmanto standarta pieņemšanai, nešķiet pārredzams. Šis standartizācijas nolīgums var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē, un ir maz ticams, ka tas varētu atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. SIO dalībnieki bez jebkāda objektīva pamatojuma ir noformulējuši standarta prasības tā, ka tās nespēj izpildīt konkurenti, kas savos produktos izmanto atšķirīgus tehnoloģiskus risinājumus, lai gan šo produktu veikspēja ir līdzvērtīga. Tāpēc šis standarts, kurā nav ievērots nediskriminācijas princips, apgrūtinās vai kavēs inovāciju un produktu daudzveidību. Ir maz ticams, ka šādi izstrādāts standarts radīs lielāku efektivitātes pieaugumu nekā neitrāls standarts.

488. Neobligāts un pārredzams standarts, kas attiecas uz lielu tirgus daļu

2. piemērs

Situācija. Vairāki plaša patēriņa elektronikas preču ražotāji, kam pieder ievērojamas tirgus daļas, vienojas par jauna standarta izstrādi DVD papildu produktam.

Analīze. Ja a) ražotāji joprojām var brīvi ražot citus jaunus produktus, kas neatbilst jaunajam standartam, b) līdzdalība standarta izstrādē ir neierobežota un pārredzama, un c) standartizācijas nolīgums neierobežo konkurenci citādi, nolīgums, visticamāk, neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Turpretī, ja puses vienos ražot tikai produktus, kas atbilst jaunajam standartam, nolīgums, visticamāk, ierobežotu konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, ierobežojot produktu daudzveidību un tehnisko inovāciju.

489. Standartizācijas nolīgums, kas neparedz izpaust IĪT

3. piemērs

Situācija. Privāta SIO, kas izstrādā standartus IKT (informācijas un komunikācijas tehnoloģiju) nozarē, īsteno IĪT politiku, kurā nav noteikts, ka topošajam standartam potenciāli būtisku IĪT izpaušana ir obligāta vai vēlama. Šī SIO pieņēma šādu lēmumu apzināti, jo īpaši tāpēc, ka principā visas topošajam standartam potenciāli būtiskās tehnoloģijas ir aizsargātas ar dažādām IĪT. Tāpēc SIO uzskatīja, ka pienākums izpaust IĪT, no vienas puses, neradītu tādu labumu, ka ļautu dalībniekiem izvēlēties risinājumu, ko neaizsargā vai tikai daļēji aizsargā IĪT, un, no otras puses, būtu saistīts ar papildu izmaksām, ko radītu nepieciešamība izvērtēt, vai attiecīgās IĪT varētu būt topošajam standartam būtiskas. Tomēr SIO IĪT politika nosaka, ka visiem dalībniekiem ir jāapņemas ar FRAND nosacījumiem licencēt visas IĪT, kas varētu attiekties uz topošo standartu. IĪT politika paredz atteikšanās iespēju, ja IĪT subjekts vēlas, lai vispārējās licencēšanas saistības netiktu attiecinātas uz konkrētām IĪT. Šajā konkrētajā nozarē darbojas vairākas konkurējošas privātas SIO. SIO darbā var piedalīties ikviens nozares dalībnieks.

Analīze. Daudzos gadījumos pienākums izpaust IĪT veicina konkurenci, jo tas *ex ante* palielina konkurenci starp tehnoloģijām. Ja jāizdara izvēle starp konkurējošām tehnoloģijām, šāds pienākums vispārīgi ļauj SIO dalībniekiem ņemt vērā IĪT apjomu, kas attiecas uz konkrēto tehnoloģiju (vai, ja iespējams, pat izvēlēties tehnoloģiju, ko neaizsargā IĪT). IĪT, kas attiecas uz tehnoloģiju, bieži tieši ietekmē standarta piekļuves izmaksas. Taču šajā konkrētajā gadījumā šķiet, ka visas pieejamās tehnoloģijas ir aizsargātas ar IĪT – un pat vairākām. Tāpēc IĪT izpaušana neradītu pozitīvu efektu tādā ziņā, ka ļautu dalībniekiem tehnoloģijas izvēlē ņemt vērā IĪT apjomu, jo neatkarīgi no izvēlētas tehnoloģijas var pieņemt, ka uz to attiecas IĪT. Var secināt, ka nolīgumam, visticamāk, nebūs negatīvas ietekmes uz konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

8. TIPVEIDA NOTEIKUMI

8.1. Definīcijas

490. Dažās nozarēs uzņēmumi izmanto arodasociācijas vai tieši konkurējošo uzņēmumu izstrādātus pārdošanas vai pirkšanas tipveida noteikumus (turpmāk "tipveida noteikumi")⁽³⁵⁴⁾. Šīs pamatnostādnes aptver šādus tipveida noteikumus, ciktāl tajos ir paredzēti tipveida nosacījumi preču vai pakalpojumu pārdošanas vai pirkšanas darījumiem starp konkurējošiem uzņēmumiem un piegādātājiem, kas trešās personas, vai no piegādātājiem, kas ir trešās personas (nevis nosacījumi pārdošanas vai pirkšanas darījumiem starp konkurentiem). Ja kādā nozarē šādi tipveida noteikumi tiek izmantoti plaši, nozares pirkšanas vai pārdošanas nosacījumi var kļūt *de facto* saskaņoti⁽³⁵⁵⁾. Tipveida noteikumi ir nozīmīgi vairākās nozarēs, piemēram, banku nozarē (piemēram, bankas konta noteikumi) un apdrošināšanas nozarē.

491. Tipveida noteikumi, ko atsevišķs uzņēmums ir noteicis vienīgi paša vajadzībām, slēdzot līgumus ar saviem piegādātājiem vai klientiem, nav horizontāli nolīgumi, tāpēc šīs pamatnostādnes uz tiem neattiecas.

8.2. Konkrētie tirgi

492. Tipveida noteikumi parasti ietekmē lejupējos tirgus, kuros savā starpā konkurē uzņēmumi, kas izmanto šos tipveida noteikumus, tirgojot savus produktus klientiem.

8.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

8.3.1. Galvenās konkurences problēmas

493. Tipveida noteikumi var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, ierobežojot produktu izvēli un inovāciju. Ja ievērojama daļa kādas nozares uzņēmumu pieņem tipveida noteikumus un nolēmj piemērot tos bez atkāpēm neatkarīgi no individuālā gadījuma (vai pieļauj atkāpes vienīgi izņēmuma gadījumos spēcīgas pircēju ietekmes iespaidā), var gadīties, ka klientiem jāpieņem tipveida noteikumu nosacījumi, jo nav citas izvēles. Tomēr izvēles un inovācijas ierobežošanas risks ir iespējams tikai tad, ja tipveida noteikumi nosaka galaproduktu klāstu. Plaša patēriņa preču pārdošanas tipveida noteikumi parasti neierobežo inovāciju attiecībā uz esošo produktu vai produktu kvalitāti vai daudzveidību.

494. Turklāt atkarībā no tipveida noteikumu satura tie var ietekmēt galaprodukta pārdošanas komercnosacījumus. Konkrētāk, pastāv nopietns risks, ka tipveida noteikumi, kas attiecas uz cenām, var ierobežot cenu konkurenci.

495. Turklāt, ja tipveida noteikumi nozarē tiek plaši izmantoti, piekļuve tiem var būt svarīga, lai varētu ienākt tirgū. Šādos gadījumos tipveida noteikumu nepieejamība var radīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu. Ja tipveida noteikumi ir faktiski brīvi pieejami ikvienam uzņēmumam, kas vēlas tos izmantot, ir maz ticams, ka tie varētu radīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu.

8.3.2. Konkurences ierobežojums mērķa dēļ

496. Nolīgumi, kuros tipveida noteikumus izmanto kā daļu no plašāka ierobežojoša nolīguma, kura nolūks ir izstumt no tirgus faktiskus vai potenciālus konkurentus, ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Kā piemēru varēt minēt gadījumu, kad arodasociācija liedz jaunpienācējam piekļuvi saviem tipveida noteikumiem, kuru izmantošana ir būtisks priekšnosacījums tā ienākšanai tirgū.

497. Tipveida noteikumi, kas tieši ietekmē cenas⁽³⁵⁶⁾, kuras maksā klienti (t. i., ieteicamās cenas, atlaides utt.), parasti ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ.

8.3.3. Konkurenci ierobežojošā ietekme

498. Lai noteiktu, vai tipveida noteikumu izstrāde un izmantošana var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi, tie jānovērtē, ņemot vērā to ekonomisko kontekstu un situāciju konkrētajā tirgū.

⁽³⁵⁴⁾ Šādi tipveida noteikumi var aptvert vien dažus galīgajā līgumā iekļautos punktus vai ievērojamu tā daļu.

⁽³⁵⁵⁾ Tas attiecas uz gadījumiem, kad lielākajā daļā nozares uzņēmumu un/vai attiecībā uz lielāko daļu no produktu/pakalpojumu aspektiem praksē tiek izmantoti (neobligāti) tipveida noteikumi, ierobežojot vai vispār nepieļaujot patērētāju izvēles iespējas.

⁽³⁵⁶⁾ Sk. arī 32. zemsvītras piezīmi. Tirgos, kuros ar cenu nesaistīti parametri ir svarīgi konkurences parametri, arī tipveida noteikumi, kas attiecas uz šādiem parametriem, var būt konkurences ierobežojums mērķa dēļ.

499. Ja līdzdalība tipveida noteikumu izstrādē ir neierobežota konkurentiem konkrētajā tirgū (vai nu ar līdzdalību arodsociācijā, vai tieši) un ja tipveida noteikumu izmantošana nav obligāta, un tie ir faktiski pieejami izmantošanai jebkuram uzņēmumam, tad nolīgumiem, kas attiecas uz tipveida noteikumiem, visticamāk, nebūs negatīvas ietekmes uz produktu kvalitāti, produktu daudzveidību vai inovāciju, un tādējādi tie, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošu ietekmi (ja vien tipveida noteikumiem nav ietekmes uz cenām un ievērojot 501.–505. punktā minētās atrunas).
500. Tomēr ir divi vispārīgi izņēmumi, kad jāveic padziļinātāks novērtējums.
501. Pirmkārt, plaša patēriņa preču vai pakalpojumu pārdošanas tipveida noteikumi, ja tie nosaka klientiem pārdodamo galaproduktu iezīmes, tādējādi paaugstinot produktu izvēles ierobežošanas risku, varētu radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē gadījumos, kad to vispārējas piemērošanas rezultāts ir *de facto* saskaņošana. Tā varētu notikt gadījumos, kad tipveida noteikumu plaša izmantošana *de facto* noved pie inovācijas un produktu daudzveidības ierobežošanas tirgū. Piemēram, tā var notikt, ja apdrošināšanas līgumu tipveida noteikumi ierobežo klienta izvēli attiecībā uz līguma pamatelementiem, piemēram, aptvertajiem risku veidiem. Pat ja tipveida noteikumu izmantošana nav obligāta, tie var mazināt konkurējošo apdrošinātāju stimulus konkurēt produktu dažādošanas jomā. Šādu ietekmi varētu novērst, ļaujot apdrošinātājiem papildus standarta riskiem iekļaut apdrošināšanas līgumos arī citus riskus.
502. Novērtējot, vai tipveida noteikumiem varētu būt ierobežojoša ietekme, ierobežojot produktu daudzveidību, būtu jāņem vērā tādi faktori kā esošā konkurence tirgū. Piemēram, ja tirgū ir liels skaits mazāku konkurentu, produktu daudzveidības ierobežošanas risks parasti ir mazāks nekā tad, ja tirgū ir tikai daži lielāki konkurenti⁽³⁵⁷⁾. Arī tipveida noteikumu izstrādē iesaistīto uzņēmumu tirgus daļas varētu sniegt norādi par to, vai tipveida noteikumi tiks izmantoti un vai tos izmantos liela tirgus daļa. Tomēr šajā ziņā būtiski ir analizēt ne vien to, vai tipveida noteikumus varētu izmantot liela tirgus daļa, bet arī to, vai tipveida noteikumi attiecas tikai uz produkta daļu vai uz visu produktu (jo šaurāks ir tipveida noteikumu tvērums, jo mazāk iespējams, ka tie kopumā ierobežos produktu daudzveidību). Turklāt gadījumos, kad konkrētu produktu nebūtu bijis iespējams piedāvāt, ja nebūtu izstrādāti tipveida noteikumi, visticamāk, neradīsies konkurenci ierobežojoša ietekme 101. panta 1. punkta nozīmē. Šajā gadījumā tipveida noteikumu ieviešana drīzāk paplašina, nevis sašaurina produktu daudzveidību.
503. Otrkārt, pat ja tipveida noteikumi nedefinē galaprodukta iezīmes, tie var būtiski ietekmēt klientu lēmumus iesaistīties darījumos citu iemeslu dēļ. Kā piemēru var minēt iepirkšanos tiešsaistē, kur būtiska ir klientu uzticēšanās (un tāpēc jānodrošina, piemēram, drošas norēķinu sistēmas, atbilstošs produktu apraksts, skaidri un pārredzami cenu noteikumi, elastīga preču atpakaļnosūtīšanas politika utt.). Tā kā klientiem ir sarežģīti skaidri novērtēt visus šos parametrus, tie mēdz dot priekšroku praksei, kas ir plaši izplatīta. Tāpēc šajā saistībā tipveida noteikumi attiecībā uz šiem parametriem varētu kļūt par *de facto* standartu, kas uzņēmumiem būtu jāievēro, lai varētu pārdot tirgū. Lai arī šādu tipveida noteikumu izmantošana nav obligāta, tie var kļūt par *de facto* standartu, kura ietekme ļoti līdzinās obligāta standarta ietekmei, un ir attiecīgi jāizvērtē.
504. Ja tipveida noteikumu izmantošana ir obligāta, jānovērtē to ietekme uz produktu kvalitāti, daudzveidību un inovāciju (jo īpaši gadījumos, kad tipveida noteikumu izmantošana ir obligāta visam tirgum).
505. Turklāt, ja tipveida noteikumos (neatkarīgi no tā, vai to izmantošana ir obligāta) ir iekļauti noteikumi, kas var negatīvi ietekmēt konkurenci cenu ziņā⁽³⁵⁸⁾ (piemēram, noteikumi, kas netieši ietekmē piešķiramo atlaizņu veidus), tie var radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē.

⁽³⁵⁷⁾ Ja ar tipveida noteikumiem saistītā iepriekšējā pieredze konkrētajā tirgū liecina, ka tipveida noteikumu rezultātā konkurence produktu dažādošanas jomā nav samazinājusies, tas varētu liecināt arī par to, ka tāda paša veida tipveida noteikumu izmantošana radniecīgiem produktiem arī neradīs konkurenci ierobežojošu ietekmi.

⁽³⁵⁸⁾ Tirgos, kuros ar cenu nesaistīti parametri ir svarīgi konkurences parametri, arī tipveida noteikumi, kas attiecas uz šādiem parametriem, var ierobežot konkurenci.

8.4. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

8.4.1. Efektivitātes pieaugums

506. Tipveida noteikumu izmantošana var radīt labumus ekonomiskā ziņā, piemēram, ļaut klientiem ērtāk salīdzināt piedāvātos nosacījumus, tādējādi atvieglojot pāreju no viena piegādātāja pie cita. Turklāt tipveida noteikumi var radīt efektivitātes pieaugumu, ļaujot ietaupīt darījumu izmaksas un dažos sektoros (jo īpaši tajos, kur līgumiem ir sarežģīta juridiska struktūra) atvieglinot ienākšanu tirgū. Tipveida noteikumi var arī palielināt juridisko noteiktību līguma pusēm. Šis efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu.

507. Jo vairāk tirgū ir konkurentu, jo lielāku efektivitātes pieaugumu sniedz piedāvāto nosacījumu salīdzināšanas ērtums.

8.4.2. Obligāta vajadzība

508. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada tipveida noteikumi, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Piemēram, parasti nav vajadzības noteikt, ka tipveida noteikumi ir obligāti nozarei. Tomēr nevar izslēgt, ka atsevišķos gadījumos konkrētu efektivitātes pieaugumu panākšanai var būt obligāti vajadzīgi noteikt, ka tipveida noteikumu izmantošana ir obligāta.

8.4.3. Nodrošana patērētājiem

509. Jo lielākas ir iesaistīto uzņēmumu tirgus daļas un jo plašāk tie izmanto tipveida noteikumus, jo vairāk palielinās gan konkurenci ierobežojošu seku risks, gan iespējamība panākt efektivitātes pieaugumu. Tāpēc nav iespējams noteikt vispārēju likumīguma prezumpciju, kurā nebūtu riska radīt konkurenci ierobežojošu ietekmi vai kura ļautu pieņemt, ka efektivitātes pieaugumu nodos patērētājiem apjomā, kas pārsniedz jebkādu konkurenci ierobežojošo ietekmi.

510. Tomēr dažos gadījumos tipveida noteikumu radītais efektivitātes pieaugums, piemēram, tirgū pieejamo piedāvājumu labāka salīdzināmība, vieglāka pāreja no viena pakalpojumu sniedzēja pie cita un juridiskā noteiktība, vienmēr dod labumu patērētājiem. Attiecībā uz citiem iespējamajiem efektivitātes pieauguma veidiem, piemēram, zemākām darījuma izmaksām, katrā gadījumā atsevišķi, ņemot vērā attiecīgo ekonomisko kontekstu, jānovērtē, vai tos var nodot patērētājiem.

8.4.4. Konkurences nelikvidēšana

511. Tipveida noteikumi, ko izmanto vairākums nozares uzņēmumu, var kļūt par nozares *de facto* standartu. Tādā gadījumā konkurenci var likvidēt, ja trešām personām ierobežo faktisko piekļuvi šim standartam. Taču, ja tipveida noteikumi attiecas tikai uz maznozīmīgām produkta vai pakalpojuma iezīmēm, konkurence, visticamāk, netiks likvidēta.

8.5. Piemēri

512. Neobligāti un atklāti tipveida noteikumi līgumos ar galalietotājiem

1. piemērs

Situācija. Elektroenerģijas izplatītāju arodsociācija izstrādā neobligātus tipveida noteikumus par elektroenerģijas piegādi galalietotājiem. Tipveida noteikumi ir izstrādāti pārredzamā un nediskriminējošā veidā. Tipveida noteikumi aptver tādas jautājumus kā elektroenerģijas patēriņa vietas, pieslēguma punkta atrašanās vietas un pieslēguma sprieguma specifikācijas, elektroapgādes stabilitātes noteikumus, kā arī norēķinu kārtību līguma pušu starpā (piemēram, rīcību gadījumā, ja klients neinformē piegādātāju par mērierīču rādījumiem). Tipveida noteikumi neattiecas uz cenām, t. i., tajos nav paredzētas ieteicamās cenas vai citi ar cenām saistīti noteikumi. Ikviens nozares uzņēmums var brīvi izmantot šos tipveida noteikumus pēc saviem ieskatiem. Aptuveni 80 % līgumu ar galalietotājiem konkrētajā tirgū ir noslēgti, pamatojoties uz šiem tipveida noteikumiem.

Analīze. Tipveida noteikumi, visticamāk, neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Ir maz ticams, ka tie varētu atstāt ievērojamu negatīvu ietekmi uz cenām un produktu kvalitāti vai daudzveidību, arī kļūstot par nozares praksi.

513. Tipveida noteikumi līgumos starp uzņēmumiem

2. piemērs

Situācija. Kādas dalībvalsts būvuzņēmumi kopīgi izstrādā neobligātus un atklātus tipveida noteikumus, kas darbuzņēmējiem jāizmanto, iesniedzot klientiem būvdarbu cenas piedāvājumus. Būvniecības vai celtniecības darbu veikšanai paredzētajiem noteikumiem pievienota cenas piedāvājuma veidlapa. Kopā šie dokumenti veido būvdarbu līgumu. Tā punkti aptver tādas jautājumus kā līguma slēgšana, darbuzņēmēja un pasūtītāja vispārīgie pienākumi un ar cenām nesaistīti apmaksas nosacījumi (piemēram, noteikums par darbuzņēmēja tiesībām brīdināt par darbu apturēšanu nemaksāšanas gadījumā), apdrošināšana, termiņi, darbu nodošana un defektu novēršana, atbildības ierobežojumi, līguma izbeigšana utt. Šos tipveida noteikumus bieži izmantos līgumu slēgšanai starp augšupēju uzņēmumu un lejupēju uzņēmumu.

Analīze. Tipveida noteikumi, visticamāk, neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Parasti tie neradīs nekādus būtiskus ierobežojumus, klientiem izvēloties galaproduktu, t. i., būvdarbus. Citas konkurenci ierobežojoša ietekme šķiet maz ticama. Vairākus no iepriekš minētajiem noteikumiem (par darbu nodošanu un defektu novēršanu, līguma izbeigšanu utt.) daudzos gadījumos reglamentētu normatīvie akti.

514. Tipveida noteikumi, kas atvieglo dažādu uzņēmumu produktu salīdzināšanu

3. piemērs

Situācija. Kādas valsts apdrošināšanas nozares uzņēmumu apvienība izplata neobligātus apdrošināšanas polises standarta nosacījumus izmantošanai mājokļa apdrošināšanas līgumos. Šajos nosacījumos nav norādīts apdrošināšanas prēmiju apmērs, apdrošināšanas seguma summa vai pašrisks, ko sedz apdrošinātās personas. Tie nenosaka visaptverošu apdrošināšanas segumu, kas aptver riskus, kuri vienlaicīgi nedraud ievērojamam skaitam apdrošinājuma ņēmēju, un nenosaka, ka apdrošinājuma ņēmējiem jāapdrošina dažādi riski pie tā paša apdrošinātāja. Lai arī vairākums apdrošināšanas uzņēmumu izmanto polises standarta nosacījumus, ne visos to līgumos ir paredzēti vienādi nosacījumi, jo apdrošinātāji tos pielāgo katra klienta individuālajām vajadzībām, tāpēc nevar runāt par patērētājiem piedāvāto apdrošināšanas produktu *de facto* standartizāciju. Polises standarta nosacījumi ļauj patērētājiem un patērētāju organizācijām salīdzināt dažādu apdrošinātāju piedāvātās polises. Polises standarta nosacījumu izstrādē piedalās arī patērētāju organizācija. Tos ar nediskriminējošiem noteikumiem var izmantot arī tirgus jaunpienācēji.

Analīze. Polises standarta nosacījumi attiecas uz apdrošināšanas galaprodukta struktūru. Ciktāl tirgus apstākļi un citi faktori liecina, ka apdrošināšanas uzņēmumu izmantotie polises standarta nosacījumi var radīt produktu daudzveidības ierobežošanas risku, ir ticams, ka šo jebkuru šādu ierobežojumu ietekmi atsvērs efektivitātes pieaugums, piemēram, apdrošināšanas uzņēmumu piedāvāto nosacījumu ērtāka salīdzināšana no patērētāju puses. Šāda salīdzināšana, savukārt, atvieglo pāreju no viena apdrošināšanas uzņēmuma pie cita un tādejādi veicina konkurenci. Turklāt iespēja pāriet no viena pakalpojumu sniedzēja pie cita un konkurentu ienākšana tirgū arī sniedz priekšrocības patērētājiem. Patērētāju apvienības līdzdalība procesā var palielināt šā efektivitātes pieauguma nodošanas iespējamību. Polises standarta nosacījumi var arī samazināt darījuma izmaksas un atvieglot apdrošinātājiem ienākšanu citos ģeogrāfiskajos un/vai citu produktu tirgos. Turklāt šķiet, ka ierobežojumi nepārsniedz to, kas nepieciešams paredzētās efektivitātes pieauguma panākšanai, un konkurence netiktu likvidēta. Tātad 101. panta 3. punkta nosacījumi, visticamāk, būs ievēroti.

9. ILGTSPĒJAS NOLĪGUMI**9.1. Ievads**

515. Šajā nodaļā ir sniegti vispārīgi norādījumi par to, kā no konkurences viedokļa jānovērtē nolīgumi, kas noslēgti starp konkurentiem nolūkā sasniegt ilgtspējas mērķus (turpmāk "ilgtspējas nolīgumi"). Papildus šiem vispārīgajiem norādījumiem Komisija ir apņēmusies ar sava Paziņojuma par neoficiālajiem norādījumiem⁽³⁵⁹⁾ starpniecību sniegt neoficiālus norādījumus par jauniem vai neatrisinātiem jautājumiem attiecībā uz atsevišķiem ilgtspējas nolīgumiem.

⁽³⁵⁹⁾ Komisijas Paziņojums par neoficiāliem norādījumiem attiecībā uz jauniem vai neatrisinātiem jautājumiem, kas atsevišķos gadījumos rodas par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. un 102. pantu (norādījumu vēstules) (OV C 381, 4.10.2022., 9. lpp.).

516. Ilgtspējīga attīstība ir Līguma par Eiropas Savienību pamatprincips un viens no Savienības politiku prioritārajiem mērķiem ⁽³⁶⁰⁾. Komisija ir apņēmusies īstenot Apvienoto Nāciju Organizācijas ilgtspējīgas attīstības mērķus ⁽³⁶¹⁾. Saskaņā ar šo apņemšanos Eiropas zaļajā kursā ir sniegta izaugsmes stratēģija, kuras mērķis ir pārveidot Savienību par taisnīgu un pārticīgu sabiedrību ar mūsdienīgu, resursefektīvu un konkurētspējīgu ekonomiku, kurā siltumnīcefekta gāzu neto emisijas no 2050. gada būtu nulles līmenī un ekonomiskā izaugsme būtu atsaistīta no resursu patēriņa ⁽³⁶²⁾.
517. Plašākā nozīmē ar ilgtspējīgu attīstību saprot sabiedrības spēju tagadnē patērēt un izmantot patlaban pieejamos resursus, neapdraudot nākamo paaudžu spēju apmierināt savas vajadzības. Tā ietver pasākumus, kas veicina ekonomisko, vides un sociālo (arī darba ņēmēju tiesību un cilvēktiesību) attīstību ⁽³⁶³⁾. Tādējādi jēdziens "ilgtspējīgas attīstības mērķi" ietver arī klimata pārmaiņu risināšanu (piemēram, mazinot siltumnīcefekta gāzu emisijas), piesārņojuma mazināšanu, dabas resursu izmantošanas ierobežošanu, cilvēktiesību ievērošanu, iztikas ienākumu nodrošināšanu, noturīgas infrastruktūras un inovācijas veicināšanu, pārtikas izšķērdēšanas mazināšanu, pārejas uz veselīgu un uzturvielām bagātu pārtiku veicināšanu, dzīvnieku labturības nodrošināšanu u. c. ⁽³⁶⁴⁾
518. Konkurences tiesību aktu īstenošana veicina ilgtspējīgu attīstību, nodrošinot faktisku konkurenci, kas sekmē inovāciju, uzlabo produktu kvalitāti un izvēli, nodrošina resursu efektīvu sadali, samazina ražošanas izmaksas un tādējādi uzlabo patērētāju labklājību.
519. Tomēr ar ilgtspējīgu attīstību saistās arī bažas, ka atsevišķi ar ražošanu un patēriņu saistīti lēmumi var radīt negatīvu ietekmi ("negatīva ārējā ietekme"), kas iedarbojas, piemēram, uz vidi un ko nav pienācīgi ņēmuši vērā ekonomikas dalībnieki vai patērētāji, kuri tās izraisa. Šā veida tirgus nepilnību var mazināt vai novērst kolektīva rīcība, galvenokārt publiskā politika vai (konkrētās nozares) noteikumi, kā arī – pakārtoti – sadarbības nolīgumi starp uzņēmumiem, kas veicina ilgtspējīgu ražošanu vai patēriņu.
520. Ja šādas tirgus nepilnības risina atbilstošs regulējums, piemēram, Savienības obligātie piesārņojuma standarti, tādi cenu noteikšanas mehānismi kā Savienības emisijas kvotu tirdzniecības sistēma ("ETS") vai nodokļi, var nebūt nepieciešami papildu pasākumi, ko veiktu uzņēmumi, piemēram, slēdzot sadarbības nolīgumus. Tomēr ar sadarbības nolīgumiem var risināt atlikušās tirgus nepilnības, kas nav atrisinātas vai nav pilnībā atrisinātas ar publisko politiku un regulējumu.
521. Šajās pamatnostādnēs jēdziens "ilgtspējīgas attīstības nolīgums" attiecas uz ikvienu horizontālās sadarbības nolīgumu, kam ir ar ilgtspēju saistīts mērķis, neatkarīgi no sadarbības formas. Ilgtspējīgas attīstības nolīgumi radīs konkurences problēmas saskaņā ar 101. pantu tikai tad, ja tie ietver konkurences ierobežojumus mērķa dēļ vai izraisa ievērojamu faktisku vai iespējamu negatīvu ietekmi uz konkurenci. Nolīgumiem, kas ierobežo konkurenci, nevar nepieņemot 101. panta 1. punktā noteikto aizliegumu, vienkārši atsaucoties uz to, kam nolīgumiem ir ar ilgtspēju saistīts mērķis ⁽³⁶⁵⁾.
522. Ja ilgtspējīgas attīstības nolīgumi ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, tie tik un tā var būt saderīgi ar 101. pantu, ja tie atbilst visiem četriem 101. panta 3. punktā paredzētajiem izņēmuma nosacījumiem. Norādījumi šo nosacījumu piemērošanai ir sīkāk sniegti Komisijas Pamatnostādnēs par 101. panta 3. punkta piemērošanu ⁽³⁶⁶⁾.

⁽³⁶⁰⁾ LES 3. pants.

⁽³⁶¹⁾ Ilgtspējīgas attīstības programma 2030. gadam, ko visas Apvienoto Nāciju Organizācijas dalībvalstis pieņēma 2015. gadā.

⁽³⁶²⁾ Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Eiropadomei, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai "Eiropas zaļais kurss" (COM(2019) 640 final).

⁽³⁶³⁾ Sk., piemēram, ANO rezolūciju 66/288, ko Ģenerālā asambleja pieņēma 2012. gada 27. jūlijā.

⁽³⁶⁴⁾ ANO Ilgtspējīgas attīstības programmā 2030. gadam norādīti 17 ilgtspējīgas attīstības mērķi (tajā skaitā, piemēram, 2. mērķis: izskaust badu, panākt nodrošinātību ar pārtiku un pilnvērtīgu uzturu, kā arī veicināt ilgtspējīgu lauksaimniecību; 7. mērķis: nodrošināt piekļuvi cenas ziņā pieejamai, uzticamai, ilgtspējīgai un mūsdienīgai enerģijai; 9. mērķis: veidot noturīgu infrastruktūru, veicināt iekļaujošu un ilgtspējīgu industrializāciju un sekmēt inovāciju; 13. mērķis: veikt steidzamus pasākumus, lai mazinātu klimata pārmaiņas un to ietekmi, un 169 apakšmērķi (tajā skaitā, piemēram, 9.1. apakšmērķis: attīstīt kvalitatīvu, uzticamu, ilgtspējīgu un noturīgu infrastruktūru, tostarp reģionālo un pārrobežu infrastruktūru, lai atbalstītu ekonomikas attīstību un iedzīvotāju labklājību, īpaši pievēršoties cenas ziņā pieejamas un taisnīgas piekļuves nodrošināšanai visiem, un 13.1. apakšmērķis: visās valstīs stiprināt noturību pret apdraudējumiem, kas saistīti ar klimatu, un dabas katastrofām un spēju pielāgoties tām).

⁽³⁶⁵⁾ Sk. 1.2.6. iedaļu iepriekš. Tiesa ir atzinusi, ka konkurences ierobežojumi, kas izriet no uzņēmumu apvienību nolīgumiem vai lēmumiem, var neietilpt 101. panta 1. punkta piemērošanas jomā, ja tie ir objektīvi nepieciešami tiesiski pamatota mērķa sasniegšanai un samērīgi ar to (sk. *inter alia* 1999. gada 21. septembra spriedumu *Albany International*, C-67/96, EU:C:1999:430; 2002. gada 19. februāra spriedumu *Wouters* un citi, C-309/99, EU:C:2002:98, un 2006. gada 16. jūlija spriedumu *Meca-Medina* un *Majcen*/Komisija, C-519/04 P, EU:C:2006:492).

⁽³⁶⁶⁾ Komisijas Pamatnostādnes par Līguma 81. panta 3. punkta piemērošanu (turpmāk "101. panta 3. punkta pamatnostādnes") (OV C 101, 27.4.2004., 97. lpp.).

523. Līguma 101. panta piemērošanas nolūkos ilgtspējas nolīgumi nav atsevišķa horizontālās sadarbības nolīgumu kategorija. Tāpēc, ja horizontālās sadarbības nolīgums atbilst vienam no horizontālo nolīgumu veidiem, uz kuriem attiecas šo pamatnostādņu iepriekšējās nodaļas, un šim nolīgumam ir arī ar ilgtspēju saistīts mērķis, tas būtu jānovērtē, pamatojoties uz norādījumiem, kas sniegti attiecīgajā(-ās) iepriekšējā(-ās) nodaļā(-ās), kopsakarā ar šajā nodaļā sniegtajiem norādījumiem.
524. Praksē tas nozīmē, ka pētniecības un izstrādes vai specializācijas nolīgumam, kam ir ilgtspējas mērķis (piemēram, nolīgumam starp konkurentiem par enerģijas patēriņu mazinošas tehnoloģijas kopīgu izstrādi vai nolīgumam par infrastruktūras koplietošanu nolūkā samazināt ražošanas procesa ietekmi uz vidi) un kas tādējādi ir arī kvalificējams par ilgtspējas nolīgumu, var piemērot grupu atbrīvojuma regulas, kas piemērojamas pētniecības un izstrādes nolīgumiem vai specializācijas nolīgumiem, ja vien ir izpildīti šo regulu nosacījumi. Ja attiecīgās grupu atbrīvojuma regulas nosacījumi nav izpildīti, ir jāveic pilnīgs novērtējums saskaņā ar 101. pantu, pamatojoties uz norādījumiem, kas sniegti 2. nodaļā (pētniecības un izstrādes nolīgumu gadījumā), un norādījumiem, kas sniegti 3. nodaļā (ražošanas nolīgumu gadījumā, ieskaitot mobilās telesakaru infrastruktūras koplietošanas nolīgumus), taču vienlaikus attiecībā uz abu veidu nolīgumiem būtu jāņem vērā arī šajā nodaļā sniegtie norādījumi. Tāpat nolīgums, kas noslēgts starp konkurentiem, lai ražošanai kā resursu kopīgi pirktu tikai tādus produktus, kam ir ierobežota ietekme uz vidi, vai veiktu pirkumus tikai no piegādātājiem, kas ievēro noteiktus ilgtspējas standartus, būtu jānovērtē saskaņā ar 4. nodaļā ("Pirkšanas nolīgumi")⁽³⁶⁷⁾ sniegtajiem norādījumiem, vienlaikus arī ņemot vērā šajā nodaļā sniegtos norādījumus.
525. Ja konkrēta ilgtspējas nolīguma novērtēšanas nolūkā (2.–8. nodaļa) pastāv jebkādas neatbilstības starp šajā nodaļā sniegtajiem norādījumiem un attiecīgās iepriekšējās nodaļās sniegtajiem norādījumiem, nolīguma puses var izmantot norādījumus, kas sniegti nodaļā, kura ir tām labvēlīgāka. Ņemot vērā ilgtspējas standartizācijas nolīgumu atšķirīgās iezīmes (sk. 540.–544. punktu), šādi nolīgumi būtu jānovērtē saskaņā ar norādījumiem, kas sniegti 9.3. iedaļā⁽³⁶⁸⁾, savukārt 7. nodaļā ("Standartizācijas nolīgumi") ir tikai sniegta papildu pamatinformācija par nosacījumiem, kas ir kopīgi abām nodaļām.
526. Šī nodaļa ir strukturēta šādi: 9.2. iedaļā ir aprakstīti tādu ilgtspējas nolīgumu piemēri, kas, visticamāk, neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē; 9.3. iedaļā ir sniegti norādījumi par īpašiem aspektiem, kas jāņem vērā, novērtējot ilgtspējas nolīgumus saskaņā ar 101. panta 1. punktu, un tajā galvenā uzmanība pievērsta izplatītākajiem ilgtspējas nolīgumiem, proti, tiem, kas nosaka ilgtspējas standartus; 9.4. iedaļā aptver īpašus aspektus, kas jāņem vērā, novērtējot ilgtspējas nolīgumus saskaņā ar 101. panta 3. punktu; 9.5. iedaļā ir aprakstītas sekas, kas rodas, publiskām iestādēm iesaistoties ilgtspējas nolīgumu noslēgšanā. Visbeidzot, 9.6. iedaļā sniegta hipotētisku ilgtspējas nolīgumu piemēru novērtējums.

9.2. Ilgtspējas nolīgumi, kas, visticamāk, neradīs konkurences problēmas

527. Ne visi starp konkurentiem noslēgti ilgtspējas nolīgumi ietilpst 101. panta piemērošanas jomā. Ja šādi nolīgumi negatīvi neietekmē konkurences parametrus, piemēram, cenas, apjomu, kvalitāti, izvēli vai inovāciju, tie nevar radīt bažas par konkurences tiesību pārkāpumiem. Turpmāk ir sniegti tādu ilgtspējas nolīgumu piemēri, kas neietilpst 101. panta piemērošanas jomā. Šie piemēri ir ilustratīvi, un to uzskaitījums nav izsmeljošs.
528. Pirmkārt, 101. panta piemērošanas jomā neietilpst nolīgumi, kuru mērķis ir vienīgi nodrošināt atbilstību pietiekami precīzām prasībām vai aizliegumiem, kas noteikti juridiski saistošos starptautiskos līgumos, nolīgumos vai konvencijās, neatkarīgi no tā, vai tie īstenoti valsts tiesību aktos (piemēram, atbilstību sociālajām pamattiesībām vai aizliegumiem izmantot bērnu darbu, veikt mežizstrādi noteiktu veidu tropu mežos vai izmantot noteiktus piesārņotājus), un kurus nav pilnībā īstenojusi vai ieviesusi parakstītāja valsts. Šis izņēmums no 101. panta ir piemērojams tikai tad, ja nolīgums paredz, ka iesaistītajiem uzņēmumiem, to piegādātājiem un/vai to izplatītājiem ir jāievēro šādas prasības vai aizliegumi, piemēram, novēršot, samazinot vai likvidējot šādām prasībām vai aizliegumiem neatbilstošu produktu ražošanu vai importēšanu ES. Šādi nolīgumi var būt atbilstošs pasākums, lai sniegtu uzņēmumiem iespēju īstenot to ilgtspējas pienācīgas pārbaudes pienākumus saskaņā ar dalībvalsts vai Savienības tiesībām, un tie var arī būt daļa no plašākām nozares sadarbības shēmām vai vairāku ieinteresēto personu iniciatīvām, lai identificētu, mazinātu un novērstu nelabvēlīgu ietekmi uz ilgtspēju to vērtības ķēdēs vai to nozarē.

⁽³⁶⁷⁾ Sk. 284. punktu.

⁽³⁶⁸⁾ Jo ilgtspējas standartizācijas nolīgumi ir standartizācijas nolīgumu apakš kategorija.

529. Otrkārt, nolīgumi, kas attiecas nevis uz uzņēmuma saimniecisko darbību, bet gan uz uzņēmuma iekšējās kārtības noteikumiem, parasti neietilps 101. panta piemērošanas jomā. Konkurējoši uzņēmumi var vēlēties uzlabot savas nozares reputāciju vidiskās atbildības ziņā un šajā nolūkā vienoties, piemēram, par pasākumiem, lai atteiktos no vienreizlietojamu plastmasas izstrādājumu izmantošanas uzņēmuma telpās, nepārsniegtu noteiktu temperatūru iekštelpās vai ierobežotu dienā izdrukāto iekšējo dokumentu apjomu.
530. Treškārt, nolīgumi, kas paredz izveidot datubāzi, kurā ietverta vispārēja informācija par piegādātājiem, kam ir (ne-)ilgtspējīgas vērtības ķēdes (piemēram, piegādātājiem, kas ievēro darba tiesības vai maksā iztikas minimumu) vai kas izmanto (ne-)ilgtspējīgus ražošanas procesus vai piegādā (ne-)ilgtspējīgus resursus, vai informācija par izplatītājiem, kas tirgo produktus (ne-)ilgtspējīgā veidā, ja šādi nolīgumi tomēr neaizliedz vai neuzliek to pusēm pienākumu pirkt no šādiem piegādātājiem vai pārdot šādiem izplatītājiem, parasti neierobežos konkurenci un neietilps 101. panta piemērošanas jomā⁽³⁶⁹⁾. Arī šādas ierobežotas informācijas apmaiņas formas var palīdzēt uzņēmumiem izpildīt to ilgtspējas pienācīgas pārbaudes pienākumus saskaņā ar dalībvalsts vai Savienības tiesībām.
531. Ceturtkārt, arī starp konkurentiem noslēgti nolīgumi, kas saistīti ar nozares mēroga informatīvo kampaņu organizēšanu vai tādu kampaņu organizēšanu, kuru mērķis ir palielināt klientu informētību par to patēriņa ietekmi uz vidi vai citām negatīvajām ārējām sekām, ja vien šādi nolīgumi neparedz konkrētu produktu kopīgu reklamēšanu, parasti neierobežos konkurenci un neietilps 101. panta piemērošanas jomā.
- 9.3. **Ilgtspējas nolīgumu novērtējums saskaņā ar 101. panta 1. punktu**
- 9.3.1. *Vispārīgie principi*
532. Ja ilgtspējas nolīgumi negatīvi ietekmē vienu vai vairākus konkurences parametrus, tie jānovērtē saskaņā ar 101. panta 1. punktu.
533. Ja starp konkurentiem noslēgtam sadarbības nolīgumam (neatkarīgi no tā, vai uz to attiecas jebkura no iepriekšējām šo pamatnostādņu nodaļām) ir ar ilgtspēju saistīts mērķis, šis apstāklis ir jāņem vērā, nosakot, vai nolīgums ierobežo konkurenci mērķa dēļ 101. panta 1. punkta nozīmē⁽³⁷⁰⁾.
534. Ja nolīguma puses argumentē, ka nolīguma galvenais mērķis ir ilgtspējas mērķa sasniegšana, bet ja rodas pamatotas šaubas par to, vai nolīgums jau pēc savas būtības – ņemot vērā tā noteikumu saturu, mērķus un ekonomisko un juridisko kontekstu – neliecina par kaitējumu konkurencei tādā apmērā, ka to var atzīt par ierobežojumu mērķa dēļ⁽³⁷¹⁾, būs jānovērtē nolīguma ietekme uz konkurenci. Šādas šaubas nepastāv, ja nolīgums tiek izmantots, lai slēptu ierobežojumu mērķa dēļ, piemēram, cenu noteikšanu, tirgu vai klientu sadali vai izlaides vai inovācijas ierobežošanu.
535. Ietekmes novērtējumu veic saskaņā ar principiem, kas norādīti 1.2.5. iedaļā un šo pamatnostādņu iepriekšējās nodaļas iedaļā “Konkurenci ierobežojošā ietekme” un kas atbilst konkrētajam horizontālā nolīguma veidam⁽³⁷²⁾. Novērtējot ilgtspējas nolīguma ietekmi, būtu jo īpaši jāņem vērā šādi faktori: nolīguma pušu tirgus vara; tas, cik lielā mērā nolīgums ierobežo pušu neatkarību lēmumu pieņemšanā saistībā ar galvenajiem konkurences parametriem; nolīguma tirgus aptvērums; tas, cik lielā mērā nolīguma kontekstā notiek komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa, un vai nolīgums izraisa ievērojamu cenas paaugstinājumu vai ievērojamu izlaides, daudzveidības, kvalitātes vai inovācijas samazinājumu.
536. Ilgtspējas nolīgumiem, kas ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē vai nu mērķa, vai ietekmes dēļ, tomēr var piemērot 101. panta 3. punktā paredzēto atbrīvojumu, ja puses var pierādīt, ka ir izpildīti visi četri minētajā tiesību normā paredzētie kumulatīvie nosacījumi (sk. 9.4. iedaļu).

⁽³⁶⁹⁾ Ja vien datubāze nemazina nenoteiktību par konkurentu nesenošajām vai turpmākajām darbībām tirgū, tā neveidos komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu. Citiem vārdiem sakot, uzņēmumiem, kas sniedz informāciju datubāzē, nebūtu jānorāda, kas ir to pašreizējie vai turpmākie piegādātāji.

⁽³⁷⁰⁾ Sk. 23. un 28. punktu.

⁽³⁷¹⁾ Principā pierādījumiem, kas apliecina vēlmi sasniegt ilgtspējas mērķi, būtu jāraida pamatotas šaubas par to, ka nolīguma mērķis ir konkurences ierobežošana. Taču nedrīkst būt nekādu šaubu par virzīšanos uz ilgtspējas mērķi. Pēc analogijas sk. 2020. gada 30. janvāra spriedumu lietā *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 107. un 108. punktu.

⁽³⁷²⁾ Sk. arī 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 24.–27. punktu.

9.3.2. *Ilgspējas standartizācijas nolīgumi*

537. Ilgtspējas standartizācijas nolīgumi ir ilgtspējas nolīgumu apakškatēgorija. To atbilstība 101. pantam ir jānovērtē saskaņā ar turpmāk aprakstītajiem principiem.

9.3.2.1. *Definīcija un iezīmes*

538. Lai veicinātu ilgtspējīgu attīstību, konkurenti var vēlēties vienoties par pakāpenisku atteikšanos no neilgtspējīgiem produktiem (piemēram, plastmasas vai fosilajiem kurināmajiem, t. i., naftas un ogļēm) un procesiem (piemēram, tērauda ražošanas, kurā par kurināmo izmanto ogles), to izmantošanas pārtraukšanu vai – dažos gadījumos – aizstāšanu ar ilgtspējīgiem produktiem un procesiem. Konkurenti var arī vēlēties vienoties par iepakojuma materiālu saskaņošanu, lai atvieglotu iepakojuma reciklēšanu, vai par iepakojuma izmēru (un tātad produktu daudzuma) saskaņošanu, lai mazinātu atkritumus. Tie var vienoties pirkt tikai tādus ražošanas resursus, kas izgatavoti ilgtspējīgā veidā. Tāpat tie var vēlēties vienoties pat konkrētiem standartiem dzīvnieku labturības uzlabošanai (piemēram, standartiem, kas paredz nodrošināt dzīvniekiem vairāk platības un uzlabot viņu turēšanas apstākļus). Šajos nolūkos konkurenti var vienoties pieņemt un ievērot noteiktus ilgtspējas standartus. Šajā nodaļā šādus nolīgumus sauc par “ilgtspējas standartizācijas nolīgumiem” vai “ilgtspējas standartiem”. Tomēr šajās pamatnostādnēs starp konkurentiem noslēgti nolīgumi, kas ierobežo iesaistīto uzņēmumu to produktu izlaidi, uz kuriem attiecas nolīgums, nav kvalificējami par ilgtspējas standartizācijas nolīgumiem.
539. Ilgtspējas standartizācijas nolīgumus izmanto, lai noteiktu prasības, kas piegādes ķēdē iesaistītajiem ražotājiem, pārstrādātājiem, izplatītājiem, mazumtirgotājiem vai pakalpojumu sniedzējiem ir jāizpilda attiecībā uz plašu ilgtspējas rādītāju loku, piemēram, ražošanas ietekmi uz vidi⁽³⁷³⁾. Ilgtspējas standartizācijas nolīgumi parasti ietver noteikumus, norādījumus vai iezīmes attiecībā uz produktiem un procesiem saistībā ar šādiem ilgtspējas rādītājiem, un dažkārt tos dēvē par “ilgtspējas sistēmām”. Bieži tās ir privātas iniciatīvas, un to klāsts var būt plašs, sākot ar uzņēmumu pieņemtiem rīcības kodeksiem un beidzot ar pilsoniskās sabiedrības organizāciju rosinātiem standartiem un vairāku ieinteresēto personu iniciatīvām, kurās iesaistīti uzņēmumi no visas vērtību ķēdes⁽³⁷⁴⁾. Šīs pamatnostādnes attiecas vienīgi uz ilgtspējas standartiem, kurus izstrādājuši vai kuru izstrādē piedalījušies konkurenti, tajā skaitā uz kvalitātes zīmēm vai marķējumu.
540. Dažos aspektos ilgtspējas standartizācijas nolīgumi līdzinās 7. nodaļā aplūkoto standartizācijas nolīgumiem, un minētajā nodaļā sniegtie norādījumi ietver papildu skaidrojumus par dažiem no nosacījumiem, kas sniegti 9.3.2.4. iedaļā. Tomēr ilgtspējas standartizācijas nolīgumiem ir arī īpašas iezīmes.
541. Pirmkārt, līdz ar ilgtspējas standarta pieņemšanu var tikt ieviests arī ekomarķējums, logotips vai zīmols, lai apzīmētu produktus, kas atbilst noteiktām minimālām prasībām. Šādu ekomarķējumu, logotipu vai zīmolu izmantošana principā nosaka pienākumu pieņēmējiem izpildīt šīs prasības, un, ja tie pārtrauc to darīt, tie zaudē tiesības izmantot ekomarķējumu, logotipu vai zīmolu.
542. Otrkārt, izmaksas, kas saistītas ar ilgtspējas standarta ievērošanu un izpildi, var būt augstas, it īpaši tad, ja ir vajadzīgas izmaiņas esošajos ražošanas vai izplatīšanas procesos. Tāpēc ilgtspējas standarta ievērošana var palielināt ražošanas vai izplatīšanas izmaksas un līdz ar to izraisīt pušu tirgots produktu cenas kāpumu.
543. Treškārt, atšķirībā no tehniskajiem standartiem, kas nodrošina sadarbību un standartizācijas procesā veicina konkurenci starp dažādu uzņēmumu izstrādātām tehnoloģijām, ilgtspējas standartos tehnoloģiju sadarbība un saderība lielākoties ir mazāk būtiska.
544. Ceturtkārt, daudzu ilgtspējas standartu pamatā ir procesi, pārvaldība vai rezultāti. Tas nozīmē, ka atšķirībā no tehniskajiem standartiem ilgtspējas standarti bieži vien vienkārši izvirza sasniedzamo mērķi, bet nenosaka konkrētu tehnoloģiju vai ražošanas metodi, kas izmantojama šā mērķa sasniegšanai. Šādu ilgtspējas standartu pieņēmēji var apņēmties virzīties uz noteikto mērķi, taču var brīvi izvēlēties tehnoloģiju vai ražošanas metodi, ko tie izmantos mērķa sasniegšanai.

⁽³⁷³⁾ Sk., piemēram, Apvienoto Nāciju Organizācijas Ilgtspējas standartu forumu (*United Nations Forum on Sustainability Standards*), <https://unfss.org/home/objective-of-unfss>.

⁽³⁷⁴⁾ Sk., piemēram, Apvienoto Nāciju Organizācijas Tirdzniecības un attīstības konferences izstrādāto satvaru brīvprātīgo ilgtspējas standartu (VSS) novērtēšanas rīkkopas izmantošanai (*United Nations Conference on Trade and Development, Framework for the Voluntary Sustainability Standards (VSS) Assessment Toolkit*), https://unctad.org/system/files/official-document/ditctabinf2020d5_en.pdf.

9.3.2.2. Galvenās konkurences problēmas

545. Ilgtspējas standartizācijas nolīgumi bieži veicina konkurenci. Tie var veicināt ilgtspējīgu attīstību, ļaujot attīstīt jaunus produktus vai tirgus, paaugstinot produktu kvalitāti vai uzlabojot piegādes vai izplatīšanas nosacījumus. Konkrētāk, ilgtspējas standarti sniedz informāciju par ilgtspējas aspektiem (piemēram, ar marķējuma palīdzību), tādējādi ļaujot patērētājiem izdarīt apzinātus pirkuma lēmumus un veicinot ilgtspējīgu produktu tirgu izaugsmi. Visbeidzot, ilgtspējas standarti var arī nodrošināt vienlīdzīgus konkurences apstākļus starp ražotājiem, kam jāievēro atšķirīgas regulatīvās prasības.
546. Tomēr dažos gadījumos ilgtspējas standarti var ierobežot konkurenci. Tas var notikt jo īpaši trīs veidos: koordinējot cenas, ierobežojot alternatīvu standartu piekļuvi tirgum un izstumjot no tirgus vai diskriminējot noteiktus konkurentus ⁽³⁷⁵⁾.

9.3.2.3. Konkurences ierobežojums mērķa dēļ

547. Ilgtspējas standarti, ko izmanto, lai slēptu cenu noteikšanu, tirgus vai klientu sadalīšanu vai izlaides, kvalitātes vai inovācijas ierobežošanu, ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ.
548. Konkrētāk, konkurenci ierobežojošs mērķis piemīt nolīgumiem starp konkurentiem par to, kā nodot klientiem no ilgtspējas standarta pieņemšanas izrietošo izmaksu pieaugumu palielinātu pārdošanas cenu veidā, vai noteikt to produktu cenas, kuriem piemēro standartu. Līdzīgā veidā konkurenci ierobežojošs mērķis ir arī nolīgumiem starp ilgtspējas standarta pieņēmējiem, kuru nolūks ir izdarīt spiedienu tieši uz konkurējošajām trešām personām, lai tās pārstatu tirgot standartam neatbilstošus produktus. Tas pats attiecas uz konkurentu noslēgtiem nolīgumiem, kuru mērķis ir ierobežot tehnoloģiju attīstību līdz minimālajiem ilgtspējas standartiem, ko nosaka likums, nevis sadarboties, lai sasniegtu vērienīgākus vidiskos mērķus ⁽³⁷⁶⁾.

9.3.2.4. Konkurenci ierobežojošā ietekme

a) Nesaistošā likumīguma prezumpcija

549. Ilgtspējas standartizācijas nolīgumiem, visticamāk, nebūs ievērojamas negatīvas ietekmes uz konkurenci, ja vien ir izpildīti turpmāk aprakstītie seši kumulatīvie nosacījumi ⁽³⁷⁷⁾.

Pirmkārt, ilgtspējas standarta izstrādes procedūrai jābūt pārredzamai, un standarta atlases procesā jābūt iespējai piedalīties visiem ieinteresētajiem konkurentiem ⁽³⁷⁸⁾.

Otrkārt, ilgtspējas standarts nedrīkst noteikt ne tiešu, ne netiešu pienākumu ievērot standartu tiem uzņēmumiem, kas nevēlas tajā piedalīties ⁽³⁷⁹⁾.

Treškārt, lai nodrošinātu atbilstību standartam, iesaistītajiem uzņēmumiem var noteikt saistošas prasības, taču uzņēmumiem jāvar brīvi piemērot augstākus ilgtspējas standartus.

Ceturtkārt, ilgtspējas standarta puses nedrīkst apmainīties ar komerciāli sensitīvu informāciju, kas nav objektīvi nepieciešama un samērīga standarta izstrādei, īstenošanai, pieņemšanai vai grozīšanai ⁽³⁸⁰⁾.

Piektkārt, jānodrošina faktiska un nediskriminējoša piekļuve standarta noteikšanas procesa rezultātam. Tas nozīmē atļaut faktisku un nediskriminējošu piekļuvi prasībām un nosacījumiem attiecībā uz saskaņotā ekomarķējuma, logotipa vai zīmola izmantošanu un atļaut uzņēmumiem, kas nav piedalījušies standarta izstrādes procesā, pieņemt standartu vēlāk ⁽³⁸¹⁾.

⁽³⁷⁵⁾ Sīkāku aprakstu par galvenajiem veidiem, kā standartizācijas nolīgumi var ierobežot konkurenci, sk. 442., 443. un 444. punktā.

⁽³⁷⁶⁾ Komisijas lēmums lietā AT.40178, *Automobiļu emisijas*, 2021. gada 8. jūlijs.

⁽³⁷⁷⁾ Kā norādīts 538. punktā, starp konkurentiem noslēgti nolīgumi, kas ierobežo iesaistīto uzņēmumu attiecīgo produktu izlaidi, nav kvalificējami par ilgtspējas standartizācijas nolīgumiem. Tāpēc par šādiem nolīgumiem ir jāveic individuāls novērtējums saskaņā ar 101. pantu.

⁽³⁷⁸⁾ Skaidrojumu par jēdzienu "pārredzamība" standarta noteikšanas procesā sk. 453. punktā.

⁽³⁷⁹⁾ Sk. 464. punktu. Citiem vārdiem, uzņēmumiem, kas nevēlas piedalīties standartā, nedrīkstētu liegt turpināt piegādāt tirgum un patērētājiem produktus, kas atbilst tiesību aktu prasībām, bet neatbilst jaunajā ilgtspējas standartā noteiktajām papildu prasībām.

⁽³⁸⁰⁾ Sk. 6.1. iedaļu "Informācijas apmaiņa" un it īpaši 369. punktu.

⁽³⁸¹⁾ Sk. 465. un turpmākos punktus 7.3.3.2. iedaļā par nosacījumiem attiecībā uz piekļuvi standartam.

Sestkārt, ilgtspējas standartam jāatbilst vismaz vienam no šādiem diviem nosacījumiem:

- a) standarts nedrīkst izraisīt nozīmīgu cenas paaugstināšanos ⁽³⁸²⁾ vai nozīmīgu attiecīgo produktu kvalitātes samazināšanos;
- b) iesaistīto uzņēmumu kopējā tirgus daļa ⁽³⁸³⁾ nedrīkst pārsniegt 20 % nevienā no konkrētajiem tirgiem, uz kuriem attiecas standarts ⁽³⁸⁴⁾.

550. Šie nosacījumi nodrošina, ka ilgtspējas standarts nerada ievērojamu konkurences ierobežojumu (piemēram, izstumjot no tirgus lētākus produktu variantus). Turklāt šie nosacījumi nodrošina, ka standarts neierobežo alternatīvu standartu piekļuvi tirgum un neizstumj no tirgus un nediskriminē citus uzņēmumus, kā arī nodrošina faktisku piekļuvi standartam. Nosacījums neveikt apmaiņu ar komerciāli sensitīvu informāciju nodrošina, ka informācijas apmaiņa ir ierobežota līdz tam, kas ir nepieciešams standarta noteikšanas procedūrai un samērīgs ar to, un ka informācijas apmaiņa netiek izmantota, lai veicinātu aizliegta vienošanos vai ierobežotu konkurenci starp pusēm.
551. Kā minēts 542. punktā, ilgtspējas standarti bieži izraisa cenas pieaugumu. Tomēr, ja standartu pieņem uzņēmumi, kas pārstāv būtisku daļu tirgus, tas var pavērt iespējas uzņēmumiem saglabāt cenas iepriekšējā līmenī vai palielināt tās tikai nedaudz. Tas būs īpaši svarīgi, ja produkts, uz kuru attiecas ilgtspējas standarts, pārstāv tikai nelielas produkta resursu izmaksas.
552. Ja viens vai vairāki no nesaistošās likumīguma prezumpcijas nosacījumiem nav izpildīti, tas nerada prezumpciju, ka ilgtspējas standartizācijas nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr, ja viens vai vairāki no šiem nosacījumiem nav izpildīti, ir jāveic nolīguma individuāls novērtējums saskaņā ar 101. pantu. Ir dažādi standartu noteikšanas modeļi, un uzņēmumi var brīvi vienoties par noteikumiem un procedūrām, kas nav pretrunā konkurences noteikumiem, lai gan tie var atšķirties no iepriekš 549. punktā aprakstītajiem.
553. Ilgtspējas standartizācijas nolīgums vairāk veicinās ilgtspējas mērķa sasniegšanu, ja tas paredz mehānismu vai uzraudzības sistēmu, lai nodrošinātu, ka uzņēmumi, kas pieņem ilgtspējas standartu, ievēro standarta prasības ⁽³⁸⁵⁾.
- b) Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu ārpus nesaistošās likumīguma prezumpcijas
554. Lai novērtētu tādu ilgtspējas standartizācijas nolīgumu ietekmi, kuri neatbilst nesaistošās likumīguma prezumpcijas nosacījumiem, būtu jāņem vērā 549. punktā uzskaitītie faktori, kā arī trešo personu spēja piedalīties nolīgumā.
555. Ilgtspējas standartam tik un tā var nebūt ievērojamas konkurenci ierobežojošas ietekmes, jo pietiekamu konkurenci rada alternatīvi ilgtspējas marķējumi vai standarti un/vai produkti, ko ražo un izplata ārpus jebkura ilgtspējas marķējuma vai standarta. Pat ja ilgtspējas standartizācijas nolīguma tirgus aptvērums ir ievērojams, var pietikt ar potenciālās konkurences radīto spiedienu, it īpaši gadījumos, kad ilgtspējas standartizācijas nolīgums paredz vienīgi ieviest marķējumu un dod dalībuzņēmumiem tiesības brīvi darboties arī bez šā marķējuma izmantošanas. Tādā gadījumā patērētāji var izvēlēties, vai iegādāties produktus ar marķējumu vai, iespējams, vienu un to pašu uzņēmumu ražotus citus produktus, kas neatbilst marķējumam, un tādējādi konkurence, visticamāk, netiks ierobežota ⁽³⁸⁶⁾. Ja ilgtspējas standartizācijas nolīgums var ticami izraisīt ievērojamu cenas pieaugumu vai samazināt izlaidi, produktu daudzveidību, kvalitāti vai inovāciju, nolīgums tik un tā var atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

⁽³⁸²⁾ Cenas paaugstināšanās nozīmīgums būs atkarīgs no produkta un konkrētā tirgus iezīmēm.

⁽³⁸³⁾ Iesaistīto dalībnieku kopējā tirgus daļa nozīmē uzņēmumu produktu tirgus daļu kopumā konkrētajos tirgos, uz kuriem attiecas standarts, un tā neaprobežojas tikai ar produktiem, kas ir īpaši aptverti ar ilgtspējas standartizācijas nolīgumu.

⁽³⁸⁴⁾ Nesaistošā likumīguma prezumpcija neliedz Komisijai vai valsts konkurences iestādei atsevišķos gadījumos iejaukties, ja ilgtspējas standartizācijas nolīgums radītu ievērojamu konkurences ierobežojumu tirgū, piemēram, ņemot vērā dažādu uzņēmumu noslēgtu ilgtspējas standartizācijas nolīgumu kumulatīvo ietekmi, kā rezultātā ievērojami paaugstinās cenas vai ievērojami samazinās kvalitāte.

⁽³⁸⁵⁾ Šāda uzraudzības un izpildes mehānisma esība, lai nodrošinātu atbilstību ilgtspējas standartam, ir faktors, kas tiks ņemts vērā, novērtējot, vai nolīguma galvenais priekšmets ir ilgtspējas mērķa īstenošana atbilstoši 534. punktam.

⁽³⁸⁶⁾ Starp konkurentiem noslēgtiem nolīgumiem, kas neietver konkurences ierobežojumus mērķa dēļ, var piemērot arī *De minimis* paziņojumu, ja nolīguma pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 10 % nevienā no konkrētajiem tirgiem, ko skar nolīgums, – sk. 41. punktu.

9.4. Ilgtspējas nolīgumu novērtējums saskaņā ar 101. panta 3. punktu

556. Ilgtspējas nolīgumam, kas ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, var piemērot 101. panta 3. punktā paredzēto izņēmumu, ja nolīguma puses var pierādīt, ka ir izpildīti minētajā normā paredzētie četri kumulatīvie nosacījumi.

9.4.1. Efektivitātes pieaugums

557. Līguma 101. panta 3. punkta pirmais nosacījums paredz, ka nolīgumam jāpalīdz uzlabot preču ražošanu vai izplatīšanu vai jāveicina tehniska vai saimnieciska attīstība. Būtībā tas paredz, ka nolīgums veicina objektīvu efektivitātes pieaugumu plašā nozīmē, aptverot ne tikai ražošanas un izplatīšanas izmaksu samazināšanu, bet arī produktu daudzveidības un kvalitātes palielināšanu, ražošanas un izplatīšanas procesu uzlabošanu, kā arī inovācijas pieaugumu⁽³⁸⁷⁾. Tādējādi tas paver iespēju plašam labumu spektram ilgtspējas ziņā, kas izriet no konkrētu sastāvdaļu, tehnoloģiju un ražošanas procesu izmantojuma un ir jāņem vērā.

558. Ilgtspējas nolīgumu radītā efektivitātes pieauguma piemēri ir mazāk piesārņojošu ražošanas vai izplatīšanas tehnoloģiju izmantošana, uzlaboti ražošanas un izplatīšanas nosacījumi, noturīgāka infrastruktūra, labākas kvalitātes produkti. Ilgtspējas nolīgumi var arī mazināt piegādes ķēdes traucējumus, saīsināt laiku, kas vajadzīgs ilgtspējīgu produktu ieviešanai tirgū, un sniegt patērētājiem iespēju pieņemt pārdomātus pirkumu lēmumus, atvieglojot produktu salīdzināšanu. Šis efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu.

559. Efektivitātes pieaugumu nevar vienkārši pieņemt; ir jāspēj to pamatoti pierādīt⁽³⁸⁸⁾. Tai jābūt arī objektīvai, konkrētai un pārbaudāmai⁽³⁸⁹⁾. Piemēram, ja iespējama efektivitātes pieaugums izpaužas kā produkta uzlabošana, pusēm ir jāspēj pierādīt produkta uzlabojuma precīzās iezīmes. Ja iespējama efektivitātes pieaugums ir ūdens piesārņojuma samazinājums, pusēm jāspēj paskaidrot, kā tieši nolīgums veicina ūdens piesārņojuma samazinājumu, un jāsniedz aplēses par iespējamā labuma apmēru⁽³⁹⁰⁾.

9.4.2. Obligāta vajadzība

560. Šajās pamatnostādņēs ir lietderīgi aplūkot 101. panta 3. punkta trešo nosacījumu (obligāta vajadzība) pirms otrā nosacījuma (pienācīga labuma daļa patērētājiem). Iemesls tam ir tāds, ka, analizējot, vai patērētājiem tiek pienācīga daļa labuma, nevajadzētu aplūkot ietekmi, ko rada ierobežojumi, kuri neatbilst obligātas vajadzības nosacījumam un tāpēc ir aizliegti saskaņā ar 101. pantu⁽³⁹¹⁾.

561. Atbilstoši 101. panta 3. punkta trešajam nosacījumam ierobežojošajā nolīgumā nedrīkst noteikt konkurences ierobežojumus, kas nav obligāti vajadzīgi no nolīguma izrietošo labumu radīšanai. Lai izpildītu šo nosacījumu, pusēm jāspēj pierādīt, ka to nolīgums kā tāds un katrs ar to saistītais konkurences ierobežojums ir pamatoti nepieciešams tam, lai iespējamie labumi ilgtspējas ziņā realizētos, un ka nav citu ekonomiski realizējamu un mazāk ierobežojošu līdzekļu, ar kuriem gūt šos labumus⁽³⁹²⁾.

562. Principā katram uzņēmumam būtu pašam jāizlemj, kā panākt labumu ilgtspējas ziņā, un, ciktāl patērētāji šo labumu novērtē, tirgus atalgo labus lēmumus un sodīs par sliktiem lēmumiem. Ja ir pieprasījums pēc ilgtspējīgiem produktiem, sadarbības nolīgumi parasti nav obligāti vajadzīgi labumu gūšanai ilgtspējas ziņā. Tomēr tie var būt obligāti vajadzīgi, lai ilgtspējas mērķi sasniegtu rentablāk vai ātrāk⁽³⁹³⁾.

⁽³⁸⁷⁾ Sk. arī 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 48.–72. punktu. Konkrētāk, 70. punktā ir noteikts, ka “savstarpēji sadarbojoties, uzņēmumi var panākt tādas efektivitātes ieguvumus, kas bez ierobežojošā nolīguma nebūtu iespējami vai arī būtu iespējami ar ievērojamu novēlošanos vai lielākām izmaksām”.

⁽³⁸⁸⁾ Sk. arī 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 50.–58. punktu. Jo īpaši 58. punktā ir precizēts, ka, “ja nolīgums vēl nav pilnībā īstenots, pusēm ir jāiesniedz pamatotas prognozes attiecībā uz datumu, no kura efektivitātes ieguvumi sāks izpausties un tādējādi tirgū radīs būtisku pozitīvo ietekmi.”

⁽³⁸⁹⁾ Sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 56. punktu: “Iespējamajiem datiem ir jābūt pārbaudāmiem, lai būtu pietiekama noteiktības pakāpe, ka attiecīgie ietaupījumi ir gūti vai, visticamāk, tiks gūti.”

⁽³⁹⁰⁾ Sk., piemēram, Komisijas Ieteikumu (ES) 2021/2279 (2021. gada 15. decembris) par vidiskās pēdas metožu izmantošanu produktu un organizāciju aprites cikla vidiskā snieguma mērīšanai un uzrādīšanai (OV L 471, 30.12.2021., 1. lpp.).

⁽³⁹¹⁾ Jo īpaši sk. arī 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 39. punktu.

⁽³⁹²⁾ Jo īpaši sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 73.–82. punktu.

⁽³⁹³⁾ Sk. jo īpaši 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 76. un 89. punktu par laikposmu, kurā tiek panākts efektivitātes pieaugums.

563. Ilgtspējas nolīgums var būt obligāti vajadzīgs gadījumos, kad puses var pierādīt, ka patērētājiem konkrētajā tirgū ir sarežģīti (piemēram, tāpēc, ka tiem trūkst pietiekamu zināšanu vai informācijas par produktu vai tā izmantošanas sekām) objektīvi novērtēt, vai labumi, ko tie gūs no ilgtspējas nolīguma, būs lielāki par kaitējumu, kas tiem radīsies saistībā ar nolīgumu, un ka tā rezultātā tie pārvērtē tūlītējās negatīvās ietekmes apmēru. Piemēram, ātrās aprites patēriņa preču ražotāji bieži izmanto lielu iepakojumu, jo patērētāju ieskatā “liels” nozīmē “labāks”. Ja ražotāji samazina lieko iepakojumu, vienlaikus saglabājot to pašu saturu, patērētājiem netiks nodarīts kaitējums, tomēr patērētāji var uzskatīt, ka mazāks iepakojums nozīmē mazāku daudzumu (sk. 1. piemēru 599. punktā). Tāpat patērētāji var nenovērtēt turpmāku labumu vērtību uzlabotas kvalitātes vai inovācijas veidā, ja nolīguma tūlītējā ietekme izpaužas kā produkta cenas palielinājums ⁽³⁹⁴⁾.
564. Negatīva ārējā ietekme vai citas tirgus nepilnības bieži tiek risinātas, izmantojot publisko politiku un regulējumu. Šie publiskie pasākumi parasti prasa visu iesaistīto dalībnieku rīcību, lai nodrošinātu efektīvus tirgus rezultātus, uzliekot iedzīvotājiem un uzņēmumiem atbildību par to individuālo izvēli/darbību sekām attiecībā uz ilgtspēju ⁽³⁹⁵⁾. Tāpēc, ja Savienības vai dalībvalstu tiesības prasa uzņēmumiem izpildīt konkrētus pienākumus, kam ir ar ilgtspēju saistīts mērķis, sadarbības nolīgumus un ar tiem saistītos ierobežojumus nevar uzskatīt par obligāti vajadzīgiem, lai nodrošinātu noteiktā pienākuma izpildi, ņemot vērā, ka likumdevējs jau ir izlēmis, ka katram uzņēmumam ir individuāli jāizpilda attiecīgais pienākums ⁽³⁹⁶⁾.
565. Tomēr pat tad, ja regulējums pastāv, konkrētās situācijās nolīgumi joprojām var būt obligāti vajadzīgi labumu gūšanai ilgtspējas ziņā. Pirmkārt, tas var būt gadījumā, kad ne visi tirgus nepilnību aspekti tiek risināti ar regulējumu, atstājot iespējas sadarbības nolīgumu noslēgšanai. Piemēram, ja uzņēmumi noslēdz ilgtspējas nolīgumu, lai sasniegtu ievērojami augstāku ilgtspējas standartu nekā ar regulējumu noteiktais. Otrkārt, sadarbības nolīgumi var būt obligāti vajadzīgi, lai sasniegtu mērķi rentablāk vai ātrāk, ar noteikumu, ka attiecīgais regulējums dod uzņēmumiem iespēju vienoties par to, un, to darot, uzņēmumi ievēro visas regulējuma prasības.
566. Var būt citi gadījumi, kad negatīvas ārējās ietekmes vai citu tirgus nepilnību dēļ labumus ilgtspējas ziņā nav iespējams gūt tirgus spēku brīvā mijiedarbībā vai var tikt gūti izmaksu ziņā efektīvākā veidā, ja uzņēmumi sadarbojas. Piemēram, ilgtspējas nolīgums var būt nepieciešams – sākotnējā posmā –, lai izvairītos no tādu investīciju parazitisma, kuras ir vajadzīgas, lai veicinātu ilgtspējīgu produktu un izglītotu patērētājus (pārvarot tā sauktās “iniciatora grūtības”) ⁽³⁹⁷⁾.
567. Šajā kontekstā ierobežojošs nolīgums var arī būt nepieciešams, lai panāktu apjomradītus ietaupījumus, it īpaši, lai sasniegtu pietiekamu apjomu, ar kuru nosegt ilgtspējas marķējuma vai standarta izveides, lietošanas un uzraudzības pastāvīgās izmaksas. Ierobežojumi var arī būt obligāti vajadzīgi, lai saskaņotu pušu stimulus un nodrošinātu, ka tās koncentrē savus centienus uz nolīguma īstenošanu ⁽³⁹⁸⁾. Ja nolīgums pusēm uzliek par pienākumu nedarboties ārpus marķējuma vai standarta, pusēm jāspēj pierādīt, kāpēc tikai ar marķējuma vai standarta izveidi nepietiek, lai panāktu efektivitātes pieaugumu. Parasti pietiek, ja nolīgumā ilgtspējas standarts ir definēts kā kopējais minimālais standarts, tādējādi ļaujot iesaistītajiem uzņēmumiem brīvi individuāli piemērot augstākus ilgtspējas standartus.
568. Parasti ilgtspējas nolīgumos noteiktie pienākumi nedrīkst pārsniegt to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu nolīguma mērķi.

⁽³⁹⁴⁾ Šādā gadījumā iespējamais labumu patērētājiem varētu pierādīt, izmantojot pierādījumus par viņu “vēlmi maksāt”, sk. 9.4.3.2. iedaļu.

⁽³⁹⁵⁾ Piemēram, regulējums vides jomā to sasniedz ar nodokļiem, aizliegumiem vai subsīdijām.

⁽³⁹⁶⁾ Ja uzņēmumiem ir saistoša emisiju ierobežošanas un tirdzniecības sistēma, piemēram, ES ETS sistēma, ir jāuzskata, ka jebkāds konkrētā uzņēmuma vai nozares veikts piesārņojuma samazinājums un attiecīga mazāka emisiju kvotu izmantošana atbrīvos šīs kvotas, kas radīs nulles neto ietekmi uz piesārņojumu, emisiju kvotām nesamazinoties (ūdensgultas efekts).

⁽³⁹⁷⁾ Piemēram, tā var notikt, kad uzņēmums iegulda ilgtspējīgā produkta tirdzniecībā, lai nodrošinātu, ka patērētāji ir informēti par jaunā produkta kvalitāti. Ja tad arī konkurenti sāk ražot savu produktu ilgtspējīgas versijas, attiecībā uz kuriem patērētāju pieprasījums jau ir pārbaudīts, šiem konkurentiem nav jāsedz izmaksas, kas saistītas ar ilgtspējīgā produkta sākotnējo laišanu tirgū, un tie var parazitēt uz investīcijām, ko veicis pirmais uzņēmums, kurš ilgtspējīgo produktu laidis tirgū.

⁽³⁹⁸⁾ Jo īpaši sk. arī 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 80. punktu.

9.4.3. *Nodošana patērētājiem*

569. 101. panta 3. punkta otrais nosacījums paredz, ka patērētājiem ir jāsaņem pienācīga daļa no iespējamajiem labumiem. Jēdziens “patērētāji” ietver visus tiešos un netiešos to produktu klientus, uz kuriem attiecas nolīgums ⁽³⁹⁹⁾. Patērētāji saņem pienācīgu daļu no labumiem, kad no nolīguma izrietošie labumi pārsniedz kaitējumu, ko radījis nolīgums, un tādējādi kopējā ietekme uz patērētājiem konkrētajā tirgū ir vismaz neitrāla ⁽⁴⁰⁰⁾. Tāpēc labumiem ilgtspējas ziņā, kas izriet no nolīguma, jārodas to produktu patērētājiem, uz kuriem attiecas nolīgums.
570. Var būt gadījumi, kad kaitējums konkurencei ir acīmredzami nenozīmīgs salīdzinājumā ar potenciālajiem labumiem, kas rodas patērētājiem konkrētajā tirgū, tāpēc nav vajadzības veikt detalizētu novērtējumu. Turpretī daudzos gadījumos var būt acīmredzams, ka labumi ilgtspējas ziņā vai nu nenonāk pie patērētājiem konkrētajā tirgū, vai arī ar tiem nepietiek, lai kompensētu šiem patērētājiem radīto kaitējumu. Tomēr var būt arī gadījumi, kad nevar izvairīties no detalizēta novērtējuma.

9.4.3.1. *Individuāli izmantošanas vērtības labumi*

571. Labums patērētājiem parasti izriet no to produktu patēriņa vai izmantojuma, uz kuriem attiecas novērtējamais nolīgums. Šie labumi var izpausties kā uzlabota produktu kvalitāte vai produktu daudzveidība, kas izriet no kvalitatīva efektivitātes pieauguma, vai kā cenu samazinājums izmaksu efektivitātes pieauguma rezultātā. Šie labumi var rasties arī no ilgtspējīga produkta patēriņa tādā pašā veidā, kādā tie rodas no jebkura cita produkta patēriņa. Šos labumus var saukt par “individuāliem izmantošanas vērtības labumiem”, jo tie rodas no produkta izmantošanas un tieši uzlabo patērētāju pieredzi ar konkrēto produktu.
572. Piemēram, dārzeņiem, kas izaudzēti, izmantojot organisko mēslojumu, var būt labāka garša un/vai tie var būt veselīgāki patērētājiem nekā dārzeņi, kas audzēti ar neorganisko mēslojumu. Līdzīgi plastmasas aizstāšana ar izturīgākiem materiāliem konkrētos produktos var paildzināt attiecīgo produktu darbmūžu. Šajos apstākļos patērētāji bauda labāku kvalitāti vienkārši tāpēc, ka viņi patērē konkrēto produktu. Tas ir tipisks kvalitatīvs efektivitātes pieaugums, ko var radīt ierobežojošs nolīgums un kas var pārsniegt cenu pieauguma (piemēram, saskaņotas dārgāku ilgtspējīgu materiālu izmantošanas dēļ) vai izvēles samazinājuma (piemēram, vienošanās neizmantojot neilgtspējīgu resursu dēļ) radīto kaitējumu. Ja labumi ir tik lieli, ka atsver cenu pieauguma vai samazinātās izvēles radīto kaitējumu, tie nodrošinās kompensāciju patērētājiem, kuriem nolīgums ir kaitējis, un tādējādi atbildīs 101. panta 3. punkta otrajam nosacījumam.
573. Iepriekš minētajos piemēros attiecīgie nolīgumi papildus individuālajiem izmantošanas vērtības labumiem var radīt pozitīvu ietekmi ne tikai uz patērētājiem (pozitīvā ārējā ietekme). Pozitīva ārējā ietekme ir tad, kad tiek samazināta negatīva ārējā ietekme, piemēram, piesārņojums, augsnes erozija utt. Šī pozitīvā ārējā ietekme, kas sabiedrībai var radīt labumu pašlaik vai nākotnē, varētu nebūt iespējama bez attiecīgā ierobežojošā nolīguma. Šāda pozitīvā ārējā ietekme atšķiras no individuālajiem izmantošanas vērtības labumiem, ko patērētāji bauda konkrētajā tirgū (sk. 9.4.3.3. iedaļu).
574. Nolīgumi, kuru mērķis ir samazināt iepakojumu, var arī samazināt ražošanas un izplatīšanas izmaksas un galu galā produkta cenu. Piemēram, nolīgums starp konkurentiem par koncentrēta mazgāšanas līdzekļa piegādi mazākās pudelēs var samazināt materiālu, pārveidošanas un uzglabāšanas izmaksas. Tāpat nolīgumi par infrastruktūras vai izplatīšanas pārveidojumu pakalpojumu kopīgošanu starp konkurentiem var samazināt pušu izmaksas un tādējādi arī galaprodukta cenu. No šādiem nolīgumiem izrietošais kaitējums var būt samazināta izvēle patērētājiem vai sliktāka produktu kvalitāte, taču labums, ko rada zemāka cena, var būt lielāks par šādu kaitējumu ⁽⁴⁰¹⁾. Tiem pašiem nolīgumiem var būt arī pozitīva ārējā ietekme, kas izpaužas kā samazināta negatīva ietekme uz vidi (skatīt 9.4.3.3. iedaļu turpmāk).

9.4.3.2. *Individuāli neizmantošanas vērtības labumi*

575. Labumi patērētājiem no ilgtspējas nolīgumiem var būt ne tikai tieši labumi no ilgtspējīga produkta izmantošanas, bet arī netieši labumi, kas izriet no tā, ka patērētāji novērtē sava ilgtspējīgā patēriņa ietekmi uz citiem.

⁽³⁹⁹⁾ Tas ietver ražotājus, kuri izmanto produktus kā resursus, vairumtirgotājus, mazumtirgotājus un galapatērētājus, t. i., fiziskas personas, kas darbojas ar nolūkiem, kuri nav saistīti ar viņu komercdarbību vai profesiju. Sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 84. punktu.

⁽⁴⁰⁰⁾ Sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 85. punktu; sk. arī 2006. gada 23. novembra spriedumu *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU: C:2006:734, 72. punktu.

⁽⁴⁰¹⁾ Efektivitātes pieauguma novērtējumā nozīmīgi drīzāk būs robežizmaksu vai mainīgo izmaksu samazinājumi, nevis pastāvīgo izmaksu samazinājumi; ir lielāka iespēja, ka robežizmaksu vai mainīgo izmaksu samazinājumi principā radīs zemākas cenas patērētājiem.

Proti, daži patērētāji var vērtēt savu ilgtspējīga produkta patēriņu augstāk par neilgtspējīga produkta patēriņu, jo ilgtspējīgajam produktam ir mazāka negatīvā ietekme uz citiem.

576. Piemēram, patērētāji var izvēlēties konkrētu mazgāšanas līdzekli nevis tāpēc, ka tas tīra labāk, bet tāpēc, ka tas mazāk piesārņo ūdeni. Līdzīgā veidā patērētāji var vēlēties maksāt augstāku cenu par mēbelēm, kas ražotas no koksnes, kura ir audzēta ilgtspējīgi, nevis mēbeļu labākas kvalitātes dēļ, bet tāpēc, ka tie vēlas apturēt atmežošanu un dabisko dzīvotņu zaudēšanu. Tāpat autovadītāji var izvēlēties izmantot dārgāku degvielu nevis tāpēc, ka tā ir augstākas kvalitātes un labāka viņu transportlīdzekļiem, bet tāpēc, ka tā mazāk piesārņo.
577. Šajos gadījumos patērētāju pieredze produkta izmantošanā netiek tieši uzlabota. Tomēr patērētāji var vēlēties maksāt augstāku cenu par ilgtspējīgu produktu vai ierobežot savu produktu izvēli (nepērkot neilgtspējīgus variantus), lai labumu gūtu sabiedrība vai nākamās paaudzes. Tādējādi patērētāji konkrētajā tirgū gūst netiešus neizmantošanas vērtības labumus, sniedzot savu individuālo vērtējumu par ietekmi uz citiem, to skaitā uz tiem, kas nav izmantotāji ārpus konkrētā tirgus.
578. Patērētāji, kuri vēlas maksāt vairāk par šādiem produktiem, tos var uztvert kā augstākas kvalitātes produktus tieši tāpēc, ka labumus gūst citi. Tāpēc no ekonomikas viedokļa šādi netieši kvalitatīvi labumi neatšķiras no kvalitāti veicinošajiem labumiem, kuri palielina produkta tiešo izmantošanas vērtību, kas aplūkota 9.4.3.1. iedaļā. Šādus netiešus neizmantošanas vērtību labumus dažos gadījumos var novērtēt, izpētot patērētāju vēlmi maksāt, piemēram, ar patērētāju aptauju palīdzību ⁽⁴⁰²⁾.
579. Var būt atšķirība starp izvēlēm, kuras patērētāji norāda, un izvēlēm, par kurām liecina viņu ar pirkšanu saistītā faktiskā rīcība. Tas var liecināt, ka ar patērētāju norādītajām izvēlēm tiek pārvērtētas vai par zemu novērtētas patiesās izvēles. Lai mazinātu šādu neobjektivitāti, kas bieži izriet no hipotētiskiem jautājumiem patērētāju aptaujās, šādās aptaujās būtu jānodrošina atbilstošs konteksts. Turklāt uzdotajos jautājumos būtu jāņem vērā sabiedrības normas, patērētāju zināšanas un ieradumi, un gaidas attiecībā uz citu personu rīcību.
580. Vispārējā ziņā, lai izpildītu savu pierādīšanas pienākumu saskaņā ar 101. panta 3. punktu, nolīguma pusēm ir jāspēj sniegt pierādījumus par patērētāju faktiskajām izvēlēm. Pusēm būtu jāizvairās no savu izvēļu projicēšanas uz patērētājiem.
581. Lai novērtētu patērētāju vēlmi maksāt, nav nepieciešams novērtēt ikkatra patērētāja vēlmi maksāt konkrētajā tirgū. Ir pietiekami, ja šāds novērtējums ir balstīts uz vispārējo ietekmi uz patērētājiem konkrētajā tirgū ⁽⁴⁰³⁾.

9.4.3.3. Kolektīvi labumi

582. Šo pamatnostādņu 9.4.3.2. iedaļa attiecas uz individuāliem neizmantošanas vērtības labumiem, kuri aprobežojas ar individuālu patērētāju brīvprātīgām (altruistiskām) izvēlēm. Tomēr ne vienmēr negatīvu ārējo ietekmi var labot ar brīvām individuālām patērētāju darbībām. Tā kā individuāla patēriņa ilgtspējas ietekmi ne vienmēr jūt individuāls patērētājs, bet plašāka grupa, lai internalizētu negatīvo ārējo ietekmi un lielākai sabiedrības daļai radītu labumu ilgtspējas ziņā, var būt vajadzīga kopīga iniciatīva, piemēram, sadarbības nolīgums ⁽⁴⁰⁴⁾. Piemēram, patērētāji var nevēlēties maksāt augstāku cenu par produktu, kas ražots, izmantojot zaļu, bet dārgu tehnoloģiju. Lai nodrošinātu no šīs tehnoloģijas izmantošanas izrietošo labumu materializēšanos, var būt nepieciešams nolīgums, lai pakāpeniski atteiktos no piesārņojošās tehnoloģijas. Šie labumi tiek saukti par "kolektīviem labumiem", jo tie ir neatkarīgi no tā, vai patērētāji individuāli novērtē produktu, un rodas plašākai sabiedrībai daļai, nevis tikai patērētājiem konkrētajā tirgū.

⁽⁴⁰²⁾ Patērētāju vēlme maksāt ir viens no elementiem, kas var palīdzēt noteikt labuma veidu, kuru nolīguma puses var apgalvot. Tas, ka patērētāji vēlas maksāt, t. i., ir pieprasījums pēc ilgtspējīgiem produktiem, vēl nebūt nenozīmē, ka nolīgums nav obligāti vajadzīgs. Lai gan patērētāji var vēlēties maksāt par ilgtspējīgu produktu, ierobežojošs nolīgums tik un tā var būt obligāti vajadzīgs, piemēram, lai pārvarētu iniciatora grūtības vai panāktu izmaksas samazinošus apjomradītus ietaupījumus.

⁽⁴⁰³⁾ 2006. gada 23. novembra spriedums *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 72. punkts.

⁽⁴⁰⁴⁾ Tirgus nepilnība šādās situācijās parasti izriet no tā, ka neilgtspējīgs patēriņš rada negatīvu ārējo ietekmi citiem. Šo negatīvo ārējo ietekmi (piemēram, emisijas) pilnībā neinternalizē (neņem vērā) individuāli patērētāji, kā rezultātā veidojas neilgtspējīgā produkta pārpatēriņš. Līdzīgi tirgus nepilnība var izpausties kā pozitīva ārējā ietekme (piemēram, emisiju samazinājums) no ilgtspējīga patēriņa. Šādā gadījumā tirgus nenodrošina ilgtspējīgos produktus pietiekamā apmērā būtībā tā paša iemesla dēļ, proti, tādēļ, ka patērētāji neņem vērā to patēriņa ietekmi uz citiem.

583. Kaut arī ierobežojošo nolīgumu pozitīvās un negatīvās ietekmes izsvēršanu parasti veic par konkrēto tirgu, uz kuru attiecas nolīgums, gadījumā, ja divi tirgi ir saistīti, var tikt ņemts vērā efektivitātes pieaugums, kas radīts atsevišķos tirgos, ja vien patērētāju grupa, kuru ietekmē ierobežojums un kura gūst labumu no efektivitātes pieauguma, būtībā ir tā pati ⁽⁴⁰⁵⁾.
584. Analogiski, ja patērētāji konkrētajā tirgū ievērojami pārklājas ar labuma guvēju grupu ārpus konkrētā tirgus vai pieder šai grupai, tad var ņemt vērā tos kolektīvos labumus konkrētajā tirgū esošiem patērētājiem, kuri īstenojas ārpus šā tirgus, ja tie ir pietiekami nozīmīgi, lai patērētājiem konkrētajā tirgū kompensētu radīto kaitējumu ⁽⁴⁰⁶⁾.
585. Piemēram, autovadītāji, kuri pērk mazāk piesārņojošu degvielu, reizē ir tie iedzīvotāji, kuri gūtu labumu no tīrāka gaisa, ja tiktu izmantota mazāk piesārņojoša degviela. Ciktāl var konstatēt patērētāju (šajā piemērā autovadītāju) un plašākas labuma guvēju grupas (iedzīvotāju) būtisku pārklāšanos, var ņemt vērā labumu ilgtspējas ziņā, ko sniedz tīrāks gaiss, ja vien šis labums patērētājiem konkrētajā tirgū kompensē nodarīto kaitējumu. Savukārt patērētāji var pirkt apģērbu, kurš ražots no ilgtspējīgas kokvilnas, tādējādi samazinot mēslošanas līdzekļu un ūdens izmantošanu zemē, kur kokvilna tiek audzēta. Principā šādu vidiskos labumus var uzskatīt par kolektīviem labumiem. Tomēr šajā gadījumā, visticamāk, nav būtiskas pārklāšanās starp apģērba patērētājiem un vidisko labumu guvējiem, jo labumi rodas tikai teritorijā, kur tiek audzēta kokvilna. Tāpēc nav ticams, ka patērētāji konkrētajā tirgū gūtu šos kolektīvos labumus. Tāpēc šos labumus var ņemt vērā tikai, tad, ja – un tādā apmērā, ciktāl – apģērba patērētāji vēlas maksāt vairāk par apģērbu, kas izgatavots no ilgtspējīgi audzētas kokvilnas (individuāls neizmantošanas vērtības labums, sk. 9.4.3.2. iedaļu).
586. Lai kolektīvie labumi realizētos, nolīguma tirgus tvērumam bieži vajadzēs būt nozīmīgam. Piemēram, ja tikai divi no desmit veļasmašīnu ražotājiem vienojas atteikties no saviem vairāk piesārņojošajiem modeļiem, tad ir maz ticams, ka nolīgums varēs novērst parazitēšanu (jo veļasmašīnu ražotāji turpinās piedāvāt vairāk piesārņojošus modeļus), un attiecīgi ir maz ticams, ka nolīgums pietiekami samazinās piesārņojumu, jo savtīgie patērētāji varētu pāriet uz piesārņojošajiem modeļiem, ko ražo pārējie piegādātāji ⁽⁴⁰⁷⁾.
587. Lai kolektīvos labumus varētu ņemt vērā, nolīguma pusēm jāspēj:
- a) skaidri aprakstīt iespējamus labumus un sniegt pierādījumus par to, ka tie jau ir iestājušies vai, visticamāk, iestāsies ⁽⁴⁰⁸⁾;
 - b) skaidri definēt labuma guvējus;
 - c) pierādīt, ka patērētāji konkrētajā tirgū būtiski pārklājas ar labuma guvējiem vai ir daļa no tiem ⁽⁴⁰⁹⁾; un
 - d) pierādīt, ka kolektīvo labumu daļa, kas rodas patērētājiem konkrētajā tirgū, iespējams, apvienojumā ar individuālajiem labumiem izmantošanas un neizmantošanas vērtības ziņā, kas rodas šiem patērētājiem, pārsniedz kaitējumu, ko šiem patērētājiem rada ierobežojums.
588. Šim novērtējumam īpaši vērtīgi var būt kolektīvo labumu pierādījumi, kas ietverti publisko iestāžu ziņojumos vai atzītu akadēmisko organizāciju sagatavotajos ziņojumos.
589. Ja nav pieejamu datu, kas ļauj veikt kvantitatīvu analīzi par nolīguma radītajiem labumiem, var apsvērt iespēju izmantot citus pierādījumus, ja vien tie liecina par skaidri identificējamu, nevis marginālu pozitīvu ietekmi uz patērētājiem konkrētajā tirgū. Tā kā patlaban ir maz pieredzes kolektīvo labumu mērīšanā un kvantitatīvajā noteikšanā, Komisija ir iecerējusi sniegt plašākus norādījumus par šo jautājumu, kad tai būs pietiekama pieredze ar konkrētiem gadījumiem, kas var sniegt tai iespēju izstrādāt novērtēšanas metodes.

⁽⁴⁰⁵⁾ 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 43. punkts; sk. arī 2006. gada 27. septembra spriedumu *GlaxoSmithKline Services* un citi/ Komisija, T-168/01, EU:T:2006:265, 248. un 251. punktu; 2014. gada 11. septembra spriedumu *MasterCard Inc.*, C-382/12 P, EU: C:2014:2201, 242. punktu; Komisijas 2013. gada 23. maija lēmumu lietā AT.39595 *Air Canada/United Airlines/Lufthansa* ("STAR alliance").

⁽⁴⁰⁶⁾ Kompensēšana patērētājiem var notikt ar viena veida labumu ilgtspējas ziņā vai individuālu un kolektīvu labumu kombināciju; sk. 9.4.3.4. iedaļu.

⁽⁴⁰⁷⁾ Tomēr šajā piemērā ir ierobežots ne tikai potenciālais nolīguma radītais labums tāpēc, ka tvērums ir nepietiekams, bet arī potenciālais kaitējums konkurencei (būtībā to pašu iemeslu dēļ).

⁽⁴⁰⁸⁾ Labumus, kas materializēsies nākotnē, var ņemt vērā, ja tie radīsies patērētājiem konkrētajā tirgū.

⁽⁴⁰⁹⁾ Gadījumos, kad kolektīvie labumi ir izklaidēti lielā sabiedrības daļā, ir mazāk iespējams, ka pārklāšanās ar patērētājiem konkrētajā tirgū būs ievērojama.

9.4.3.4. Jebkāda vai visa veida labumi

590. Ilgtspējas nolīgumu puses sava nolīguma attaisnošanai saskaņā ar 101. panta 3. punktu var atsaukties uz jebkuru vai visiem trim patērētāju labumu veidiem. Piesaukto labumu izvēle var būt atkarīga no konkrētā gadījuma faktiem un pieejamo pierādījumu uzticamības. Dažos gadījumos, lai izpildītu 101. panta 3. punkta nosacījumus, var būt pietiekami pierādīt tikai individuālus izmantošanas vērtības labumus. Citos gadījumos var pietikt ar pierādījumiem par individuāliem neizmantošanas vērtības labumiem vai kolektīviem labumiem. Turklāt dažos gadījumos puses var pierādīt divu vai visu trīs veidu labumus.
591. Dažos gadījumos ir jāpaiet noteiktam laikam, lai labumi materializētos. Līdz tam laikam nolīgumam var būt tikai negatīva ietekme. Fakts, ka nodošana patērētājiem notiek ar noteiktu laika nobīdi, pats par sevi neizslēdz 101. panta 3. punkta piemērošanu. Tomēr, jo lielāka ir laika nobīde, jo lielākam jābūt efektivitātes pieaugumam, lai patērētājiem kompensētu arī zaudējumus, kas radušies līdz nodošanas brīdim. Veicot šo novērtēšanu, ir attiecīgi jādiskontē nākotnes labumu vērtība ⁽⁴¹⁰⁾.

9.4.4. Konkurences nelikvidēšana

592. Atbilstoši 101. panta 3. punkta ceturtajam nosacījumam nolīgums nedrīkst pusēm dot iespēju likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu būtisku daļu. Būtībā šis nosacījums nodrošina, ka konkrētajā(-os) tirgū(-os) saglabājas noteikta konkurences pakāpe neatkarīgi no labumu apmēra.
593. Šis pēdējais nosacījums var tikt izpildīts, pat ja konkurenci ierobežojošais nolīgums attiecas uz visu nozari, ciktāl nolīguma puses turpina pārliecināties konkurēt vismaz vienā svarīgā konkurences parametrā. Piemēram, ja nolīgums likvidē konkurenci par kvalitāti vai daudzveidību, bet arī cena ir svarīgs konkurences parametrs attiecīgajā nozarē, un cenas netiek ierobežotas, šis nosacījums joprojām var būt izpildīts.
594. Turklāt, ja konkurenti konkurē ar diferencētu produktu klāstu, kuri visi ir tajā pašā konkrētajā tirgū, konkurences likvidēšana vienam vai vairākiem produkta variantiem ne vienmēr nozīmē, ka konkurence konkrētajā tirgū ir likvidēta.
595. Līdzīgi, ja konkurenti nolemj neizmantot konkrētu piesārņojošu tehnoloģiju vai īpašu neilgtspējīgu sastāvdaļu savu produktu ražošanā, konkurence netiks likvidēta, ja viņi turpinās konkurēt par galaprodukta cenu un/vai kvalitāti.
596. Visbeidzot, konkurences likvidēšana ierobežotā laikposmā, ja tai nav ietekmes uz konkurences attīstību pēc tam, kad šis laikposms ir beidzies, nav šķērslis šā nosacījuma izpildei. Piemēram, nolīgums starp konkurentiem uz laiku ierobežot viena produkta varianta, kurš satur neilgtspējīgu sastāvdaļu, ražošanu, lai tirgū ieviestu produkta ilgtspējīgu aizstājēju ar mērķi veicināt patērētāju izpratni par jaunā produkta iezīmēm, parasti atbilst 101. panta 3. punkta pēdējam nosacījumam.

9.5. Publisko iestāžu iesaiste

597. Valsts vai vietējo publisko iestāžu iesaiste ilgtspējas nolīgumu noslēgšanas procesā vai šo iestāžu zināšanas par šo nolīgumu esību pašas par sevi neliedz piemērot šādiem nolīgumiem 101. pantu. Līdzīgi, ja publisko iestāžu darbības tikai mudina uzņēmumus iesaistīties konkurenci ierobežojošos ilgtspējas nolīgumos vai atvieglo šādu iesaisti, neliedzot uzņēmumiem to neatkarību, uz šādiem nolīgumiem joprojām attiecas 101. pants ⁽⁴¹¹⁾.
598. Tomēr konkurenci ierobežojoša ilgtspējas nolīguma puses nebūs atbildīgas atbilstoši 101. pantam, ja publiskās iestādes tām ir likušas vai pieprasījušas noslēgt nolīgumu vai ja publiskās iestādes stiprina nolīguma ietekmi ⁽⁴¹²⁾.

9.6. Piemēri

599. Nolīgums, uz kuru attiecas nesaistošā likumīguma prezumpcija

⁽⁴¹⁰⁾ Sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādnes, 87. lpp.

⁽⁴¹¹⁾ 2003. gada 9. septembra spriedums *CIF*, C-198/01, EU:C:2003:430, 56. punkts. Sk. arī 1. nodaļas 19. punktu.

⁽⁴¹²⁾ 2013. gada 12. decembra spriedums *Soa Nazionale Costruttori*, C-327/12, EU:C:2013:827, 38. punkts; 2006. gada 5. decembra spriedums *Cipolla un citi*, C-94/04, EU:C:2006:758, 47. punkts.

1. piemērs

Situācija. Brokastu pārsļas tiek pārdotas pievilcīgās krāsainās kartona kastēs. Gadu gaitā šīs kastes ir kļuvušas lielākas nevis tāpēc, ka ir palielinājies saturs, bet tikai, lai tās patērētājiem izskatītos pievilcīgākas un daudz-sološākas. Tā ir ienesīga tirgvedības stratēģija, jo patērētāji brokastu pārsļas bieži pērk spontāni, un lielāks izmērs rada iespaidu par izdevīgāku pirkumu. Tā kā visi ražotāji ir izmantojuši šo stratēģiju, tai nav bijusi nozīmīga ietekme uz viņu tirgus daļām. Tomēr tās rezultātā aptuveni 15 % no viņu produktiem izmantotā iepakojuma materiāla ir pārpalikumi.

Nevalstiskā organizācija *Prevent Waste* ir kritizējusi brokastu pārsļu ražotāju “tukšās kastes” stratēģiju kā izšķērdīgu un kaitīgu videi, izmantojot vairāk dabas resursu nekā nepieciešams šo produktu efektīvai ražošanai un izplatīšanai. Atbildot uz to, brokastu pārsļu ražotāji, kas apvienojušies savā tirdzniecības organizācijā, vienojās ierobežot savu produktu iepakojumu pārpalikumu. Viņi kolektīvi vienojās par iepakojuma standartu, ierobežojot iepakojuma materiāla pārpalikumu līdz ne vairāk kā 3 %, lai nodrošinātu, ka pārsļu kastes joprojām ir viegli lietot, un ir publiskojuši savu lēmumu. Brokastu pārsļu ražotāji ir īstenojuši nolīgumu kopš gada sākuma, un tas attiecas uz 100 % no tirgus. Tā rezultātā iepakojuma izmaksas, kuras veido 6 % no vairumtirdzniecības cenas, ir samazinājušās par aptuveni 10 %. Tas ir novedis pie brokastu pārsļu vairumtirdzniecības cenas samazinājuma par aptuveni 0,5 % un mazumtirdzniecības cenas samazinājuma par 0–0,5 %.

Analīze. Konkurenti vienojas par standartu, kas ietekmē produkta tirdzniecību, bet to dara pārredzamā veidā, ļaujot visiem pieņemt pieeju un neuzliekot par pienākumu to darīt. Nenotiek sensitīvas informācijas apmaiņa. Papildus tam pārsļu ražotāji var vēl vairāk samazināt savu iepakojumu, ja viņi to vēlas. Turklāt standartizācijas nolīgums par iepakojuma pārpalikumu ierobežošanu ļoti maz un pat lejupejoši ietekmē brokastu pārsļu cenu, neietekmē pārsļu ražotāju savstarpējo konkurenci saistībā ar galvenajiem cenām, kvalitātes un inovācijas parametriem un tikai ierobežotā mērā skar tirgvedības konkurenci (ņemot vērā kastes “pārmērīgā izmēra” stratēģijas acīmredzami ierobežoto ietekmi). Tāpēc nolīgums atbilst likumīguma prezumpcijas nosacījumiem, un tādējādi tas diez vai radīs ievērojamu negatīvu ietekmi uz konkurenci. Nolīgums faktiski uzlabo rezultātu patērētājiem, likvidējot dārgas iepakojuma pārpalikuma stratēģijas, kurām ir maza ietekme uz konkurenci.

600. Nolīgums, uz kuru attiecas nesaistošā likumīguma prezumpcija

2. piemērs

Situācija. Nevalstiskā organizācija *Fair Tropical Fruits* kopā ar vairākiem augļu tirgotājiem ir izveidojusi marķējumu godīgi tirgotiem tropiskajiem augļiem (“FTF” marķējumu). Lai varētu izmantot šo marķējumu, tropisko augļu tirdzniecības uzņēmumiem ir jāgarantē, ka attiecīgie augļi nāk no ražotājiem, kas nodrošina taisnīgu iztikas minimumu darbiniekiem un neizmanto bērnu darbu. Šie augļu tirgotāji var arī brīvi tirgot augļus ar citiem marķējumiem vai bez marķējumiem. *Fair Tropical Fruits* ir izveidojusi uzraudzības sistēmu, lai pārbaudītu, vai ar FTF marķējumu pārdotie produkti atbilst minimālajiem nosacījumiem. Dalības nosacījumi, kā arī uzraudzības sistēmas metodes un rezultāti ir pieejami *Fair Tropical Fruits* tīmekļa vietnē. Ar FTF marķējumu pārdotie augļi ir dārgāki nekā citi tirgotie tropiskie augļi.

FTF marķējums ir ieviests visā ES, un vairāki lieli tirgotāji izmanto marķējumu un ir parakstījuši nolīgumu par marķējuma minimālo nosacījumu ievērošanu. Marķējums ir ātri kļuvis populārs noteiktu patērētāju vidū. Atkarībā no tropisko augļu veida un konkrētā ģeogrāfiskā tirgus augļu tirgotāju daļas svārstās no 12 % ananasiem līdz 20 % mango. Tie paši tirgotāji arī darbojas ārpus marķējuma.

Analīze. FTF marķējums diez vai radīs ievērojamu negatīvu ietekmi uz konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, un uz tā ilgtspējas nolīgumiem var attiecināt nesaistošo likumīguma prezumpciju, ņemot vērā: i) nolīguma pušu nelielās tirgus daļas dažādajos konkrētajos pirkšanas un pārdošanas tirgos, ii) ievērojamās tirgus daļas, kādas ir citiem marķējumiem un tradicionālajiem produktiem, un to radīto konkurenci, faktu, ka iii) dalība FTF marķējumā ir brīvprātīga un neekskluzīva, iv) standartizācijas nolīgums nav saistīts ar informācijas apmaiņu par iepirkuma cenām, citām izmaksām, ražošanas apjomiem vai peļņas normām, un ka v) licenci marķējuma izmantošanai piešķir tikai atkarībā no tā, vai tiek ievēroti noteikti minimālie nosacījumi, nevienojoties par saistošām minimālajām cenām vai piemaksām. Nolīgumi faktiski var paplašināt patērētājiem pieejamo izvēli, ļaujot viņiem identificēt produktus ar “godīgas tirdzniecības” iezīmēm.

601. Nolīgums, kuram nav ievērojamas ietekmes uz konkurenci

3. piemērs

Situācija. *Fair-Clothing.Com* ir ļoti veiksmīga nevalstiska organizācija, kas ar valdības subsīdiju un efektīvas medijos rīkotas kampaņas palīdzību ir spējusi pārliecināt lielāko daļu uzņēmumu, kuri pārdod apģērbu ES, tai skaitā visus galvenos zīmolus un vairākas apģērba mazumtirdzniecības ķēdes, iepirkt apģērbu tikai no tādiem ražotājiem jaunattīstības valstīs, kuri ievēro noteiktu iztikas minimuma līmeni. Kampaņa, ko plaši atbalstīja valstu un ES patērētāju organizācijām un kas tika koordinēta ar šīm organizācijām, bija ļoti veiksmīga, proti, patlaban 85 % no visa apģērba, ko pārdod ES, tiek pārdoti ar *Fair Clothing* marķējumu. Lai saņemtu licenci šā marķējuma izmantošanai, iesaistītie uzņēmumi ir vienojušies ievērot minimālos algu standartus un nepārdot apģērbu, kas neatbilst standartiem, neatkarīgi no tā, kur apģērbs ir ražots. Kampaņas rezultātā tekstila nozarē strādājošo algas jaunattīstības valstīs ir palielinājušās vidēji par 20 %.

Patērētāju aptaujas un pētījumi par produktiem liecina, ka *Fair Clothing* marķējuma ieviešanas rezultātā apģērba vidējā cena ES nav ievērojami palielinājusies – aplēses par ietekmi uz cenu svārstās no -0,5 % līdz +0,8 % un statistiski būtiski neatšķiras no nulles. Visticamākais skaidrojums cenu palielinājuma neesībai ir, pirmkārt, ražošanas algu kā apģērba izstrādājumu gala cenas komponenta relatīvais nenozīmīgums un, otrkārt, iespējamie darba ražīguma uzlabojumi, kas var būt algu palielinājuma rezultāts. Piemēram, kokvilnas kreklu ražošanā algu komponents ir aptuveni 30 % no vietējām ražošanas izmaksām. Tādējādi var paredzēt, ka algu palielinājums par 20 % ir novedis pie kreklu ražošanas cenu palielinājuma jaunattīstības valstīs, lielākais, par 6 %.

Analīze. Ņemot vērā, ka *Fair Clothing* nolīguma puses (rietumu zīmolu īpašnieki un apģērba mazumtirdzniecības ķēdes) pirkšanas cenu palielina par vidējo peļņas normu 200–300 %, lai segtu transporta, importa un citas izplatīšanas un iepakojšanas izmaksas, ietekme uz cenu, par kādu puses pārdod krekus, šā iemesla dēļ jau ir, lielākais, 1,5–2 %. Turklāt ir norādes, ka, sniedzot darbiniekiem piekļuvi uzturvielām bagātam uzturam un labākai veselības aprūpei, algu palielinājums par 20 % pozitīvi ietekmē darba ražīgumu tekstilizstrādājumu nozarē jaunattīstības valstīs. Ņemot vērā intensīvo konkurenci apģērba nozarē, var paredzēt, ka šiem ražīguma uzlabojumiem būs cenu pazeminoša ietekme.

Pamatojoties uz aplēsēm par ietekmi uz cenu, var secināt, ka *Fair Clothing* nolīgumiem, visticamāk, nebūs ievērojamas negatīvas ietekmes nolīgumu pušu klientiem, un tāpēc uz tiem neattiecas 101. panta 1. punkts.

602. Nolīgums, kas, visticamāk, neierobežos konkurenci saskaņā ar 101. panta 1. punktu un/vai, visticamāk, atbildīs 101. panta 3. punkta nosacījumam.

4. piemērs

Situācija. Reaģējot uz konstatējumiem, kas iegūti pētījumā par ieteicamo tauku saturu noteiktos pārstrādātos pārtikas produktos, kuru veica valdības finansēta domnīca dalībvalstī, vairāki lieli pārstrādātu pārtikas produktu ražotāji tajā pašā dalībvalstī formālās diskusijās nozares arodasociācijā vienojas noteikt ieteicamo tauku saturu produktos. Kopā puses pārstāv 70 % no produktu pārdošanas apjoma dalībvalstī. Pušu iniciatīva tiks atbalstīta ar valsts mēroga reklāmas kampaņu, ko finansē domnīca, uzsverot augsta tauku satura bīstamību pārstrādātajos pārtikas produktos.

Analīze. Kaut arī tauku saturs ir ieteikums un līdz ar to brīvprātīgs, valsts mēroga reklāmas kampaņas radītās plašās publicitātes dēļ ieteicamo tauku saturu, visticamāk, īstenos visi pārstrādāto pārtikas produktu ražotāji dalībvalstī. Tāpēc tas, visticamāk, kļūs par *de facto* maksimālo tauku saturu pārstrādātajos pārtikas produktos. Tāpēc varētu tikt samazināta patērētāju izvēle produktu tirgos. Tomēr puses varēs turpināt konkurēt saistībā ar vairākām citām produkta iezīmēm, piemēram, cenu, produkta izmēru, kvalitāti, garšu, citu uzturvērtību un sāls saturu, sastāvdaļu daudzuma attiecībām un zīmolu. Turklāt konkurence attiecībā uz tauku saturu produktu piedāvājumā var palielināties, ja puses centīsies piedāvāt produktus ar zemāko saturu. Tāpēc nolīgums, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošu ietekmi 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr, pat ja tiks konstatēts, ka nolīgumam ir ievērojama negatīva ietekme uz konkurenci saskaņā ar 101. panta 1. punktu, jo patērētājiem tiek liegta izvēle iegūt pārtiku ar augstu tauku saturu, labums patērētājiem saistībā ar saņemto informācijas vērtību un labvēlīgo ietekmi uz veselību, visticamāk, pārsniegs kaitējumu, un nolīgums, visticamāk, atbildīs 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

603. Nolikums, kas ierobežo konkurenci saskaņā ar 101. panta 1. punktu un atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

5. piemērs

Situācija. Veļasmašīnu ražotāji pašlaik ražo dažādas mašīnas, sākot ar jaunākajiem modeļiem, kas ir tehniski attīstītāki un energoefektīvāki, līdz vecākiem modeļiem, kas ir tehniski mazāk attīstīti. Kaut arī vecākie, mazāk attīstītie modeļi izmanto vairāk elektrības un ūdens, tos ir vieglāk ražot, un tie tiek pārdoti par zemākām cenām nekā nesenākie un tehniski attīstītākie modeļi. Saskaņā ar ES regulu visi modeļi tiek klasificēti astoņās energoefektivitātes kategorijās no A līdz H un attiecīgi marķēti.

Inovācija nozarē ir vērsta uz jauno modeļu energoefektivitātes turpmāku uzlabošanu. Tomēr veļasmašīnu ražotāji arī uzskata, ka viņiem ir pienākums censties samazināt viņu mašīnu enerģijas patēriņu citos veidos. Tāpēc tie ir vienojušies pakāpeniski izbeigt F–H kategoriju veļasmašīnu, kas ir vecākie un mazāk energoefektīvie modeļi, ražošanu un pārdošanu. Šie vecākie modeļi ir arī vismazāk efektīvi ūdens patēriņa ziņā.

Nolikumā ir iekļauti visi ražotāji, un līdz ar to tas aptver gandrīz 100 % tirgus. Tas paredz, ka F–H kategorijas veļasmašīnu ražošana un pārdošana tiks pakāpeniski izbeigta divu gadu laikā. Šie modeļi pašlaik veido aptuveni 35 % no visa pārdošanas apjoma tirgū. Kaut arī visi iesaistītie ražotāji jau ražo vairākus A–E kategorijas modeļus un līdz ar to neviens no viņiem nezaudēs visus pašreizējos pārdošanas apjomu, katrs ražotājs tiks ietekmēts atšķirīgi atkarībā no tā pašreizējā modeļu klāsta. Līdz ar to, visticamāk, tiks ietekmēta ražotāju savstarpējā konkurence. Turklāt pakāpeniska atteikšanās no F–H kategorijas samazinās patērētājiem pieejamo mašīnu izvēli un palielinās pirkšanas vidējās izmaksas. Vidusmēra pircējam, kas iepriekš pirka F–H kategorijas veļasmašīnas, mašīnas cena pieaugs vismaz par 40–70 EUR.

Pirms nolīguma par pakāpenisku atteikšanos no F–H kategorijas īstenošanu nozare centās novirzīt pieprasījumu no šīm kategorijām, izmantojot reklāmas kampaņas. Pētījumi ir parādījuši, ka šīs kampaņas nebija veiksmīgas, jo daudziem patērētājiem to lēmumos par pirkumiem ir grūti izsvērt pozitīvo ietekmi, ko nākotnē radīs elektrības un ūdens rēķinu samazinājumi, un negatīvo ietekmi, ko radīs tūlītējs mašīnas pirkšanas cenas pieaugums.

Šie pētījumi arī parāda, ka veļas mazgāšanas mašīnu pircēji faktiski gūst ievērojamu labumu no pakāpeniskas atteikšanās no F–H kategorijas. Vidējais veļas mazgāšanas mašīnas pircējs atgūs pirkšanas cenas pieaugumu viena līdz divu gadu laikā mazāku izmaksu par elektrību un ūdeni dēļ. Ievērojams vairākums patērētāju, ieskaitot tos, kuri savu veļasmašīnu izmanto retāk, atgūs pirkšanas cenas pieaugumu četru gadu laikā. Tā kā A–E kategorijas mašīnu vidējais paredzamais darbumūžs ir vismaz pieci gadi, veļasmašīnu patērētāji kā grupa gūst labumu no nolīguma. Šis neto labums tālāk palielinās visiem veļasmašīnu izmantotājiem līdz ar videskajiem labumiem, kuri rodas no kolektīvā elektrības un ūdens izmantošanas samazinājuma. Elektroenerģijas patēriņa samazināšana rada mazāku piesārņojumu no elektroenerģijas ražošanas, un tas arī dod labumu veļasmašīnu patērētājiem, ciktāl ar piesārņojumu saistītās tirgus nepilnības jau netiek risinātas ar citiem regulatīvajiem instrumentiem (piemēram, ar Eiropas emisijas kvotu tirdzniecības sistēmu, kas ierobežo oglekļa emisijas). Ūdens patēriņa samazināšana rada mazāku ūdens piesārņojumu. Tā kā veļasmašīnu patērētāji ir lielākā daļa no iedzīvotāju skaita, tad patērētāji konkrētajā tirgū, kuru ietekmē nolikums, gūst daļu no šiem vidiskajiem labumiem.

Analīze. Kaut arī nolīgumam, visticamāk, būs ievērojama negatīva ietekme un uz to attiecas 101. panta 1. punkts, tas, visticamāk, atbildīs 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Konkrēti: i) nolīguma rezultātā vidusmēra veļasmašīna kļūst enerģijas un ūdens patēriņa ziņā efektīvāka, ii) to nebūtu bijis iespējams panākt ar mazāk ierobežojošu nolīgumu, piemēram, ar kolektīvu reklāmas kampaņu vai ilgtspējas marķējumu, iii) patērētāji konkrētajā tirgū gūst neto labumu individuālu izmantošanas vērtības labumu un kolektīvu vidisku labumu rezultātā, kā arī iv) konkurence netiek likvidēta, jo nolikums attiecas tikai uz konkrēto modeļu klāstu, kas ir viens konkurences parametrs, bet ne uz citiem parametriem, piemēram, cenu vai inovāciju, attiecībā uz kuriem var notikt un notiek konkurence.