

Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis

C 66



Izdevums
latviešu valodā

Informācija un paziņojumi

56. sējums
2013. gada 7. marts

Paziņojums Nr. Saturs Lappuse

IV Paziņojumi

EIROPAS SAVIENĪBAS IESTĀŽU UN STRUKTŪRU SNIEGTI PAZIŅOJUMI

Eiropas Komisija

2013/C 66/01	Euro maiņas kurss	1
2013/C 66/02	Atzinums, ko padomdevēja komiteja uzņēmumu apvienošanās jautājumos sniegusi 2012. gada 8. augusta sanāksmē par lēmuma projektu Lietā COMP/M.6314 – <i>Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere /JV</i> – Ziņotājs: Portugāle	2
2013/C 66/03	Uzklausīšanas amatpersonas nobeiguma ziņojums – COMP/M.6314 – <i>Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV</i>	4
2013/C 66/04	Kopsavilkums par Komisijas lēmumu (2012. gada 4. septembris), ar ko koncentrāciju atzīst par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līguma darbību (Lieta COMP/M.6314 – <i>Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV</i>) (izziņots ar dokumenta numuru C(2012) 6063 final) ⁽¹⁾	5
2013/C 66/05	Komisijas Lēmums (2013. gada 6. marts), ar ko groza Komisijas 2010. gada 6. oktobra Lēmumu, ar ko izveido ekspertu grupu Eiropas navigācijas satelītsistēmu mērķu tālākvirzības jautājumos – “Mērķu tālākvirzības padomdevēja grupa” ⁽¹⁾	24

LV

Cena:
EUR 3

⁽¹⁾ Dokuments attiecas uz EEZ

(Turpinājums nākamajā lappusē)

INFORMĀCIJA ATTIECĪBĀ UZ EIROPAS EKONOMIKAS ZONU

EBTA Uzraudzības iestāde

2013/C 66/06	EBTA valstu paziņotā informācija par valsts atbalstu, kas piešķirts saskaņā ar EEZ līguma XV pielikuma 1.j punktā minēto tiesību aktu (Komisijas Regula (EK) Nr. 800/2008, kas atzīst noteiktas atbalsta kategorijas par saderīgām ar kopējo tirgu, piemērojot Līguma 87. un 88. pantu (vispārējā grupu atbrīvojuma regula))	25
2013/C 66/07	EBTA Uzraudzības iestādes paziņojums par pašreizējām valsts atbalsta atmaksāšanas procentu likmēm un atsaucēs/diskonta likmēm, ko trīs EBTA valstīs piemēro no 2013. gada 1. janvāra (<i>Publicēts saskaņā ar 10. pantu Iestādes 2004. gada 14. jūlija Lēmumā Nr. 195/04/COL (OV L 139, 25.5.2006., 37. lpp. un EEZ papildinājums Nr. 26/2006, 25.5.2006., 1. lpp.)</i>)	27

V Atzinumi

JURIDISKAS PROCEDŪRAS

EBTA Tiesa

2013/C 66/08	EBTA Uzraudzības iestādes 2012. gada 4. decembrī iesniegtā prasība pret Līhtenšteinas Firstisti (Lieta E-14/12)	28
2013/C 66/09	EBTA Uzraudzības iestādes 2012. gada 30. novembra prasība pret Islandi (Lieta E-12/12)	29
2013/C 66/10	EBTA Uzraudzības iestādes 2012. gada 30. novembra prasība pret Islandi (Lieta E-13/12)	30

PROCEDŪRAS, KAS SAISTĪTAS AR KONKURENCES POLITIKAS ĪSTENOŠANU

Eiropas Komisija

2013/C 66/11	Iepriekšējs paziņojums par koncentrāciju (Lieta COMP/M.6869 – GM/Ispol) – Lieta, kas pretendē uz vienkāršotu procedūru ⁽¹⁾	31
--------------	---	----



⁽¹⁾ Dokuments attiecas uz EEZ

IV

(Paziņojumi)

EIROPAS SAVIENĪBAS IESTĀŽU UN STRUKTŪRU SNIEGTI PAZIŅOJUMI

EIROPAS KOMISIJA

Euro maiņas kurss ⁽¹⁾

2013. gada 6. marts

(2013/C 66/01)

1 euro =

Valūta	Maiņas kurss	Valūta	Maiņas kurss		
USD	ASV dolārs	1,3035	AUD	Austrālijas dolārs	1,2670
JPY	Japānas jena	121,85	CAD	Kanādas dolārs	1,3408
DKK	Dānijas krona	7,4556	HKD	Hongkongas dolārs	10,1099
GBP	Lielbritānijas mārciņa	0,86440	NZD	Jaunzēlandes dolārs	1,5630
SEK	Zviedrijas krona	8,3159	SGD	Singapūras dolārs	1,6244
CHF	Šveices franks	1,2301	KRW	Dienvidkorejas vona	1 412,69
ISK	Islandes krona		ZAR	Dienvidāfrikas rands	11,7980
NOK	Norvēģijas krona	7,4250	CNY	Ķīnas juaņa renminbi	8,1066
BGN	Bulgārijas leva	1,9558	HRK	Horvātijas kuna	7,5928
CZK	Čehijas krona	25,565	IDR	Indonēzijas rūpija	12 638,96
HUF	Ungārijas forints	298,55	MYR	Malaizijas ringits	4,0497
LTL	Lietuvas lits	3,4528	PHP	Filipīnu peso	53,067
LVL	Latvijas lats	0,7008	RUB	Krievijas rublis	39,9850
PLN	Polijas zlots	4,1495	THB	Taizemes bāts	38,792
RON	Rumānijas leja	4,3578	BRL	Brazīlijas reāls	2,5631
TRY	Turcijas lira	2,3365	MXN	Meksikas peso	16,5647
			INR	Indijas rūpija	71,3700

⁽¹⁾ Datu avots: atsauces maiņas kursu publicējusi ECB.

Atzinums, ko padomdevēja komiteja uzņēmumu apvienošanās jautājumos sniegusi 2012. gada 8. augusta sanāksmē par lēmuma projektu Lietā COMP/M.6314 – Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere JV

Ziņotājs: Portugāle

(2013/C 66/02)

Koncentrācija

1. Padomdevēja komiteja piekrīt Komisijai, ka paziņotais darījums ir koncentrācija Apvienotās regulas 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.
2. Padomdevēja komiteja piekrīt Komisijai, ka paziņotajam darījumam ir Kopienas mērogs saskaņā ar Apvienotās regulas 1. panta 3. punktu.

Tirgus definīcija

3. Padomdevēja komiteja piekrīt Komisijas definīcijām par konkrētajiem produktu un ģeogrāfiskajiem tirgiem, kā norādīts lēmuma projektā.
4. Padomdevēja komiteja jo īpaši piekrīt, ka darījums jānovērtē turpmāk minētajos tirgos:
 - a) tirgū, kurā veic mobilo maksājumu platformu piegādi vairumtirdzniecībā, vismaz Apvienotās Karalistes teritorijā;
 - b) drošu datu nesēju tirgū, vismaz Apvienotās Karalistes teritorijā;
 - c) tirgū, kurā veic mobilo maksājumu pakalpojumu mazumtirdzniecības piegādi klientiem, vismaz Apvienotās Karalistes teritorijā;
 - d) reklāmas pakalpojumu tirgū, vismaz Apvienotās Karalistes teritorijā;
 - e) mobilās reklāmas starpniecības pakalpojumu tirgū, vismaz Apvienotās Karalistes teritorijā;
 - f) liela apjoma īsziņu pakalpojumu mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības tirgū, vismaz Apvienotās Karalistes teritorijā;
 - g) datu analīzes pakalpojumu tirgū, vismaz Apvienotās Karalistes teritorijā;
 - h) mobilo telefonsakaru mazumtirdzniecības tirgū Apvienotās Karalistes teritorijā.

Konkurences novērtējums

Vertikālā ietekme

5. Padomdevēja komiteja piekrīt Komisijas vērtējumam, ka ierosinātais darījums, visticamāk, neizraisīs nekoordinētu un koordinētu vertikālu ietekmi, kas radītu būtiskus traucējumus efektīvai konkurencei tirgū, kurā veic mobilo maksājumu platformu piegādi vairumtirdzniecībā, vismaz Apvienotās Karalistes teritorijā.
6. Jo īpaši, Padomdevēja komiteja piekrīt Komisijas vērtējumam, ka ziņotājām pusēm diez vai piemīt
 - a) tehniskās spējas būtiski ierobežot piekļuvi konkurējošiem mobilo maksājumu pakalpojumu sniedzējiem;
 - b) komerciālās spējas būtiski ierobežot piekļuvi konkurējošiem mobilo maksājumu pakalpojumu sniedzējiem;
 - c) vienpusēja vai koordinēta motivācija ierobežot piekļuvi konkurējošiem mobilo maksājumu pakalpojumu sniedzējiem.

7. Padomdevēja komiteja piekrīt Komisijas vērtējumam, ka ierosinātais darījums, visticamāk, neizraisīs nekoordinētu un koordinētu vertikālu ietekmi, kas radītu būtiskus traucējumus efektīvai konkurencei liela apjoma īsziņu pakalpojumu mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības tirgū, vismaz Apvienotās Karalistes teritorijā.

Konglomerāta ietekme

8. Padomdevēja komiteja piekrīt Komisijas vērtējumam, ka ierosinātais darījums, visticamāk, neizraisīs nekoordinētu un koordinētu ietekmi, kas radītu būtiskus traucējumus efektīvai konkurencei mobilo telefonsakaru mazumtirdzniecības tirgū Apvienotās Karalistes teritorijā.

Horizontālā ietekme

9. Padomdevēja komiteja piekrīt Komisijas vērtējumam, ka ierosinātais darījums, visticamāk, neizraisīs horizontālu ietekmi, kas radītu būtiskus traucējumus efektīvai konkurencei attiecīgajos tirgos.

Secinājums

10. Padomdevēja komiteja piekrīt Komisijas secinājumam, ka ierosinātais darījums, visticamāk, neradīs būtiskus traucējumus efektīvai konkurencei iekšējā tirgū vai nozīmīgā tā daļā un tā rezultātā ir jāatzīst par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līguma darbību saskaņā ar Apvienošanās regulas 2. panta 2. punktu un 8. panta 1. punktu, kā arī EEZ līguma 57. pantu
-

Uzklausīšanas amatpersonas nobeiguma ziņojums ⁽¹⁾
COMP/M.6314 – Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV
(2013/C 66/03)

Eiropas Komisija 2012. gada 6. martā saņēma paziņojumu par ierosinātu koncentrāciju, ievērojot Apvienošanās regulas ⁽²⁾ 4. pantu, kuras rezultātā uzņēmumi *Telefónica UK Limited*, *Vodafone Group plc* un *Everything Everywhere Limited*, ko kopīgi kontrolē uzņēmumi *France Télécom* un *Deutsche Telekom*, iegūst Apvienošanās regulas 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta nozīmē kopīgu kontroli pār jaunizveidotu kopuzņēmumu, kurš uzņēmumiem Apvienotajā Karalistē sniegs dažādus mobilās komercijas pakalpojumus. Komisija 2012. gada 13. aprīlī pieņēma lēmumu ierosināt lietu saskaņā ar Apvienošanās regulas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu.

2012. gada 14. jūnijā un 10. jūlijā es saņēmu, attiecīgi, uzņēmuma *Hutchinson 3G UK Limited (Three UK)* un uzņēmuma *Lloyds Banking Group* pieteikumus tos uzklaut kā ieinteresētās trešās personas atbilstoši Apvienošanās regulas 18. panta 4. punktam. *Three UK* un *Lloyds Banking Group* pierādīja būtisku ieinteresētību lietā. Paziņotā koncentrācija varētu ietekmēt to konkurētspēju attiecībā uz mobilo maksājumu pakalpojumu piedāvājumu Apvienotajā Karalistē. Bez tam *Lloyds Banking Group* ir potenciāls jaunā kopuzņēmuma klients. Turklāt abi uzņēmumi šā procesa gaitā ir iesnieguši vairākus dokumentus. Ņemot to vērā, es ziņotāju puses informēju par savu lēmumu atzīt *Three UK* un *Lloyds Banking Group* par ieinteresētām trešām personām.

Pamatojoties uz papildu pierādījumiem, kas tika iegūti padziļinātās izmeklēšanas posmā, Komisijas dienesti secināja, ka ierosinātais darījums nevarētu radīt būtiskus traucējumus efektīvai konkurencei iekšējā tirgū un tādēļ tas ir saderīgs ar iekšējo tirgu un EEZ līgumu. Tāpēc pusēm iebildumi netika nosūtīti.

Lēmuma projektā ir paredzēts atļaut ierosināto koncentrāciju, neizvirzot nekādus nosacījumus. Es neesmu saņēmis nevienu sūdzību par ziņotāju pušu vai citu pušu procesuālo tiesību efektīvu īstenošanu. Lēmuma projektā nav nekādu iebildumu, par kuriem pusēm nebūtu bijusi iespēja paust viedokli. Ņemot to vērā, es uzskatu, ka šajā lietā visi lietas dalībnieki ir varējuši efektīvi īstenot savas procesuālās tiesības.

Briselē, 2012. gada 8. augustā

Michael ALBERS

⁽¹⁾ Saskaņā ar 16. un 17. pantu Eiropas Komisijas priekšsēdētāja 2011. gada 13. oktobra Lēmumā 2011/695/ES par uzklautāšanas amatpersonas amatu un darba uzdevumiem noteiktu konkurences lietu izskatīšanā (OV L 275, 20.10.2011., 29. lpp.).

⁽²⁾ Padomes Regula (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp.).

Kopsavilkums par Komisijas lēmumu

(2012. gada 4. septembris),

ar ko koncentrāciju atzīst par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līguma darbību**(Lieta COMP/M.6314 – Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV)**

(izziņots ar dokumenta numuru C(2012) 6063 final)

(Autentisks ir tikai teksts angļu valodā)**(Dokuments attiecas uz EEZ)**

(2013/C 66/04)

Dažas teksta daļas ir rediģētas, lai nodrošinātu konfidenciālas informācijas neizpaušanu; šādas daļas ir iekļautas kvadrātiekvās un apzīmētas ar zvaigznīti.

Komisija 2012. gada 4. septembrī pieņēma lēmumu apvienošanās lietā atbilstoši Padomes 2004. gada 20. janvāra Regulai (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju⁽¹⁾, jo īpaši tās 8. panta 1. punktam. Pilna lēmuma nekonfidenciālā versija ir pieejama lietas autentiskajā valodā un Komisijas darba valodās Komisijas Konkurences ģenerāldirektorāta tīmekļa vietnē

http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

I. PROCEDŪRA

- (1) Komisija 2012. gada 6. martā atbilstoši Regulas (EK) Nr. 139/2004 ("Apvienošanās regula") 4. pantam saņēma paziņojumu par ierosinātu koncentrāciju, kuras rezultātā uzņēmumi *Everything Everywhere Limited (Everything Everywhere)*, *Telefónica UK Limited (Telefónica UK)* un *Vodafone Group Plc (Vodafone grupa)* (visi kopā turpmāk tekstā "ziņotājas puses") atbilstoši Apvienošanās regulas 3. panta 1. punkta b) apakšpunktam iegūtu kopīgu kontroli pār jaunizveidotu uzņēmumu – kopuzņēmumu (turpmāk tekstā "JV Co"), kas sniegtu dažādus mobilās komercijas (turpmāk tekstā "m-komercija") pakalpojumus uzņēmumiem Apvienotajā Karalistē (turpmāk tekstā "koncentrācijas darbība").
- (2) Koncentrācijas darbība ir ES mēroga darbība saskaņā ar Apvienošanās regulas 1. panta 2. punktu.
- (3) Pēc pirmā posma novērtējuma Komisija secināja, ka uz koncentrācijas darbību attiecas Apvienošanās regulas darbības joma un rada pamatotas šaubas par saderību ar iekšējo tirgu un EEZ līgumu. Tāpēc Komisija 2012. gada 13. aprīlī ierosināja lietu saskaņā ar Apvienošanās regulas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu (turpmāk tekstā "lietas ierosināšanas lēmums").
- (4) Ziņotājas puses iesniedza vairākus atsevišķus dokumentus, kuru mērķis bija atbildēt uz konkrētiem lietas ierosināšanas lēmumā iekļautiem aspektiem.

- (5) Ziņotājas puses 2012. gada 2. maijā pieprasīja pagarināt otrā posma izmeklēšanas termiņu par 17 darbdienu atbilstoši Apvienošanās regulas 10. panta 3. punkta otrajai daļai.

II. ZIŅOTĀJAS PUSES

- (6) *Everything Everywhere* ir kopuzņēmums, kas tika izveidots, veicot *T-Mobile UK* un *Orange UK* apvienošanu, kura tika atzīta par saderīgu ar iekšējo tirgu ar Komisijas 2010. gada 1. marta lēmumu Lietā COMP/M.5650 – *T-Mobile/Orange*⁽²⁾. *Everything Everywhere* tiešie īpašnieki ir uzņēmumi *France Télécom* un *Deutsche Telekom*, kas sniedz fiksētās un mobilās telefonijas pakalpojumus vairākās ES dalībvalstīs un visā pasaulē.
- (7) *Telefónica UK* ir uzņēmumam *Telefónica S.A.* pilnīgi piederošs meitasuzņēmums, kas pieder pie *Telefónica* grupas, un tas galvenokārt piedāvā fiksētās un mobilās telefonijas pakalpojumus vairākās ES valstīs, kā arī valstīs ārpus ES, jo īpaši Latīņamerikā.
- (8) *Vodafone* grupa ir tādas uzņēmumu grupas kontrolsabiedrība, kas ir iesaistīta mobilo telekomunikāciju tīklu ekspluatēšanā un saistīto telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanā. *Vodafone* grupai ir līdzdalība 30 mobilo tīklu operatoru pašu kapitālā visā pasaulē. *Vodafone* grupa aktīvi darbojas citur Eiropas Savienībā ar sev pilnīgi piederošo vai savu pilnīgi kontrolēto meitasuzņēmumu starpniecību, un tā arī sadarbojas ar partnertīkliem vairāk

⁽¹⁾ OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp. (turpmāk tekstā "Apvienošanās regula").

⁽²⁾ 239. punkts.

nekā 40 citās valstīs, tostarp Eiropas Savienības valstīs. *Vodafone UK Limited (Vodafone UK)*, kas ir *Vodafone* grupai pilnīgi piederošs un tās pilnīgi kontrolēts meitasuzņēmums, aktīvi darbojas īpaši mobilās telefonijas mazumtirdzniecības tirgū Apvienotajā Karalistē.

(9) *JV Co* piedāvātu dažādus pakalpojumus, kas paredzēti korporatīvajiem klientiem Apvienotajā Karalistē. Neviens no *JV Co* darbībām nebūtu tieši paredzēta patērētājiem. *JV Co* sniegtu pakalpojumus ziņotājām pusēm, kā arī mobilo tīklu operatoriem – trešām personām (turpmāk tekstā “pakalpojumu lietotāji”). Proti, *JV Co* plāno piedāvāt šādus pakalpojumus:

a) tādas platformas nodrošināšanu, kas ļauj sniegt (piemēram, apmaksas vai biļešu iegādes) darījumu pakalpojumus, kuri pieejami bezsaistē, izmantojot mobilo tālruni ar aktivizētu tuvu darbības lauka sakaru (*Near Field Communication, NFC*) funkciju, kā arī tiešsaistē, izmantojot internetu (turpmāk tekstā “maka platforma”) ⁽³⁾. Maka platforma atbalstītu dažādu saistīto *NFC* pakalpojumu sniegšanu, tostarp veikalos iegādātu preču apmaksas, biļešu iegādes un piekļuves pakalpojumu, kā arī vaučeru un lojalitātes pakalpojumu sniegšanu, tādējādi dodot iespēju nodrošināt digitālus vaučerus patērētājiem (turpmāk tekstā “darījumi”). Šie pakalpojumi tiktu sniegti komerciālām struktūrām, tostarp bankām, citiem maksājumu karšu izsniedzējiem (kreditkartes, debetkartes, uzkrātās vērtības kartes u. c.), lojalitātes karšu izsniedzējiem, biļešu izsniedzējiem un citiem mazumtirgotājiem (turpmāk tekstā “pakalpojumu sniedzēji”);

b) mobilās tirgvedības platformu pakalpojumu sniegšanu un izmantošanu, lai nodrošinātu vienotu kontaktpunktu reklāmdevējiem un plašsaziņas līdzekļu aģentūrām, kas vēlas izstrādāt reklāmas kampaņas, kuras vērstas uz mobilo tīklu operatoru (*MTO*) un mobilo virtuālo tīklu operatoru (*MVTO*) (visi kopā turpmāk tekstā “mobilo tīklu operatori”) klientiem, vai nu

izmantojot pašpiegādes paziņojumus, kuponus un vaučerus, vai arī pārdodot reklāmas vietas;

c) datu analīzes pakalpojumu sniegšanu *JV Co* darījumu un reklāmas partneriem attiecībā uz datiem, kas iegūti gan no tā darījumu, gan reklāmas pakalpojumiem ⁽⁴⁾.

III. KONKRĒTIE TIRGI

3.1. Konkrētie produktu tirgi

Mobilā maka platformu vairumtirdzniecības tirgus

(10) Mobilā maka platformu ⁽⁵⁾ vairumtirdzniecībai varētu definēt konkrēto tirgu, to nošķirot no tirgus, kurā notiek mobilo maku pakalpojumu izplatīšana klientiem mazumtirdzniecībā. Tomēr šajā lēmumā šis jautājums var palikt atklāts, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

Drošas glabāšanas tirgus

(11) Mobilajam makam ir vajadzīga droša informācijas, jo īpaši maksājumu akreditācijas datu, glabāšana. Šādu glabāšanu principā var nodrošināt ar dažādiem līdzekļiem, piemēram, izmantojot mākoņglabāšanu un glabāšanu drošā elementā (*secure element, SE*), kas var atrasties dažādās vietās mobilajā tālrunī vai uz tā.

(12) Komisija neizslēdz, ka varētu nošķirt mobilā maka platformu pakalpojumu vairumtirdzniecības tirgu no tirgus, kurā tiek sniegti tikai drošas glabāšanas pakalpojumi. Tomēr drošas glabāšanas pakalpojumu tirgus aptvertu ne tikai pakalpojumu sniegšanu attiecībā uz drošu glabāšanu *SIM* kartēs, bet arī, kā minimums, ietvertu drošas

⁽³⁾ Pastāv divas pieejas, ko izmanto attiecībā uz tā saukto mobilo maku: i) konteinera maks – tas, kā minimums, sniedz patērētājam pārskatu par visām lietojumprogrammām, kas ielādētas drošajā elementā, un ļauj viņam izvēlēties, kuras maksājumu kartes aktivizēt un deaktivizēt, un noteikt to prioritāro kārtību. Šo mobilo maku izmanto kā konteinera visām patērētāja virtuālajām maksājumu kartēm (grafiskais lietotāja saskarnes komponents), un tas ļauj konfigurēt pat dažādu karšu izsniedzēju drošo elementu (tehnisko komponentu) līdzīgi kā patērētājam, kam fiziski makā ir vairākas maksājumu kartes; ii) uz lietojumprogrammu bāzēts maks – tajā ir tikai viena lietojumprogramma, kas var ietvert vairākas kartes, bet tikai no vienas un tās pašas izdevējiestādes. Katru individuālo karti, kas tiek glabāta drošajā elementā (piemēram, maksājumu karti), pārstāv attiecīgā (grafiskās lietotāja saskarnes) lietojumprogramma mobilajā tālrunī. Tāpēc karte, kas pieder individuālam pakalpojumu sniedzējam, mobilajā tālrunī parādās kā individuāla lietojumprogramma. Fiziski tā būtu līdzvērtīga plastikāta kartei.

⁽⁴⁾ *JV Co* darbotos arī kā virtuāls darījumu apstrādātājs (*VDA*), lai mazumtirgotāji varētu analizēt patērētāju mazumtirdzniecības darbību. Faktiski *JV Co* neapstrādātu darījumus pats. Tas sadarbotos ar esošajiem darījumu apstrādātājiem – trešām personām, darbojoties kā starpnieks, lai iegūtu pamatinformāciju par mobilo maku lietotāju veiktajiem pirkumiem tiešsaistē un fiziskajiem pirkumiem un konkrētus datus par lietotāju. *JV Co* tad varētu nodot šo informāciju atpakaļ attiecīgajam komersantam kā pievienotās vērtības pakalpojumu. Lai gan šādi pakalpojumi nav konkrēta produkta tirgus (jo *JV Co VDA* pakalpojumi netiek piedāvāti kā atsevišķi produkti), tie ir saistīti ar *JV Co* reklāmas un datu analītikas elementiem.

⁽⁵⁾ Vairāki uzņēmumi (*Ericsson, Microsoft* u. c.) piedāvā iespēju, ko bieži vien dēvē par “baltās etiķetes” makiem. Šie uzņēmumi centās nodrošināt tirgus dalībniekiem IT infrastruktūru darījumus, vaučeru atpirkšanas un datu analītikas atvieglošanai, lai izveidotu maku ar zīmolvārdu. Tāpēc “baltās etiķetes” maku nodrošināšana atgādina maka platformu piedāvājumu, ko pats *JV Co* vēlas nodrošināt (*M(V)TO* – trešām personām. Turklāt šie uzņēmumi tāpat kā *JV Co* darbojas tikai vairumtirdzniecības līmenī, un tādējādi mobilā maka platformas vairumtirdzniecības pakalpojumu tirgus piedāvājums ievrojami atšķirtos no tirgus, kurā notiek mobilā maka pakalpojumu izplatīšana mazumtirdzniecībā tiešajiem klientiem.

glabāšanas pakalpojumus attiecībā uz iebūvētiem SE un, iespējams, SE ierīcēs, kas pievienotas mobilajam tālrunim, kā arī mākonġlabāšanas risinājumus.

- (13) Jebkurā gadījumā šajā lēmumā ir pieļaujams nenoskaidrot, vai drošas glabāšanas tirgus ietver arī drošu glabāšanu tādu ierīču SE, kuras pievienotas mobilajam tālrunim, vai uz "mākoņiem" bāzētus risinājumus, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

Tirgus, kurā notiek mobilā maka pakalpojumu izplatīšana klientiem mazumtirdzniecībā

- (14) Ziņotājas puses uzskata, ka pastāv nākamā posma tirgus, kurā notiek mobilā maka pakalpojumu izplatīšana klientiem mazumtirdzniecībā. Pats *JV Co* nedarbosies šajā tirgū. Tā vietā *JV Co* mobilā maka platformu pakalpojumu vairumtirdzniecības piedāvājums ļaus ziņotājām pusēm un citiem pakalpojumu lietotājiem piedāvāt mazumtirdzniecībai individualizētu mobilo maku, pamatojoties uz pamatā esošo maka platformu, ko nodrošina *JV Co*.

- (15) Tirgus izpētē Komisija īpaši novērtēja šādus aspektus:

a) vai mobilā maka pakalpojumu (ieskaitot gan mobilos maksājumus bezsaistē, gan mobilos maksājumus tiešsaistē) mazumtirdzniecības tirgus būtu atsevišķs tirgus, kas atšķiras no esošajiem tiešsaistes maksājumu pakalpojumiem (izmantojot kredītkartes/debetkartes, *PayPal* utt., ar interneta starpniecību stacionārajā personālajā datorā, planšetdatorā vai mobilajā tālrunī);

b) vai mobilā maka pakalpojumu (ieskaitot gan mobilos maksājumus bezsaistē, gan mobilos maksājumus tiešsaistē) mazumtirdzniecības tirgus būtu atsevišķs tirgus, kas atšķiras no pašlaik pastāvošajiem bezsaistes maksājumu veidiem (*NFC* iespējotas kredītkartes un debetkartes un tradicionālie maksājumu veidi, piemēram, kredītkartes, debetkartes un skaidra nauda);

c) vai mobilā maka pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgus būtu vēl sīkāk jāiedala bezsaistes maksājumu un tiešsaistes mobilo maksājumu tirgos.

- (16) Komisija uzskata, ka pašlaik pastāvošās tiešsaistes maksājumu un mobilo maksājumu metodes varētu piederēt pie

dažādiem konkrēto produktu tirgiem. Tomēr šajā lēmumā ir pieļaujams nenoskaidrot, vai pašlaik pastāvošās tiešsaistes maksājumu metodes ir daļa no mobilo maksājumu metožu tirgus, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

- (17) Komisija uzskata, ka paredzamā nākotnē mobilie maksājumi, visticamāk, turpinās pastāvēt vienlaicīgi ar nemobilajiem maksājumu veidiem, tostarp ar *NFC* iespējotām un citu veidu kredītkartēm un debetkartēm. Patērētāji vēlēties arī turpmāk izmantot vairākus maksājumu veidus, un maksājumu veidu nodrošinātājiem un mazumtirgotājiem ir stimulēti arī turpmāk piedāvāt un pieņemt maksājumu veidus, ko izmanto to klienti. Pat ja šiem maksājumu veidiem ir īpašības, kas tos atšķir no mobilajiem maksājumiem, visticamāk, pastāvēs noteikta līmeņa savstarpēja aizstājamība, jo īpaši starp mobilajiem maksājumiem un *NFC* iespējotām kredītkartēm un debetkartēm, un tas nozīmē, ka pašlaik pastāvošie bezsaistes maksājumu veidi var izdarīt konkurences spiedienu uz mazumtirdzniecībā iesaistītajiem mobilo maksājumu pakalpojumu sniedzējiem. Tas savukārt radīs netiešu konkurences ierobežojumu mobilā maka platformu vairumtirgotājiem. Tomēr šā lēmuma nolūkā ir pieļaujams nenoskaidrot, vai pašlaik pastāvošie bezsaistes maksājumi ir daļa no mobilo maksājumu tirgus, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

- (18) Visbeidzot, Komisija uzskata, ka tiešsaistes un bezsaistes mobilie maksājumi, visticamāk, nav daļa no viena un tā paša konkrēto produktu tirgus, vismaz ne šobrīd. Lai gan nav īsti skaidrs, kā notiks attīstība īstermiņā / vidējā termiņā⁽⁶⁾, šajā lēmumā ir pieļaujams nenoskaidrot, vai tiešsaistes un bezsaistes mobilie maksājumi ir daļa no viena un tā paša tirgus, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija

Reklāmas pakalpojumu tirgus

- (19) *JV Co* darbotos kā starpnieks attiecībā uz digitālā reklāmas inventāra pārdošanu – tas piedāvātu reklāmdēvējiem, aģentūrām un citiem klientiem "vienas pieturas aģentūru" kuponu un piedāvājumu piegādei vai zīmolu reklāmas kampaņām visu iesaistīto M(V)TO pieteikušos klientu mobilajos tālruņos, izmantojot vienu atsevišķu kampaņu.

⁽⁶⁾ Tas ir saskaņā ar Komisijas Zaļo grāmatu "Ceļā uz karšu, interneta un mobilo maksājumu integrētu Eiropas tirgu", kurā noteikts, ka robežlīnija starp e-maksājumiem un m-maksājumiem izplūst un nākotnē var izzust vēl vairāk. Sk. 2.4. punktu Zaļajā grāmatā: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011DC0941:LV:NOT>

(20) *JV Co* piedāvātu šādus pakalpojumus:

- a) pašpiegādes īsziņas (push SMS) – *JV Co* nosūtītu īsziņas iesaistīto M(V)TO klientiem, kas piekrituši tirgdarbības piedāvājumu vai īsziņu saņemšanai;
- b) inteligentās lielapjoma īsziņas (intelligent bulk SMS) – *JV Co* nosūtītu īsziņas paša reklāmdevēja klientiem, kas pieteikušies, ar papildu datu/opciju pārklājumu, lai uzlabotu kampaņas efektivitāti. *JV Co* sniegtu – tikai kā papildu darbību – standarta lielapjoma īsziņu pakalpojumus, proti, bez inteligentā pārklājuma;
- c) pēc pieprasījuma nosūtīto ziņojumu piedāvājumi (pull offers) – *JV Co* nodrošinātu reklāmdevējiem un aģentūrām piekļuvi platformām, piemēram, M(V)TO lietojumprogrammām vai *JV Co* makam, lai izvietotu piedāvājumus vai informāciju vietās, kuras patērētāji tiktu aicināti apmeklēt, lai atrastu šādus pakalpojumus, nevis izsūtītu tiem piedāvājumus vai informāciju ar pašpiegādes īsziņām/multivides ziņojumiem vai piegādātā reklāmā;
- d) piegādāta reklāma (display advertising) M(V)TO aktīvos – *JV Co* nodrošinātu reklāmdevējiem reklāmas iespējas, tostarp displeja reklāmas, reklāmkarogus, uznirstošās reklāmas u. c., visā iesaistītajiem M(V)TO piederošajā mobilajā nekustamajā īpašumā, tas ir, makā, mobilajos portālos un lietojumprogrammās;
- e) kuponi un vaučeri – *JV Co* nodrošinātu iespēju izsniegt kuponus un vaučerus ar ziņojumapmaiņas un citu līdzekļu starpniecību, atpirkt tos gan tiešsaistē, gan mazumtirdzniecības vietās, izmantojot *JV Co* maku vai citas mobilās lietojumprogrammas, un vajadzības gadījumā izsekot šādu atpirkšanu.

(21) *JV Co* aktīvi neiesaistītos citu veidu mobilajā reklāmā (piemēram, starpniecības pakalpojumu sniegšanā meklēšanas reklāmu jomā), tāpēc tie šajā lēmumā nav apspriesti.

Mobilās reklāmas starpniecības pakalpojumu tirgus

(22) Kā norādījušas ziņotājas puses, konkrētais produkta tirgus *JV Co* izveides novērtēšanas nolūkā ir digitālās reklāmas starpniecības pakalpojumu sniegšanas tirgus Apvienotajā Karalistē, ieskaitot jebkuru digitālo reklāmu (gan tirgdarbības ziņojumapmaiņu ar e-pasta, īsziņu vai pašpiegādes ziņojumu starpniecību, gan meklēšanas un ar meklēšanu nesaistītu tiešsaistes reklāmu), ko nodrošina, izmantojot

gan statiskos interneta pieslēgumus, gan mobilo sakaru ierīces (un – patiešām – arī starpniecības ierīces, piemēram, klēpj datorus un planšetdatorus).

(23) Savā līdzšinējā praksē Komisija ir nošķirusi tiešsaistes reklāmas vietas no bezsaistes reklāmas vietām⁽⁷⁾. Komisija arī apsprieda jautājumu par to, vai tiešsaistes reklāmas tirgu var sīkāk iedalīt meklēšanas pakalpojumu un ar meklēšanu nesaistīto pakalpojumu tirgos, tomēr galu galā tā šo jautājumu atstāja atklātu, jo, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija, šis darījums nerada ar konkurenci saistītas bažas⁽⁸⁾.

(24) Tomēr šā lēmuma nolūkā ir pieļaujams nenoskaidrot, vai mobilā reklāma ir tirgus, kas nošķirams no tiešsaistes (meklēšanas vai ar meklēšanu nesaistītas) reklāmas tirgus, vai tomēr daļa no plašāka tirgus, jo koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

Mērķtiecīgās tirgdarbības ziņojumapmaiņa mobilajā reklāmā

(25) Šā lēmuma nolūkā ir pieļaujams nenoskaidrot, vai mobilā tirgdarbības ziņojumapmaiņa ir tirgus, kas nošķirams no meklēšanas vai ar meklēšanu nesaistītas reklāmas tirgus, vai tomēr daļa no plašāka tirgus, jo koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

Atsevišķu apakštirgu esība mērķtiecīgās tirgdarbības ziņojumapmaiņā

(26) Komisija arī novērtēja, vai mērķtiecīgās tirgdarbības ziņojumapmaiņā pašpiegādes īsziņas un inteligentās lielapjoma īsziņas, no vienas puses, un IP pašpiegādes paziņojumi, no otras puses, ir atsevišķi tirgi.

(27) Tomēr šā lēmuma nolūkā ir pieļaujams nenoskaidrot, vai dažādie mērķtiecīgās mobilās tirgdarbības ziņojumu veidi ir atsevišķi tirgi vai daļa no plašāka tirgus, jo koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

Mobilās reklāmas starpniecība attiecībā pret tiešo pārdošanu

(28) *JV Co* darbosies kā starpnieks attiecībā uz mērķtiecīgās tirgdarbības ziņojumapmaiņu, ar meklēšanu nesaistītu reklāmu un citu veidu reklāmu mobilajos tālruņos (piemēram, attiecībā uz kuponiem un vaučeriem).

(29) Pamatojoties uz tirgus izpēti, Komisija ir secinājusi, ka mobilās reklāmas tiešā pārdošana būtiski ierobežo pārdošanu, ko veic, izmantojot starpniekus. Jebkurā gadījumā šā lēmuma nolūkā ir pieļaujams nenoskaidrot, vai pastāv atsevišķi mobilās reklāmas tiešās un pastarpinātās

⁽⁷⁾ Sk. Komisijas 2008. gada 11. marta lēmumu lietā COMP/M.4731 – Google/DoubleClick.

⁽⁸⁾ Skat. 7. atsauci.

pārdošanas tirgi, vai tomēr tie ir daļa no plašāka tirgus, jo koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

Vispārējais secinājums

- (30) Pamatojoties uz iepriekš minēto, tiek secināts, ka attiecībā uz JV Co reklāmas darbībām produkta tirgus definīciju var konkrēti neprecizēt, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

Lielapjoma īsziņu pakalpojumu mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības tirgus

- (31) Lielapjoma īsziņu mazumtirdzniecība ir pakalpojums, kas ļauj uzņēmumiem (piemēram, mazumtirgotājiem vai finanšu iestādēm) nosūtīt liela apjoma teksta ziņojumus saviem klientiem (ar nosacījumu, ka klienti ir pieteikušies šādu ziņojumu saņemšanai savā mobilajā tālrunī). To var izmantot tirgdarbības ziņojumu nosūtīšanai, bet pašlaik to izmanto pārsvarā vispārējai saziņai ar klientiem. Piemēram, banka varētu izmantot lielapjoma īsziņu pakalpojumu, lai nosūtītu saviem klientiem bankas "miniatskaites" vai brīdinājumus par krāpšanu.
- (32) Lai piegādātu ziņojumus to paredzētajiem saņēmējiem ar īsziņu starpniecību, ir vajadzīgs pieslēgums vienam mobilajam tīklam vai vairākiem tīkliem un šādu ziņojumu fiziska piegāde attiecīgajiem mobilo sakaru abonentiem. Šo pakalpojumu sauc par lielapjoma īsziņu vairumtirdzniecības piegādi. Pakalpojums sastāv no diviem pamatelementiem – pirmkārt, ziņojuma piegādes no tā sūtītāja (JV Co vai savācēja uz mobilo tīklu, kura abonents ir paredzētais saņēmējs, – mājas tīklu) un, otrkārt, ziņojuma nogādāšanas ar mājas tīkla starpniecību uz saņēmēja mobilo tālruni.
- (33) Ziņotājas puses uzskata, ka pastāv atsevišķs lielapjoma īsziņu pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgus un lielapjoma īsziņu pakalpojumu vairumtirdzniecības tirgus, kas ir augšupējs ieguldījums JV Co tirgdarbības ziņojumu pakalpojumos.
- (34) Pamatojoties uz tirgus izpēti, mazumtirdzniecības lielapjoma īsziņu pakalpojumi ir atsevišķs tirgus, kas nošķirams no aktīvās tirgdarbības ziņojumapmaiņas. Pirmais minētais ir nākamā posma tirgus pēc iespējamā lielapjoma īsziņu vairumtirdzniecības tirgus. Tomēr šā lēmuma nolūkā konkrētā tirgus definīciju var konkrēti neprecizēt, jo koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

Datu analītikas pakalpojumu tirgus

- (35) Papildus saviem darījumu un reklāmas pakalpojumiem JV Co piedāvās datu analītikas pakalpojumu saviem klientiem. Ziņotājas puses nav paredzējušas, ka JV Co piedāvās datu analītikas pakalpojumus kā atsevišķus produktus. JV Co ir iecerējis savākt un analizēt datus, kas tiek iegūti tā darījumu un reklāmas pakalpojumos, lai sniegtu saviem klientiem noderīgu ieskatu patērētāju paradumos. JV Co datu analītikas darbības ietvers trīs pamatelementus – ziņojumu analītiķi, uzņēmējdarbības attīstības analītiķi un lojalitātes analītiķi.
- (36) Ziņotājas puses uzskata, ka JV Co aktīvi darbotos datu analītikas pakalpojumu sniegšanas tirgū attiecībā uz tiešsaistes un bezsaistes reklāmas un darījumu pakalpojumiem. Tās uzskata, ka šajā gadījumā nav sīkāk jāiedala datu analīzes pakalpojumu sniegšanas vispārējais tirgus.
- (37) Komisija saistībā ar konkrēto koncentrācijas darbību novērtēja, vai varētu pastāvēt atsevišķs produktu tirgus datu analītikas pakalpojumu sniegšanai attiecībā uz mobilo reklāmu.
- (38) Turklāt Komisija novērtēja, vai mobilajā vidē varētu būt atsevišķs tirgus izpētes pakalpojumu (kas paredzēti patērētāju pirkšanas paradumu novērtēšanai un izprašanai) tirgus un tirgus informācijas pakalpojumu (kuru mērķis ir sniegt datus par individuāliem patērētājiem pēc vecuma, sociālās grupas, nodarbošanās, adreses utt. tiešās tirgdarbības mērķiem) tirgus.
- (39) Jebkurā gadījumā šā lēmuma nolūkā konkrētā produkta tirgus definīciju var neprecizēt, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

Mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgus

- (40) Šajā tirgū MTO pārdod galapatērētājiem vietējos un starptautiskos bals zvanus, īsziņas (tostarp multivides ziņojumus), mobilo internetu ar datu pakalpojumiem un piekļuvi saturam, izmantojot mobilo sakaru tīklu.
- (41) Iepriekšējos lēmumos⁽⁹⁾ Komisija tirgu, kurā tiek veikta mobilo sakaru pakalpojumu sniegšana galapatērētājiem,

⁽⁹⁾ Sk. Komisijas 2012. gada 1. marta lēmumu lietā COMP/M.5650 – T-Mobile/Orange, 24. punktu; Komisijas 2007. gada 27. novembra lēmumu lietā COMP/M.4947 – Vodafone/Tele2 Italy/Tele2 Spain, 14. punktu; Komisijas 2006. gada 26. aprīļa lēmumu lietā COMP/M.3916 – T-Mobile Austria/Tele ring, 18. punktu; Komisijas 2004. gada 24. septembra lēmumu lietā COMP/M.3530 – TeliaSonera/Orange, 13. punktu, un Komisijas 2003. gada 16. septembra lēmumu lietā COMP/M.3245 – Vodafone/Singlepoint, 12. punktu.

neiedalīja sīkāk pēc patērētāju veida (korporatīvie vai privātie klienti, pēcapmaksas abonenti vai priekšapmaksas klienti) vai tīkla tehnoloģijas veida (2G/GSM vai 3G/UMTS). Tāpēc Komisija novērtēja iepriekšējās lietas, pamatojoties uz vienotu tirgu mobilo telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanai galapatērētājiem.

- (42) Šā lēmuma nolūkā ir pieļaujams nenoskaidrot, vai pastāv atsevišķi apakštirgi attiecībā uz mobilo telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanu galapatērētājiem, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā produkta tirgus definīcija.

3.2. Konkrētie ģeogrāfiskie tirgi

Mobilā maka platformu vairumtirdzniecības tirgus

- (43) Ziņotājas puses uzskata, ka konkrētais mobilā maka platformu vairumtirdzniecības ģeogrāfiskais tirgus ir vismaz valsts mēroga tirgus, kas aptver visu Apvienoto Karalisti.
- (44) Pamatojoties uz tirgus izpēti, Komisija uzskata, ka šajā gadījumā mobilā maka platformu vairumtirdzniecības tirgus ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir vismaz valsts (Apvienotās Karalistes) un, iespējams, plašāka mēroga tirgus. Tomēr ir pieļaujams nenoskaidrot, vai mobilā maka platformu vairumtirdzniecības tirgus ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir plašāks nekā valsts mēroga tirgus, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei atbilstoši jebkurai konkrētā ģeogrāfiskā tirgus definīcijai.

Drošas glabāšanas tirgus

- (45) Ziņotājas puses neizvērtēja drošas glabāšanas tirgu vai tā ģeogrāfisko aptvērumu.
- (46) Uz SIM bāzēti SE drošas glabāšanas pakalpojumi ir cieši saistīti ar mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecību – tirgiem, ko Komisija iepriekšējos lēmumos ir atzinusi par ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā valsts mēroga tirgiem⁽¹⁰⁾.
- (47) Turpretī tirgus, kas piedāvā drošu glabāšanu iegultos SE, ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir plašāks, jo iegultu SE izsniedzēji, jo īpaši pamatiekārtu ražotāji (OEM) un operētājsistēmu (OS) nodrošinātāji, un, iespējams, ārējo SE un drošas mākoņglabāšanas pakalpojumu sniedzēji

aktīvi darbojas visas pasaules mērogā. Tāpēc tie var noslēgt līgumus ar mobilā maka platformu pakalpojumu sniedzējiem mazumtirdzniecībā vai mobilā maka platformu nodrošinātājiem vairumtirdzniecībā par drošas glabāšanas pakalpojumu sniegšanu, pamatojoties uz tirgu, kas aptvēruma ziņā ir plašāks nekā valsts mēroga tirgus.

- (48) Komisija uzskata, ka šajā gadījumā iespējamais drošas glabāšanas pakalpojumu tirgus ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir vismaz valsts (Apvienotās Karalistes) mēroga tirgus. Tomēr attiecīgās koncentrācijas darbības nolūkā iespējamo drošas glabāšanas pakalpojumu ģeogrāfiskā tirgus definīciju var konkrētāk neprecizēt, jo ierosinātā koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei atbilstoši jebkurai konkrētā ģeogrāfiskā tirgus definīcijai.

Tirgus, kurā notiek mobilā maka pakalpojumu izplatīšana klientiem mazumtirdzniecībā

- (49) Ziņotājas puses uzskata, ka konkrētais tirgus, kurā notiek mobilā maka pakalpojumu izplatīšana klientiem mazumtirdzniecībā, ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir vismaz valsts mēroga tirgus. Tās neparedz, ka notiks aktīva mobilo maku piedāvāšana patērētājiem ārpus Apvienotās Karalistes, tādējādi atspoguļojot faktu, ka maksājumu kartes un pakalpojumi, kas tiks piedāvāti ar mobilā maka starpniecību, attieksies uz pakalpojumu sniedzējiem (SP) Apvienotajā Karalistē.
- (50) Tomēr ziņotājas puses paredz, ka to konkurenti, piemēram, *Google* un *PayPal*, piedāvās šos pakalpojumus patērētājiem vairākās valstīs⁽¹¹⁾ un tāpēc aktīvi darbosies pasaules mērogā. Tās uzskata, ka, tā kā nav pamata identificēt reģionālos vai vietējos tirgus, ir pieļaujams nenoskaidrot, vai konkrētie tirgi, kuros notiek mobilā maka pakalpojumu izplatīšana klientiem mazumtirdzniecībā, var būt plašāki par valsts mēroga tirgu.
- (51) Pamatojoties uz tirgus izpēti, Komisija šajā gadījumā uzskata, ka tirgus, kurā notiek mobilā maka pakalpojumu izplatīšana mazumtirdzniecībā, ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir vismaz valsts (Apvienotās Karalistes) mēroga tirgus. Tomēr šajā lietā tā tirgus definīciju, kurā notiek mobilā maka pakalpojumu izplatīšana klientiem mazumtirdzniecībā, var konkrētāk neprecizēt, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei atbilstoši jebkurai konkrētā ģeogrāfiskā tirgus definīcijai.

⁽¹⁰⁾ Sk. Komisijas 2004. gada 24. septembra lēmumu lietā COMP/M.3530 – *TeliaSonera AB/Orange AS*, 16. punktu, un Komisijas 2005. gada 24. oktobra lēmumu lietā COMP/M.3920 – *France Telecom/Amena*, 20. punktu.

⁽¹¹⁾ Turklāt ziņotājas puses cer, ka JV Co mobilais maks būs sadarbspējīgs ar dažāda veida maku iniciatīvām citās ES dalībvalstīs, ļaujot lietotājiem izmantot viņu mobilos makus, ceļojot pa Eiropas Savienību (un, iespējams, citur).

Reklāmas pakalpojumu tirgus

- (52) Attiecībā uz *JV Co* (un iespējamo apakštirgu) sniegtajiem reklāmas pakalpojumiem ziņotājas puses apgalvo, ka ģeogrāfiskais tirgus ir definējams vismaz kā Apvienotās Karalistes, ja ne plašāka, mēroga tirgus.
- (53) Ņemot vērā tirgus izpēti, Komisija secina, ka ģeogrāfiskais reklāmas pakalpojumu tirgus un tā iespējamie apakštirgi aptvēruma ziņā ir valsts (Apvienotās Karalistes) mēroga tirgi. Tomēr šā lēmuma nolūkā ģeogrāfiskā tirgus definīciju var konkrētāk neprecizēt, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā ģeogrāfiskā tirgus definīcija.

Lielapjoma īsziņu pakalpojumu mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības tirgus

- (54) Ziņotājas puses uzskata, ka konkrētais ģeogrāfiskais lielapjoma īsziņu pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgus ir vismaz valsts mēroga tirgus, kas aptver visu Apvienoto Karalisti.
- (55) (Iespējamais) lielapjoma īsziņu mazumtirdzniecības pakalpojumu tirgus ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir valsts (Apvienotās Karalistes) vai, iespējams, plašāka mēroga tirgus; (iespējamais) lielapjoma īsziņu vairumtirdzniecības pakalpojumu tirgus ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir plašāks nekā valsts mēroga tirgus.
- (56) Attiecībā uz lielapjoma īsziņu mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumiem ģeogrāfiskā tirgus definīciju var konkrētāk neprecizēt šajā lietā, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā ģeogrāfiskā tirgus definīcija.

Datu analītikas pakalpojumu tirgus

- (57) Ziņotājas puses uzskata, ka datu analītikas pakalpojumu tirgus (un tā konkrētie apakštirgi) ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir vismaz valsts mēroga tirgus(-i), kas aptver visu Apvienoto Karalisti.
- (58) Šā lēmuma nolūkā ģeogrāfiskā tirgus definīciju var konkrētāk neprecizēt, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, lai arī kāda būtu iespējamā ģeogrāfiskā tirgus definīcija.

Mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgus

- (59) Iepriekšējos lēmumos ⁽¹²⁾ Komisija uzskatīja, ka konkrētais tirgus, kurā notiek mobilo telekomunikāciju pakalpojumu sniegšana galapatērētājiem, (un jebkurš iespējamais

apakštirgus) ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir valsts mēroga tirgus. Šāds uzskats tika pieņemts, pamatojoties uz faktu, ka mobilie tarifi darbojas valsts mērogā un arī regulējums (piemēram, spektru piešķiršana, numerācija un mobilo savienojumu pabeigšana) notiek valsts mērogā.

- (60) Komisija secina, ka, tāpat kā tās iepriekšējos lēmumos, ģeogrāfiskais tirgus aptver tikai Apvienoto Karalisti.

IV. IETEKMES UZ KONKURENCI NOVĒRTĒJUMS

4.1. Ievads

- (61) Saskaņā ar Apvienošanās regulas 2. panta 2. un 3. punktu Komisijai jānovērtē, vai ierosinātā koncentrācija būtiski kaitētu efektīvai konkurencei kopējā tirgū vai ievērojamā tā daļā ⁽¹³⁾. Šajā saistībā Komisija ir novērtējusi visus tirgus, ko ietekmē koncentrācijas darbība.
- (62) Attiecībā uz mobilo darījumu pakalpojumiem konkrētie tirgi koncentrācijas darbības novērtēšanai ir mobilā maka platformu pakalpojumu vairumtirdzniecības iepriekšējā posma tirgus, drošas glabāšanas pieejamības tirgus, nākamā posma tirgus, kurā notiek mobilā maka pakalpojumu izplatīšana klientiem mazumtirdzniecībā, un mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgus. Visi šie tirgi ģeogrāfiskā aptvēruma ziņā ir vismaz Apvienotās Karalistes vai pat plašāka mēroga tirgi ⁽¹⁴⁾.
- (63) Attiecībā uz *JV Co* reklāmas pakalpojumiem konkrētie tirgi koncentrācijas darbības ietekmes uz konkurenci novērtēšanai ir mobilās reklāmas starpniecības pakalpojumu tirgus un tā iespējamie apakštirgi, kā arī lielapjoma īsziņu pakalpojumu vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības tirgi. Turklāt šajā lietā ietekmes uz konkurenci novērtēšanai būtisks ir arī datu analītikas tirgus ar tā iespējamiem apakštirgiem.
- (64) Komisija tirgus izpēti ir vērsusi galvenokārt uz to, lai novērtētu iespējamību, ka koncentrācijas darbības dēļ varētu rasties kaitējums konkurencei, ko izraisa iespējamas tirgus norobežošanas stratēģijas, jo īpaši ņemot vērā ziņotāju pušu kopīgo ietekmīgo stāvokli mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgū Apvienotajā Karalistē. Tāpēc šajā sadaļā vispirms tiks novērtēta koncentrācijas darbības iespējamā nehorizontālā ietekme uz mobilā maka un lielapjoma īsziņu pakalpojumu tirgiem un tad pārbaudīta koncentrācijas darbības iespējamā horizontālā ietekme uz mobilā maka platformu pakalpojumu vairumtirdzniecības tirgu un mobilo reklāmas pakalpojumu un datu analītikas pakalpojumu sniegšanas tirgiem.

⁽¹²⁾ Sk. Komisijas 2012. gada 1. marta lēmumu lietā COMP/M.5650 – *T-Mobile/Orange*, 25. punktu; Komisijas 2007. gada 20. augusta lēmumu lietā COMP/M.4748 – *T-Mobile/Orange Netherlands*, 16. punktu, un Komisijas 2006. gada 26. aprīļa lēmumu lietā COMP/M.3916 – *T-Mobile Austria/Telering*, 19. punktu.

⁽¹³⁾ Sk. Padomes 2004. gada 20. janvāra Regulu (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp.).

⁽¹⁴⁾ Ietekmes uz konkurenci novērtējums tiek veikts tirgū, kas aptver visu Apvienoto Karalisti. Attiecībā uz jebkuru plašāku ģeogrāfisko tirgu tiktu izdarīti līdzīgi secinājumi par to, ka netiek uzskatīts, ka būtiski tiktu kaitēts efektīvai konkurencei.

(65) Iespējamās horizontālās ietekmes novērtēšanai Komisija ir apsvērusi situāciju, kurā koncentrācijas darbība nepastāv. Pamatojoties uz tirgus izpētes rezultātiem, Komisija uzskata, ka ziņotājas puses spētu (un zināmā mērā jau spēj) piedāvāt savus m-komercijas pakalpojumus bez JV Co⁽¹⁵⁾. Tomēr šā lēmuma nolūkā nav vajadzības izdarīt secinājumu par šo jautājumu, jo koncentrācijas darbība būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei atbilstoši jebkuram alternatīvam scenārijam.

4.2. Nehorizontālā ietekme – vertikālā ietekme

Ievads

(66) Šajā lēmumā Komisija noskaidro, vai ziņotājas puses var īstenot savu ietekmīgo kopējo stāvokli mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgū (un jebkurā iespējamā apakštirgū), lai būtiski ierobežotu citu potenciālo tirgus dalībnieku iespējas iesaistīties mobilā maka platformu pakalpojumu vairumtirdzniecības tirgū nolūkā piedāvāt konkurējošus mobilā maka platformu pakalpojumus. Saskaņā ar Nehorizontālās apvienošanās pamatnostādņēm ir iespējami divi norobežošanas veidi – norobežošana no izejmateriāliem un norobežošana no patērētājiem⁽¹⁶⁾. Šajā lietā Komisija novērtē, cik iespējama ir stratēģija vai nu tehniski, vai komerciāli norobežot piekļuvi būtiskiem izejmateriāliem, ko izmanto, lai piedāvātu mobilā maka produktus galapatērētājiem; šie būtiskie izejmateriāli ir tādu SE un lietojumprogrammu uzstādīšana mobilajā tālrunī, kas ļauj darboties mobilajam makam. Šāda norobežošana no izejmateriāliem varētu kaitēt konkurences apstākļiem vai pasliktināt konkurences apstākļus mobilā maka platformu pakalpojumu vairumtirdzniecības tirgū (piemēram, nosakot lielākas cenas pakalpojumu sniedzējiem) un arī ietekmētu konkurences apstākļus mobilā maka mazumtirdzniecības pakalpojumu nākamā posma tirgū. Tāpēc Komisija turpmāk šajā lēmumā izvērtē ziņotāju pušu spēju un stimulu iesaistīties šādā norobežošanā no izejmateriāliem.

(67) Komisija ir īpaši pārbaudījusi, vai ziņotājām pusēm

- a) būtu tehniskā spēja būtiski norobežot konkurējošos mobilā maka pakalpojumu sniedzējus, izmantojot dažādus iespējamus līdzekļus;
- b) būtu spēja un stimuli iesaistīties konkurējošo mobilā maka pakalpojumu sniedzēju komerciālā norobežošanā, izmantojot dažādus iespējamus līdzekļus.

⁽¹⁵⁾ Sk., piemēram, 2012. gada 7. marta atbildes uz anketas Q1 un Q2 64. un 65. jautājumu.

⁽¹⁶⁾ Norobežošanas no izejmateriāliem definīciju skatīt Pamatnostādņēs par nehorizontālo apvienošanās novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (2008/C 265/07), 31. punkta.

Tehniskās norobežošanas novērtēšana

(68) Attiecībā uz tehnisko spēju būtiski norobežot konkurējošos mobilā maka pakalpojumu sniedzējus vispirms jānorāda, ka lielākā daļa tirgus izpētē iesaistīto respondentu pauda uzskatu, ka ziņotājām pusēm nebūtu tehniskās spējas novērst vai ierobežot to konkurentu⁽¹⁷⁾ iespējas piedāvāt mobilā maka pakalpojumus citos veidos, nevis ar JV Co starpniecību⁽¹⁸⁾. Būtu arī jāņem vērā, ka ziņotājas puses apgalvo, ka JV Co nodrošinās piekļuvi pārējiem MTO un MVTO bez jebkādas diskriminācijas⁽¹⁹⁾. Proti, visus tehniskos datus JV Co izstrādās saskaņā ar nozares standartiem, un tie būs brīvi pieejami pakalpojumu lietotājiem un iespējamiem pakalpojumu lietotājiem bez jebkādas diskriminācijas⁽²⁰⁾.

(69) Piekļuve SE ir būtisks aspekts, lai mobilie maki varētu funkcionēt. Lai gan principā ir iespējams, ka darījumus, ko veic no mobilā tālruņa, var izpildīt ar tādu risinājumu starpniecību, kuros izmantoti uz programmatūrām bāzēti droši risinājumi, kas paredz akreditācijas datu mākoņglabāšanu, šajā posmā šādus risinājumus uzskata par mazāk drošiem vai pārāk lēniem, lai tos izmantotu pārdošanas punktos (PoS), jo tiem ir nepieciešama lietotājevārda un paroles ievadīšana. Šādi risinājumi būtu dzīvotspējīgi vidējā vai ilgā termiņā⁽²¹⁾.

(70) Tāpēc Komisija uzskata, ka visiespējamākais veids, kā sniegt mobilā maka pakalpojumus klientiem, ir izmantot uz SIM bāzētu SE vai – alternatīvi – iegultu SE.

(71) Tāpēc Komisija, pirmkārt, novērtē, vai ziņotājas puses spētu būtiski norobežot konkurentus no tādu mobilā maka pakalpojumu sniegšanas klientiem, kas konkurē ar pakalpojumiem, kuri tiek piedāvāti ar JV Co starpniecību, liedzot piekļuvi SE, kas atrodas uz SIM bāzētā SE.

(72) Otrkārt, pieņemot, ka piekļuve uz SIM bāzētam SE tiek liegta, Komisija novērtē, vai konkurenti joprojām varētu piedāvāt savus mobilā maka pakalpojumus, piekļūstot alternatīvam SE, kas iegulsts mobilā tālruņa aparātā, un vai ziņotājas puses arī spētu būtiski norobežot konkurentus no tādu mobilā maka pakalpojumu piedāvāšanas klientiem, kuri konkurē ar pakalpojumiem, kas tiek piedāvāti ar JV Co starpniecību, liedzot piekļuvi šādam alternatīvam iegultam SE.

⁽¹⁷⁾ Piemēram, konkurējošie M(V)TO, *Google Wallet*, *PayPal* vai citi mobilā maka pakalpojumu sniedzēji.

⁽¹⁸⁾ 2012. gada 7. marta atbildes uz anketas Q3 7. jautājumu.

⁽¹⁹⁾ Sk. ziņotāju pušu 2011. gada 13. septembra atbildi uz Komisijas informācijas pieprasījuma 6. jautājumu.

⁽²⁰⁾ Sk. veidlapas "CO" 994. un 995. punktu.

⁽²¹⁾ Uz programmatūrām vai mākoņiem bāzētus pakalpojumus var izmantot arī maksājumu akreditācijas datu glabāšanai. Tā ir jauna un augoša tehnoloģija, un pagaidām vēl nav īpaši skaidrs, kā to varētu izmantot masu patēriņa tirgū. Tomēr tā, iespējams, ir alternatīva MTO virzītai pakalpojumu sniegšanai.

- (73) Tomēr Komisija norāda, ka, tā kā šis ir jauns un augošs tirgus, pat tad, ja nākotnē tirgū ienāk jaunas tehnoloģijas, kas bāzētas uz programmatūrām, SE, kuru pamatā ir mākoņglabāšana, vai uz SD mikrokartēm, NFC uzlīmēm vai uzmvām, vai alternatīvi risinājumi, kas būtu pamatoti gaidāmi, ņemot vērā tehnoloģijas attīstību, tie radītu ievērojamu papildu konkurenci un vēlāk arī konkurences ierobežojumus *JV Co* un ziņotājām pusēm.
- Tehniskā spēja būtiski norobežot konkurējošo mobilā maka pakalpojumu sniedzēju piekļuvi uz SIM bāzētiem SE*
- (74) Komisija secina, ka ziņotājām pusēm būtu tehniskā spēja būtiski norobežot konkurējošo mobilā maka pakalpojumu sniedzēju piekļuvi uz SIM bāzētiem SE attiecībā uz mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības līgumiem, ko tie noslēdz ar saviem klientiem (nodrošinot klientam SIM karti) Apvienotajā Karalistē. Šis secinājums nemainītos, pat ja ģeogrāfiskais tirgus būtu plašāks nekā tikai Apvienotās Karalistes mēroga tirgus, jo ziņotājas puses savus mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības līgumus piedāvā galvenokārt patērētājiem, kas mitinās Apvienotajā Karalistē.
- Tehniskā spēja bloķēt/traucēt konkurējošus mobilos makus, kas darbojas ar alternatīvu SE*
- (75) Konkurējošie mobilā maka pakalpojumu sniedzēji principā varētu apiet piekļuvi uz SIM bāzētiem SE, ja viņi varētu piekļūt citiem SE, kas ievietoti mobilajā tālrunī citviet, nevis ziņotāju pušu SIM kartē.
- (76) SE var būt vai nu iegulti mobilā tālruņa aparātā (risinājums, ko ierosinājuši vairāki OEM⁽²²⁾, kuri pārdod mobilos tālruņus Apvienotajā Karalistē), vai ievietoti ārējā ierīcē, kas pievienota mobilajam tālrunim. Piemēram, *Visa* Apvienotajā Karalistē jau piedāvā mobilo maksājumu risinājumu, kurā izmanto šādu SE.
- (77) Ir ļoti ticams, ka šīs alternatīvas izmantos konkurenti, kas piedāvā darījumu pakalpojumus. Tas nepārprotami paver konkurentiem iespējas piedāvāt savus produktus patērētājiem, kas izmanto iegultus SE, piemēram, *Google Wallet*.
- (78) Tā kā visticamākā alternatīva uz SIM bāzētiem SE būtu iegulti SE, Komisija tehniskās norobežošanas novērtējumā galveno uzmanību pievērš ziņotāju pušu spējai traucēt tādu konkurentu mobilo maku darbību, kuriem būtu jāizmanto iegulti SE. Šāda traucēšana varētu izpausties galvenokārt vienā no dažādajiem veidiem, kas aplūkoti turpmāk.
- Tehniskā spēja bloķēt/traucēt konkurējošas maka lietojumprogrammas (kam nepieciešams iegults SE) lejupielādi, instalēšanu un/vai atjaunināšanu mobilajos tālruņos, kas darbojas ziņotāju pušu tīklos*
- (79) Komisija novērtēja, vai ziņotājām pusēm būtu tehniskā spēja panākt, ka patērētāji nevar lejupielādēt vai izmantot vajadzīgo mobilā tālruņa lietojumprogrammu. Ziņotājas puses apgalvo, ka MTO nav tehniski iespējams bloķēt (vai traucēt) (konkurējošas) mobilā maka lietojumprogrammas lejupielādi/installēšanu vai atjaunināšanu⁽²³⁾.
- (80) Šis tirgus izpētes laikā Komisija sāka ciešu saziņu ar Apvienotās Karalistes telekomunikāciju regulatoru (*Ofcom*), kam ir pierādīta neatkarīga tehniskā kompetence. *Ofcom* sīki izvērtēja ziņotāju pušu dokumentus par tehnisko norobežošanu. Būtbū *Ofcom* secināja, ka, ņemot vērā mobilā maka pakalpojumu tehnoloģijas pašreizējo stāvokli un lietojumu, ziņotāju pušu apgalvojumi ir pamatoti.
- (81) Attiecībā uz MTO tehniskajām iespējām nepieļaut konkurējošas mobilā maka lietojumprogrammas lejupielādi, nenobloķējot piekļuvi visam lietojumprogrammu veikalam, divi MTO, kas nav daļa no *JV Co*, apstiprināja, ka tas nebūtu iespējams.
- (82) Turklāt attiecībā uz MTO tehniskajām iespējām panākt, ka patērētājs pārtrauc izmantot savu 3G vai bezvadu pieslēgumu lietojumprogrammu (piemēram, *PayPal*) lejupielādei no lietojumprogrammu veikaliem, tādiem kā *Google Play* vai *iTunes*, vairāki respondenti norādīja, ka tas nav iespējams.
- (83) Ziņotāju pušu mēģinājumus bloķēt tīmekļa vietnes vai lietojumprogrammas tādu iemeslu dēļ, kas nav datplūsmas pārvaldība vai nelegāla satura bloķēšana, visticamāk, atklātu patērētāji vai šādu tīmekļa vietņu īpašnieki un *Ofcom*, un tas ietekmētu ziņotāju pušu rīcību šajā ziņā. Komisija uzskata, ka tas, visticamāk, attiektos arī uz citām šajā lēmumā novērtētām tehniskās norobežošanas stratēģijām.

⁽²²⁾ Piemēram, RIM ar saviem *Blackberry Curve 9360*, *Bold 9900*, *Bold 9790* un *Bold 860* modeļiem, HTC ar saviem *One X* un *Desire C* modeļiem, *Samsung* ar saviem *Galaxy Nexus* un *Galaxy SIII* modeļiem un *Sony Ericsson* ar savu *Xperia S* modeli, kas visi atbalsta duālo SE arhitektūru (iegults SE un uz SIM bāzēts SE), kā arī *Samsung* ar savu *Galaxy* piezīmjdatoru, kas atbalsta tikai iegultu SE.

⁽²³⁾ Sk. ziņotāju pušu atbildi uz Komisijas 2012. gada 24. aprīļa informācijas pieprasījuma 14. jautājumu un 21. un 22. lappusi 2012. gada 8. maija Tehniskā dokumentā, ko ziņotāju pušu vārdā iesniedza [...].*

- (84) Pamatojoties uz iepriekš minēto, ir ļoti iespējams, ka ziņotājām pusēm nav spējas tehniski bloķēt vai traucēt konkurējošas mobilā maka lietojumprogrammas lejupielādi, instalēšanu vai atjaunināšanu mobilajā tālrunī, kas darbojas ziņotāju pušu tīklā.

Tehniskā spēja bloķēt/traucēt iegulta SE darbību vai deaktivēt iegultu SE pēc tā instalēšanas

- (85) Ziņotājas puses apgalvo, ka OEM ir tie, kas izsniedz iegultus SE un tāpēc kontrolē piekļuvi tiem, jo OEM būs satura pārvaldības tiesības. Ziņotājas puses nevar bloķēt piekļuvi iegultiem SE vai traucēt to darbību, jo tām nav tehnisko atslēgu, kas vajadzīgas, lai ieietu iegultajā SE. Tās nevar mainīt vai noteikt tiesības piekļūt iegultiem SE.

- (86) Komisija, jo īpaši pamatojoties uz Ofcom ziņojumu⁽²⁴⁾, uzskata, ka MTO nepieder uz SIM bāzēti SE un tāpēc šāda SE aktivizēšana un pārvaldība nebūtu to kontrolē (lai gan dažu aspektu iespējošana var būt pilnīgi vai daļēji atkarīga no piekļuves pakalpojumiem, piemēram, mobilajiem platjoslas pieslēgumiem, ko MTO var sniegt dažiem klientiem). Ja piekļuvi MTO platjoslas tīklam var izmantot iegulta SE sākotnējai aktivizēšanai, tad alternatīvi to var darīt, izmantojot arī USB vai bezvadu pieslēgumu. Tādējādi, ja MTO vēlētos norobežot piekļuvi, tas varētu to darīt attiecībā uz MTO platjoslas pieslēgumu (proti, tas varētu būt tehniski iespējams), bet ir maz ticams, ka būtu tehniski iespējams nepieļaut citu piekļuves pakalpojumu (piemēram, USB vai bezvadu pieslēguma) izmantošanu⁽²⁵⁾.

- (87) Pamatojoties uz tirgus izpēti, ir ļoti iespējams, ka ziņotājām pusēm nav tehniskās spējas tehniski bloķēt vai traucēt iegulta SE darbību vai deaktivēt iegultu SE pēc tā instalēšanas.

Tehniskā spēja pakārtot konkurējoša mobilā maka darbību tā, lai priekšroka automātiski tiktu dota uz SIM bāzētam SE/ziņotāju pušu mobilajam makam

- (88) Ziņotājas puses apgalvo, ka ir iespējams, ka vienā mobilajā tālrunī darbojas gan uz SIM bāzēts SE, gan mobilajā tālrunī iegults SE. Tāpat arī ir tehniski iespējams, ka gan uz SIM bāzēts SE, gan mobilajā tālrunī iegults SE ir "aktīvi" vienlaikus, tas ir, darbojas tādā režīmā, ka

bezkontakta lasītājs var piezvanīt uz jebkuru SE. Turklāt MTO nav tehniskās spējas pakārtot konkurējoša mobilā maka darbību tā, lai priekšroka automātiski tiktu dota uz SIM bāzētam SE vai mobilajam makam, kas bāzēts uz JV Co platformu.

- (89) Pamatojoties uz tirgus izpēti, jo īpaši izvērtējot Ofcom iesniegtos dokumentus, Komisija uzskata, ka noklusējuma SE galu galā izvēlēsies klients.

- (90) Komisija atzīst, ka mobilā maka kā noklusējuma mobilā maka iepriekšiestatīšanai mobilā tālruņa iestatījumos var būt priekšrocības. Tomēr Komisija uzskata, ka attiecībā uz lietojumprogrammu, kura izmantojama maksājumu veikšanai veikalos vai tiešsaistē un kura var tikt uzskatīta par patērētājiem svarīgu lietojumprogrammu no subjektīvās drošības, radīto ieguvumu un citāda viedokļa, patērētājs, visticamāk, izvēlēsies to maksājumu lietojumprogrammu, ko viņš izvēlas maksājumiem par precēm vai pakalpojumiem.

- (91) Tāpēc var secināt, ka tāda mobilā tālruņa gadījumā, kuram ir uz SIM bāzēts SE un iegults SE, SE izvēles iestatījumu pirmo konfigurāciju, visticamāk, veiktu OS nodrošinātājs, nevis OEM un ka galu galā tieši patērētājs būs tas, kurš varēs konfigurēt iestatījumus tā, kā viņš vēlas.

Tādu de facto standartu vai specifikāciju noteikšana, kuri norobežotu konkurējošus mobilā maka pakalpojumu sniedzējus

- (92) Ziņotājas puses apgalvo, ka nav paredzēts, ka JV Co noteiks jebkādas jaunus standartus. Tā vietā tas savas mobilā maka platformas izveidē izmantos iepriekš esošos plaši pieejamos standartus.

- (93) Komisija pārbaudīja, vai ziņotājas puses varētu noteikt *de facto* standartus un specifikācijas, kurām nevarētu piekļūt konkurējošu mobilo maku platformu pakalpojumu vairumtirgotāji, tādējādi norobežojot viņus no konkurējošo mobilo maku piedāvāšanas.

- (94) Tirgus izpētes rezultāts attiecībā uz jautājumu par to, vai jau pastāv standarti vai specifikācijas, kas reglamentē sadarbību starp SE, kuri bāzēti uz SIM, un mobilo maku lietojumprogrammām, nebija pārliecinošs. Komisija uzskata, ka tas varētu atspoguļot šīs jaunās tehnoloģijas attīstību.

- (95) Turklāt attiecībā uz iespēju došanu klientiem vienlaikus veikt maksājumus, atpirkt kuponus un pieprasīt lojalitātes

⁽²⁴⁾ Ofcom 2012. gada 31. maija apsvērumu 2.4.4. punkts.

⁽²⁵⁾ Sk. saskaņoto protokolu 2012. gada 6. jūnija telefonkonferencē ar Ofcom.

punktus, izmantojot savus mobilos tālruņus ("viena pieskāriena" risinājums), Komisija, pamatojoties uz iepriekš minēto, ir secinājusi, ka standarta specifikācijas nepastāv un ka ir iespējams, ka ziņotājām pusēm vajadzēs izstrādāt savas specifikācijas⁽²⁶⁾ vai izmantot standartus un specifikācijas, ko izstrādājuši tirgus dalībnieki, piemēram, *Google* vai *VeriFone*⁽²⁷⁾.

- (96) Tomēr *Google*, lai nodrošinātu sava *Google Wallet* darbību, ir izstrādājis arī ar īpašumtiesībām aizsargātas specifikācijas, lai nodrošinātu vienlaicīgu maksājumu veikšanu, kuponu izpirkšanu un lojalitātes punktu piešķiršanu, un PoS ražotāji ir norādījuši, ka šīs ar īpašumtiesībām aizsargātas specifikācijas varētu līdzspastāvēt PoS lasītājos, lai nodrošinātu dažādu mobilo maku darbību⁽²⁸⁾.
- (97) Francijā 2010. gada maijā tika sākts *Cityzi* projekts sadarbībā komerciāliem pakalpojumiem, kas apvieno transporta biļešu iegādes sistēmas, drošus mobilos maksājumus, vairākus mazumtirdzniecības projektus un citus tūrisma pakalpojumus mobilajos tālruņos. Pašlaik šo pakalpojumu izmanto vairāk nekā 1 miljons NFC mobilo tālruņu. Izmēģinājuma laikā izrādījās, ka pašreizējais *GlobalPlatform* standarts vai specifikācija pieslēgumiem starp TSM un SE pārvaldību nebija pietiekami saprotami, piemēram, attiecībā uz lojalitātes kartēm. Tāpēc *Association Française Sans Contact Mobile* ir izstrādājis jaunus standartus vai specifikācijas, lai atrisinātu šo

⁽²⁶⁾ *First Data* norāda, ka PoS galiekārtas vēl nav aprīkotas ar standartiem vai specifikācijām, lai apstrādātu ar maksājumiem nesaisītus darījumus, piemēram, vaučeru izpirkšanu un lojalitātes punktu piešķiršanu. Ir dažādi veidi, kā izstrādāt šos standartus un attiecīgi uzlabot galiekārtas. Paredzams, ka šādu standartu vai specifikāciju izstrāde notiks nozares apvienības tipa struktūrās, piemēram, EMVCO, vai saskaņā ar starptautiskajām karšu shēmām (*Visa*, *MasterCard*). *First Data* pieņems šādus standartus vai specifikācijas pēc nozares pieprasījuma.

⁽²⁷⁾ *VeriFone* norāda, ka tam ir tikai standarti un specifikācijas maksājumu darījumiem (ko nosaka *Visa* un *MasterCard*). Vaučeru un lojalitātes punktu vajadzībām uzņēmējiem, piemēram, *Google*, jāizstrādā īpašs protokols. *VeriFone* arī cenšas nodrošināt atvērtu API sistēmu, lai jebkurš mobilais maks, kam ir vaučera funkcijas, varētu mijiedarboties ar tā galiekārtām. *VeriFone* cer, ka galu galā tiks izstrādāti globāli standarti. Attiecībā uz sertifikācijas procesu *VeriFone* galiekārtām netiek piemērota standarta specifikācija bezkontakta maksājumu galiekārtām. *VeriFone* galiekārtas atsevišķi sertificē *Visa*, *MasterCard* u. c. Dažādie sertifikācijas procesi regulāri mainās, bet tie ir spēkā visā pasaulē, izņemot *Visa*, kas dažos reģionos ir izstrādājis atšķirīgas versijas (piemēram, *Visawave*, kas paredzēts Āzijā un Klusā okeāna valstīs).

⁽²⁸⁾ *Verifone* norāda, ka nav patenta, kas attiecas uz "viena pieskāriena" risinājumu. *Google* būtu izstrādājis savas specifikācijas makam *Google Wallet*, un tam piederētu attiecīgās īpašumtiesības. API šo specifikāciju īstenošanai *VeriFone* galiekārtās izstrādā *VeriFone*, pamatojoties uz šīm specifikācijām; *VeriFone* pieder īpašumtiesības uz šo API. *VeriFone* ir arī izstrādājis savu vispārējo vidi mobilo maku atbalstam, lai tie darbotos tā galiekārtās. Tāpēc būtu vienkārši piedāvāt citiem uzņēmumiem pakalpojumus, kas līdzīgi *Google* "viena pieskāriena" risinājumam.

jautājumu⁽²⁹⁾. Šos jaunus standartus vai specifikācijas pašlaik apspriež un apstiprina *GlobalPlatform*, un tie ir arī iekļauti GSMA tūlītēji īstenojamā projektā.

- (98) Pamatojoties uz iepriekš minēto, var secināt, ka, visticamāk, ziņotājas puses nebūs tādā situācijā, lai izstrādātu *de facto* standartus un specifikācijas, ko nevarētu izmantot neviens cits tirgus dalībnieks, tādējādi būtiski norobežojot konkurējošus mobilā maku platformu pakalpojumu sniedzējus.

Komerčiālās norobežošanas novērtējums

Ievads

- (99) Šā lēmuma nolūkā Komisija "komerciālo norobežošanu" uzskata par stratēģiju, kuras pamatā ir ziņotāju pušu spēja un stimuls ievērojami norobežot konkurējošus mobilā maku pakalpojumu sniedzējus, izmantojot nevis tehniskus, bet gan komerciālus līdzekļus. Tāpēc komerciālo norobežošanu īsteno galvenokārt netieši⁽³⁰⁾, piemēram, veicot sarunas ar trešām personām, tādām kā OEM, lai mudinātu tās veikt komerciālus pasākumus, kas var bloķēt vai kavēt konkurējošus mobilos pakalpojumu sniedzējus, vai motivējot trešās personas, piemēram, neatkarīgus mazumtirgotājus, pārdot mobilos tālruņus komplektā ar JV Co mobilo tīklu, nevis mobilos tālruņus, kuros integrēti konkurentu mobilie maki.
- (100) Komisija izvērtēja, vai komerciālās norobežošanas stratēģiju varētu īstenot atsevišķa ziņotāja puse viena pati neatkarīgi no pārējo ziņotāju pušu stratēģijām un vai atbilstoši jebkādam iespējamam norobežošanas scenārijam ziņotājas puses paļautos uz norobežošanas stratēģijas kopīgu īstenošanu.
- (101) Lai saprastu, vai ziņotājām pusēm būtu komerciālā spēja būtiski norobežot konkurējošus mobilā maku pakalpojumu sniedzējus, Komisija izvērtēja mobilo pakalpojumu piegādes ķēdi. Galvenie piegādes ķēdes dalībnieki ir šādi:
- OEM, kas ir atbildīga par mazumtirgotājiem piegādāto mobilo tālruņu aparatūras un programmatūras specifikāciju;

⁽²⁹⁾ Sk. paziņojumu presei (2011. gada 20. decembris): <http://www.afscm.org/en/news/the-afscm-releases-a-new-set-of-specifications.htm?id=59>

⁽³⁰⁾ Izņemot komerciālo norobežošanu, kuras pamatā ir tādu mobilo tālruņu izņemšana no tirdzniecības sarakstiem, kam ir integrēti konkurentu mobilie maki, un kuru var īstenot tieši norobežotājas puses.

b) OS izstrādātāji, kas piegādā programmatūru OEM un bieži nosaka aparatūras obligātās prasības, un kontrolē, kādas lietojumprogrammas darbojas to OS un/vai lielākajos lietojumprogrammu veikalos, no kuriem var lejupielādēt lietojumprogrammas;

c) M(V)TO kā sarunu laika piegādātāji;

d) mobilo tālrunu un sarunu laika mazumtirgotāji – gan M(V)TO tiešās pārdošanas kanāli, gan neatkarīgi mazumtirgotāji.

(102) Komisija attiecībā uz katru komerciālās norobežošanas veidu analizē, vai ziņotājām pusēm ir spēja un stimuls iesaistīties kopējā komerciālās norobežošanas stratēģijā. Turklāt Komisija ir analizējusi, vai ziņotājām pusēm kopā ar bankām ir spēja un stimuls būtiski norobežot ar bankām nesaisītu maksājumu risinājumus.

Komerčiāls spiediens uz OEM, lai tie neuzstādītu iegultus SE vai bloķētu iepriekš uzstādītus SE

(103) Komisija ir pārbaudījusi, vai ziņotājām pusēm būtu spēja un stimuls izdarīt komerciālu spiedienu uz OEM, lai tie neuzstādītu savos mobilo tālrunu modeļos iegultus SE vai bloķētu iepriekš uzstādītu iegultu SE. Komisija ir pārbaudījusi ziņotāju pušu komerciālo ietekmi attiecībā uz mobilajiem tālruniem, ko nodrošina ziņotājas puses pašas izplatīšanai ar savu tiešās pārdošanas kanālu starpniecību, un arī attiecībā uz parastajiem mobilajiem tālruniem, ko nodrošina neatkarīgi mazumtirgotāji.

(104) Tirgus izpētes laikā vairāki OEM ir atbildējuši uz Komisijas jautājumiem, ka MTO dažreiz vēlas nopirkt konkrēta savos MTO mazumtirdzniecības kanālos pārdota mobila tālruna īpašu "operatora variantu". Tādējādi dažas funkcijas mobilā tālruna "operatora variantā" var atšķirties atkarībā no MTO vēlmēm attiecībā uz funkcijām, kas jāatbalsta mobilajam tālrunim un ko tie vēlas atbalstīt kā iepriekšielādētu saturu. Tomēr šīs funkcijas (piemēram, iegults SE) būtu pieejamas brīvā tirgū pārdoto mobilo

tālrunu parastajam variantam, kas savukārt būtu pieejams neatkarīgiem mazumtirgotājiem, ja vien MTO veic to tehnisko sertifikāciju. Šo tehnisko sertifikāciju MTO piešķir visiem mobilajiem tālruniem, kas ir tehniski sadērīgi ar tā tīklu, un to neietekmē komerciāli apsvērumi. Par to liecina fakts, ka NFC iespējotus mobilos tālrunus ar iegultu SE (kurā varētu būt ietverts konkurējošs mobilais maks) jau plaši tirgo gan ziņotājas puses, gan arī neatkarīgi mazumtirgotāji Apvienotajā Karalistē. Ievērojams izņēmums ir Apple, kas nepiedāvā "operatora variantus".

(105) Pamatojoties uz iepriekš minēto, ziņotājas puses teorētiski varētu pieprasīt, lai OEM izņem vai bloķē iepriekš uzstādīto iegultu SE mobilajiem tālruniem, kas paredzēti to tiešajam pašu zīmola mazumtirdzniecības kanālam. Tomēr OS nodrošinātāji vai pilnīgi vertikāli integrēti OEM varētu iesaistīties stratēģijās, kas vērstas pret šādu norobežošanas mēģinājumu. OS nodrošinātāji daudz agrāk nekā MTO iesaistās mobilo tālrunu izstrādes procesā, un tas ierobežo ziņotāju pušu ietekmi uz mobilo tālrunu specifikācijām salīdzinājumā ar OS nodrošinātājiem. OS nodrošinātājs, kas paredz šādu ziņotāju pušu prasību, varētu mēģināt ietekmēt OEM mobilo tālrunu specifikācijas jau agrīnā posmā, nosakot, ka katram OS zīmola mobilajam tālrunim obligāti jābūt aprīkotam ar funkcionējošu iegultu SE. Tas īpaši attiektos uz Google, kura kontrole pār Android nodrošina tam ietekmīgu stāvokli iespējamās sarunās ar OEM⁽³¹⁾. Google stāvoklis mobilo tālrunu piegādes tirgū kļūst arvien svarīgāks, jo to mobilo tālrunu īpatsvars, kuri izmanto Android, laika gaitā ir būtiski palielinājies. Laikposmā no 2010. līdz 2011. gadam Android mobilo tālrunu īpatsvars Apvienotajā Karalistē ir palielinājies no mazāk nekā 5 % līdz aptuveni 40 %. Arī pilnīgi vertikāli integrēti OEM, kas

⁽³¹⁾ Sk. Komisijas 2012. gada 13. februāra lēmumu lietā COMP/M.6381 – Google/Motorola Mobility. Turklāt, pat ja Google pāriet uz aparatūras darbības nozari, neatkarīgi eksperti apstiprina: "Neatkarīgi no atklātās filozofijas, pamatojoties uz kuru notika sākotnējā iepazīstināšana ar Android, ir bijusi vērojama stabila Google tendence pārņemt arvien lielāku kontroli pār platformu. Sākotnēji tas notika, laižot klajā sava zīmola Nexus ierīces, ko Google ir izmantojis, lai reklamētu jaunākā Android laišanu klajā, bet pēc tam tas atteicās piešķirt atklāto pirmkodu ar planšetdatoru optimizētajai Android versijai Honeycomb. Ir arī ziņots, ka Google ir kļuvis izvēlīgāks attiecībā uz to, kuriem OEM tas piešķir agrīnu piekļuvi jaunākajiem Android pirmkoda izlaidumiem, būtībā izveidojot tādu EOM grupu, kuriem cieši jāsadarbjas ar Google, lai varētu saglabāt to vadošo stāvokli tehnoloģiju attīstībā. Google uztur vairākus ar īpašumtiesībām aizsargātus kontrolpunktus, lai kontrolētu atklātās OS, piemēram, Android preču zīmi, papildus Google zīmola pamata lietojumprogrammām, ko izmanto šajā ierīcē, tādām kā Google Mail, Maps, un Android Marketplace. Turklāt Apache 2.0 atklātā pirmkoda licence, ko Google ir izvēlējis attiecībā uz Android, nozīmē, ka tam nav juridiska pienākuma izlaist pirmkodu, un tāpēc tas varēja privāti paturēt Honeycomb kodu. Šie faktori nozīmē, ka OEM ir jāuztur ciešas attiecības ar Google un jāiemanto tā labvēlība, lai piekļūtu pirmkodam un izmantotu tā populārās pakalpojumu un Android zīmolu savās ierīcēs. Ņemot to vērā, ir skaidrs, ka Google vēlas panākt lielāku kontroli ne tikai pār to, kurš izmanto Android, bet arī to, kā tas tiek izmantots. Uzņēmums ir acīmredzami sapratis, kādas priekšrocības var nodrošināt lielāka kontrole un vertikālā integrācija, vērojot sava tiešā konkurenta Apple vērtības pieaugumu, un var vēlēties arī iegūt priekšrocības, ko rada vēl lielākas vertikālās integrācijas īstenošana." [...] zinojums, 6. lpp., pievienota kā 4. pielikums ziņotāju pušu 2012. gada 6. jūnija apsvērumiem.

piedāvāja konkurentu mobilos makus, nevis iegultu SE, varēja nodrošināt, ka mobilo tālrunu aparāti bija pilnīgi saderīgi ar to mobilā maka darbību⁽³²⁾.

(106) Turklāt jebkura spēja veikt komerciālo norobežošanu, bloķējot vai atspējot iegultu SE, katrā ziņā būtu ierobežota un vismaz daļēji neefektīva. Ziņotāju pušu komerciālā spēja bloķēt vai atspējot iepriekš uzstādītos iegultos SE izraisītu tikai konkurējošo mobilo maku daļēju norobežošanu, jo ziņotājām pusēm nebūtu spējas un stimulu būtiski norobežot netiešās mazumtirdzniecības kanālu vai norobežot makus, kas iekļauti *Apple* mobilajos tālruņos, gadījumā, ja *Apple* vēlas iesaistīties tirgū. Neatkarīgiem mazumtirgotājiem tirgū ir ietekmīgs stāvoklis, jo to tirgus daļa ir līdz 49 % un tiem pieder 41 % no visiem mazumtirdzniecības veikaliem Apvienotajā Karalistē. Kā norādīts *Mintel* ziņojumā⁽³³⁾, *Phones 4U* un *Carphone Warehouse* abiem kopā pieder 1 258 veikali. Salīdzinājumam – *Everything Everywhere* pieder 672 veikali, *Telefónica* pieder 450 veikali un *Vodafone* pieder 365 veikali. Vēl 300 veikali Apvienotajā Karalistē pieder *Three UK*.

(107) Tāpēc Komisija secina, ka ziņotāju pušu komerciālā spēja veikt būtisku norobežošanu, izdarot komerciālu spiedienu uz OEM, lai tie bloķētu vai deaktivētu iepriekš uzstādītu iegultu SE, izraisītu, lielākais, daļēju norobežošanu (izņemot *Apple* mobilos tālruņus un netiešos mazumtirgotājus). Turklāt tas varētu vispār neizdoties, ja OS nodrošinātāji spētu īstenot efektīvas atbildes stratēģijas, kas liegtu ziņotājām pusēm bloķēt iegultu SE darbību.

(108) Tas, ka komerciālās norobežošanas stratēģijas, kuras pamatā ir SE neuzstādīšana vai iegultu SE bloķēšana, izraisītu tikai daļēju norobežošanu, ievērojami ierobežotu tās efektivitāti un – pat ja to izmantotu – būtiski mazinātu stimulus iesaistīties šādā stratēģijā, jo papildu peļņa no norobežošanas būtu ierobežota. To vēl vairāk pastiprina izteiktā nevienlīdzība starp paredzamo *JV Co* peļņu un peļņu mobilās telefonijas mazumtirdzniecības tirgū, kā to uzsver ziņotājas puses. Proti, bruto peļņa no ziņotāju

pušu mobilās telefonijas mazumtirdzniecības darbībām (ieskaitot peļņu no starpsavienojumiem un neskaitot klientu piesaistīšanas izmaksas) ir aptuveni [...] reizes lielāka nekā paredzamā *JV Co* peļņa pēc tā sākotnējā darbības izvēršanas perioda⁽³⁴⁾.

(109) Turklāt ziņotājas puses ir arī pierādījušas, ka konkurences apstākļi reklāmas un datu analītikas tirgos būtiski atšķiras no konkurences apstākļiem mobilo maku vairumtirdzniecības tirgū. Turklāt ieņēmumi un peļņa no šīm divām darbībām nav tieši saistīta ar *JV Co* darījuma darbībām, un tos tieši neietekmētu stratēģija, kas norobežo konkurējošus mobilo maku operatorus.

(110) Turklāt negatīva patērētāju reakcija uz konkurējošo mobilo maku piedāvājumu pasliktināšanos ir galvenais mehānisms, ar kura starpniecību komerciālā norobežošanas radītu zaudējumus mobilās telefonijas mazumtirdzniecības tirgū. Vēl jo vairāk – konkurenti varētu iesaistīties atbildes stratēģijās, kuru mērķis ir palielināt patērētāju negatīvo reakciju. Šādas atbildes stratēģijas padarītu konkurējošos mobilos makus pievilcīgus klientiem, tādējādi palielinot norobežošanas izmaksas.

(111) Šie faktori, tos aplūkojot visus kopā, nozīmē, ka komerciālā norobežošana būtu saistīta ar ievērojamiem stimuliem jebkurai ziņotājai pusei izvairīties no šādas rīcības, lai novērstu jebkādu patērētāju negatīvu reakciju saistībā ar mobilā piedāvājuma pasliktināšanos, un iegūt priekšrocības salīdzinājumā ar pārējām ziņotājām pusēm, kas iesaistītos norobežošanā. Jebkura ziņotāja puse, kas neiesaistītos šādā norobežošanā, izvairītos arī no tirgus daļas zaudēšanas par labu M(V)TO ārpus *JV Co*.

(112) Kopumā ir ļoti iespējams, ka vismaz vienai no ziņotājām pusēm būtu vienpusējs stimuls neiesaistīties nekādā kopējā komerciālās norobežošanas stratēģijā, kuras pamatā ir spiediena izdarīšana uz OEM, lai tie bloķētu iepriekš uzstādītu iegultu SE. Tas mazinātu kopējas komerciālās norobežošanas stratēģijas efektivitāti.

(113) Attiecībā uz kopēju norobežošanas stratēģiju, kuras pamatā ir slēpta un pastāvīga koordinācija starp ziņotājām pusēm, ir maz ticams, ka komerciālās norobežošanas gadījumā būtu izpildīti visi nosacījumi, kas paredzēti spriedumā *Airtours* lietā⁽³⁵⁾.

⁽³²⁾ *Blackberry* mobilo teflonu ražotājs *RIM* nesen ir paziņojis, ka *NFC* lietojumprogrammu izstrāde būs prioritāte attiecībā uz tā *Blackberry* viedtelefoniem, un norādīja, ka "NFC būs liels *RIM* sasniegums nākamo 12 mēnešu laikā" (sk. <http://www.forbes.com/sites/elizabethwoyke/2011/11/08/rim-plans-big-push-for-nfc-enabled-blackberry-apps/>). Tomēr Komisija norāda uz to, ka *RIM* vēl tikai attīstās un ka šāda attīstība, šķiet, notiek, īstenojot konkrētus pārstrukturēšanas pasākumus. *Blackberry*, visticamāk, ir vajadzīgā ietekme mobilo pakalpojumu piegādes ķēdē, lai nodrošinātu savu populāro mobilo tālrunu iekļūšanu tirgū. Kā norādīja [...]*, trīs no vispopulārākajiem mobilajiem tālruņiem, ko izmantoja pēcapmaksas klienti, 2012. gada 1. ceturksnī Apvienotajā Karalistē bija *Blackberry* mobilie tālruņi (sk. ziņotāju pušu dokumentu "Nekādu komerciālo iespēju norobežot konkurējošos mobilo maku platformu vairumtirdzniecības pakalpojumus", 35. lpp.).

⁽³³⁾ *Mintel*, Telekomunikāciju pakalpojumu mazumtirdzniecība (2011. gada janvāris), 27. attēls.

⁽³⁴⁾ Sk., piemēram, ziņotāju pušu 2012. gada 31. maija, 2012. gada 8. jūnija un 2012. gada 14. jūnija atbildes uz Komisijas informācijas pieprasījumu.

⁽³⁵⁾ Lieta T-342/99 *Airtours*/Komisija, Tiesas judikatūras krājums, 2002. gads, II-02585. lpp.

- (114) Pirmkārt, koordinētu komerciālo norobežošanu būtu sarežģīti īstenot, ņemot vērā, ka tā ir atkarīga no tā, kāds ir rezultāts divpusējām sarunām, kas notiek starp katru ziņotāju pusi un trešām personām un kas ir konfidencialas un atkarīgas no katras iesaistītās puses ietekmes sarunās.
- (115) Otrkārt, komerciālā norobežošana var nebūt iekšēji stabila, jo vienpusējais ieguvums no neiesaistīšanās šādā norobežošanā var būt lielāks nekā soda izmaksas pēc tam, kad koordinācijas rezultāts ir cietis neveiksmi. Ņemot vērā ievērojamo nevienlīdzību starp peļņu no mobilās telefonijas mazumtirdzniecības un paredzamo JV Co peļņu darījuma darbībās, soda draudi var nebūt pietiekami, lai novērstu stimulu nepiedalīties. Turklāt nepiedalīšanās koordinācijā šajā tirgū, visticamāk, tiktu atklāta tikai ar nokavēšanos, jo komerciālās sarunas ir konfidencialas, un tā tiktu atklāta tikai tad, kad mobilais tālrunis nonāk tirgū. Arī tas samazinātu jebkāda soda mehānisma efektivitāti, vēl vairāk sarežģījot slepenas vienošanās uzturēšanu.
- (116) Kopumā, pamatojoties uz minēto analīzi, Komisija secina, ka ir ļoti maz ticams, ka ziņotājām pusēm būtu spēja un stimuls iesaistīties kopējā norobežošanas stratēģijā, kas būtu saistīta ar komerciāla spiediena izdarīšanu uz OEM, lai tie bloķētu iepriekš uzstādītu iegultu SE, kas varētu atbalstīt konkurējošu mobilo maku.
- Ietekme pār OS izstrādātājiem vai OEM, lai tie bloķētu mobilo maku lietojumprogrammas*
- (117) Komisija ir pārbaudījusi, vai ziņotājām pusēm būtu spēja un stimuls ietekmēt OS izstrādātājus vai OEM, lai tie bloķētu mobilo maku lietojumprogrammu iepriekšēju ielādēšanu mobilajos tālruņos vai izņemtu šādas lietojumprogrammas no mobilajiem tālruņiem.
- (118) Vairāki respondenti, kas atbildēja uz tirgus izpētes laikā uzdotajiem jautājumiem, uzsvēra lietojumprogrammas iepriekšējās ielādēšanas nozīmīgumu un norādīja, ka ziņotājas puses varētu ietekmēt to, kurā vietā "operatora varianta" mobilā tālruņa ekrānā ir izvietota konkrētā lietojumprogramma.
- (119) Tomēr konkurējošie mobilo maku pakalpojumu sniedzēji varētu veikt pretpasākumus, veicinot savu mobilo maku izvietošanu redzamā vietā lietojumprogrammu veikalā. Turklāt arī OS nodrošinātāji varētu piesaistīt mobilā maku lietojumprogrammu operētājsistēmai, paredzot attiecīgu pieprasījumu adresēšanu OEM. Šādu pretpasākumu var īstenot Google, kam, piemēram, ir spēja ietekmēt programmatūru izvēli, izmantojot savus mobilo lietojumprogrammu izplatīšanas līgumus ar OEM, kur ir noteikts, kurš Google mobilo lietojumprogrammu komplekts ir iepriekš ielādējams mobilajā tālrunī. Par šādas stratēģijas iespējamo iedarbīgumu liecina arī Google pašreizējā ietekme mobilo OS tirgū.
- (120) Kopumā, ņemot vērā, ka komerciālajai norobežošanai, kuras pamatā ir spiediena izdarīšana uz OEM, lai tie neuzstāda vai bloķē iepriekš uzstādītus iegultus SE, efektivitāte būtu ierobežota, un konkurējošo mobilā maku pakalpojumu sniedzēju atbildes stratēģiju iedarbīgumu, ir maz ticams, ka ziņotājām pusēm ir spēja īstenot komerciālu norobežošanu, bloķējot konkurējošās mobilo maku lietojumprogrammas.
- (121) Lielākā daļa ar stimuliem saistīto argumentu, kas attiecas uz pirmo komerciālās norobežošanas stratēģiju, kura apspriesta sadaļā par norobežošanu, izdarot spiedienu uz OEM, lai tie neuzstāda vai bloķē iepriekš uzstādītu iegultu SE, ir piemērojami arī attiecībā uz komerciālu stratēģiju, kuras pamatā ir OS izstrādātāju vai OEM ietekmēšana, lai tie bloķētu mobilo maku.
- (122) Kopumā, pamatojoties uz minēto analīzi, Komisija secina, ka ir ļoti maz ticams, ka ziņotājām pusēm būtu spēja un stimuls iesaistīties kopējā norobežošanas stratēģijā, kuras pamatā būtu OS izstrādātāju vai OEM ietekmēšana, lai tie bloķētu vai izņemtu no tālruņiem mobilo maku lietojumprogrammas.
- Neizdevīgi vai no tirdzniecības sarakstiem izņemti mobilie tālruņi, kuros ir iekļauti konkurējoši mobilie maki*
- (123) Komisija ir pārbaudījusi, vai ziņotājām pusēm būtu spēja un stimuli padarīt par neizdevīgiem vai izņemt no tirdzniecības sarakstiem mobilo tālruņus, kas var atbalstīt konkurējošus makus.
- (124) Ņemot vērā, ka no tirdzniecības sarakstiem izņemtiem vai neizdevīgiem mobilajiem tālruņiem, kuros var būt ietverti konkurējoši mobilie maki, būs alternatīvs ceļš uz tirgu ar neatkarīgo mazumtirdzotāju starpniecību, tie MTO, kas savā mazumtirdzniecības tīklā izņem no tirdzniecības sarakstiem vai padara par neizdevīgiem mobilo tālruņus, kuros ir ietverti konkurējoši mobilie maki, norobežos tirgu tikai daļēji. Turklāt šādai stratēģijai būs augstas komerciālās izmaksas. Konkurenti varētu iesaistīties atbildes stratēģijās, kas padarītu konkurējošos mobilo maku pievilcīgus klientiem, tādējādi palielinot norobežošanas izmaksas.
- (125) Tādu mobilo tālruņu izņemšana no tirdzniecības sarakstiem, kuros ietverti konkurējoši mobilie maki, nozīmētu, ka šādi mobilie tālruņi vairs netiktu tirgoti tiešās mazumtirdzniecības kanālā, ko kontrolē ziņotājas puses. Tādu mobilo tālruņu padarīšana par neizdevīgiem, kuros ietverti konkurējoši mobilie maki, būtu mazāk stingrs norobežošanas veids, kura pamatā ir to subsīdiju samazināšana, ko izmaksā par šādiem mobilajiem tālruņiem ziņotāju pušu kontrolētajā tiešās mazumtirdzniecības kanālā.

(126) Lielākā daļa ar stimuliem saistīto argumentu, kas izklāstīti sadaļā, kurā apspriesta norobežošanas stratēģija, kā pamatā ir komerciāla spiediena izdarīšana uz OEM, lai tie neuzstāda vai bloķē iepriekš uzstādītu iegultu SE, ir piemērojami arī attiecībā uz komerciālās norobežošanas stratēģiju, kuras pamatā ir mobilo tālruņu padarīšana par neizdevīgiem vai izņemšana no tirdzniecības sarakstiem.

(127) Ņemot vērā minēto analīzi, Komisija secina, ka ir ļoti maz ticams, ka ziņotājām pusēm būtu spēja un stimuls iesaistīties kopējā norobežošanas stratēģijā, kuras pamatā ir mobilo tālruņu padarīšana par neizdevīgiem vai izņemšana no tirdzniecības sarakstiem.

Neatkarīgu mazumtirgotāju stimulēšana pārdot mobilos tālruņus, kuros nav ietverti konkurējoši mobilie maki, vai noteikt konkrētus noklusējuma iestatījumus, kas ir izdevīgi ziņotāju pušu mobilajam makam

(128) Komisija ir pārbaudījusi, vai ziņotājām pusēm būtu spēja un stimuls rosināt neatkarīgus mazumtirgotājus pārdot mobilos tālruņus, kuros nav ietverti konkurējoši mobilie maki, vai noteikt konkrētus noklusējuma iestatījumus, kas ir izdevīgi ziņotāju pušu mobilajam makam.

(129) Lai izmantotu piesardzīgu pieeju attiecībā uz komerciālās norobežošanas stratēģiju, kā pamatā ir neatkarīgu mazumtirgotāju stimulēšana pārdot mobilos tālruņus, kuros nav ietverti konkurējoši mobilie maki, vai noteikt konkrētus noklusējuma iestatījumus, kas ir izdevīgi ziņotāju pušu mobilajam makam, Komisija novērtē šo komerciālās norobežošanas stratēģiju apvienojumā ar vienu no trim stratēģijām, kas apspriestas iepriekš (ziņotāju pušu kontrolētā tiešās mazumtirdzniecības kanāla norobežošana).

(130) Atšķirībā no norobežošanas stratēģijām, kas vērstas uz tiešās mazumtirdzniecības kanālu, šajā gadījumā ziņotājām pusēm būtu ierobežotāka spēja komerciāli norobežot savus klientus, stimulējot neatkarīgus mazumtirgotājus. Lai gan ziņotājas puses varētu būt izdevīgā situācijā, lai stimulētu neatkarīgus mazumtirgotājus, jo tās jau piešķir tiem komisijas maksas un [...] subsidijas (lai gan tām acīmredzami ir tendence nebūt tieši saistītām ar mobilajiem tālruņiem), arī OEM un OS izstrādātāji piešķir selektīvas tirdzniecības subsidijas neatkarīgiem mazumtirgotājiem un varētu iesaistīties vienlaikus notiekošā atbildes stratēģijā, lai stimulētu tādu mobilo tālruņu pārdošanu brīvajā tirgū, kuros ir ietverts konkurējošs mobilais maks. Komisija uzskata, ka potenciāls mobilo maku tirgus jaunpienācējs varētu noslēgt ieņēmumu sadales vienošanās ar OEM, lai nodrošinātu, ka mobilie tālruņi tiek aprīkoti ar iegultiem SE. Domājot uz priekšu, nav saprotams, kāpēc ziņotājām pusēm būtu lielāks

stimuls nekā OEM vai OS nodrošinātājiem subsidēt īpašus mobilos tālruņus, lai norobežotu mobilo maku tirgu.

(131) Tāpēc, lai gan ziņotājām pusēm būtu noteikta komerciāla spēja stimulēt neatkarīgus mazumtirgotājus pārdot mobilos tālruņus, kuros nav ietverti konkurējoši mobilie maki, vai noteikt konkrētus noklusējuma iestatījumus, kas ir izdevīgi ziņotāju pušu mobilajam makam, šādas stratēģijas efektivitāti varētu būtiski ierobežot līdzīgas trešo personu atbildes stratēģijas.

(132) Daži no argumentiem, kas attiecas uz stimuliem un ir izklāstīti iepriekšējās sadaļās, kurās apspriestas pārējās komerciālās norobežošanas stratēģijas, ir spēkā arī attiecībā uz komerciālās norobežošanas stratēģiju, kā pamatā ir neatkarīgu mazumtirgotāju stimulēšana pārdot mobilos tālruņus, kuros nav ietverti konkurējoši mobilie maki, vai tādu konkrētu noklusējuma iestatījumu noteikšana, kas ir izdevīgi ziņotāju pušu mobilajam makam.

(133) Lai efektīvi norobežotu konkurējošus piedāvājumus netiešajā mazumtirdzniecības kanālā, ziņotājām pusēm būtu vajadzīgi ievērojami papildu izdevumi, lai tās varētu pārspēt OEM un OS nodrošinātāju piedāvājumus un tādējādi iegūtu neatkarīgu tālāk pārdevēju atbalstu. Tas savukārt ievērojami palielinātu norobežošanas izmaksas, arī šajā ziņā pastiprinot vienpusējus stimulus neiesaistīties šādā komerciālās norobežošanas stratēģijā. Tāpēc ir maz ticams, ka stratēģija, kā pamatā ir norobežošana, stimulējot mazumtirgotājus pārdot mobilos tālruņus, kuros nav ietverti konkurējoši mobilie maki, vai noteikt konkrētus noklusējuma iestatījumus, kas ir izdevīgi ziņotāju pušu mobilajiem makiem, izraisīs netiešās mazumtirdzniecības kanāla norobežošanu.

Ar bankām nesaistītu maksājumu risinājumu iespējama norobežošana

(134) Komisija uzskata, ka JV Co neko nemainītu attiecībā uz banku spēju un stimulu JV Co izveides rezultātā padarīt par neizdevīgām maksājumu sistēmas, kas nav saistītas ar bankas maksājumiem, ja salīdzina ar scenāriju, kurā katrs dalībnieks piedāvātu savu mobilo maku, jo bankas nav koncentrācijas darbībā iesaistītie dalībnieki.

(135) Visbeidzot, Komisija uzskata, ka ir ļoti maz ticams, ka bankas un MTO būtu saskaņojuši stimulus būtiski norobežot ar bankām nesaistītu maksājumu sistēmas.

Vispārējais secinājums

- (136) Komisija secina, ka ir maz ticams, ka ziņotājām pusēm ir spēja vai stimuls iesaistīties komerciālā norobežošanā.

Lielapjoma īsziņu pakalpojumi

- (137) *JV Co* arī aktīvi darbotos kā savācējs lielapjoma īsziņu mazumtirdzniecības tirgū, iepērkot zvanu ierosināšanas un savienojumu pabeigšanas pakalpojumus no MTO lielapjoma īsziņu pakalpojumu vairumtirdzniecības tirgū Apvienotajā Karalistē.

- (138) Lielapjoma īsziņu vairumtirdzniecības nākamā posma tirgus sastāv no diviem pamatelementiem – pirmkārt, ziņojuma piegādes no tā sūtītāja (tas ir, *JV Co* vai savācēja) uz mobilo tīklu, kura abonents ir paredzētais saņēmējs (mājas tīklu), un, otrkārt, ziņojuma nogādāšanas ar mājas tīkla starpniecību uz saņēmēja mobilo tālruni.

- (139) Lielapjoma īsziņu vairumtirdzniecību var veikt tikai MTO, un visi MTO Apvienotajā Karalistē šo pakalpojumu sniedz pēc konkurences principa. Savācēji parasti noslēdz līgumu ar vienu MTO par visu savu lielapjoma īsziņu piegādi neatkarīgi no individuālo ziņojumu saņēmēju mājas tīkla. MTO var piedāvāt šo pakalpojumu, kas ietver gan piegādi tīklā, gan piegādi ārpus tīkla, tāpēc ka starp tiem ir noslēgtas starpsavienojumu pamatvienošanās par īsziņu apmaiņu.

- (140) Savākšanai ir nepieciešams dators, kas aprīkots ar ziņojumu ierosināšanai paredzētu programmatūru, un pieslēgums vienam globāli pieslēgtam MTO, kas var novirzīt īsziņas uz jebkuru galamērķi, saskaņā ar starpsavienojumu pamatvienošanās, ko attiecīgais operators noslēdzis ar citiem MTO. Savācēji, kas rada konkrētam tīklam pietiekamu ziņojumu daudzumu, lai atmaksātos veiktie ieguldījumi, parasti noslēdz savas starpsavienojumu vienošanās ar individuāliem tīkliem par ziņojumu nosūtīšanu attiecīgā tīkla mobilajiem abonentiem un no šādiem abonentiem.

- (141) Komisija novērtēja, vai ziņotāju pušu kopējais stāvoklis lielapjoma īsziņu vairumtirdzniecības nākamā posma tirgū varētu izraisīt ievērojamu to lielapjoma īsziņu savācēju norobežošanu, kuri konkurē ar *JV Co* lielapjoma īsziņu mazumtirdzniecības tirgū, atsakoties izbeigt savienojumus lielapjoma īsziņām, kas tiek saņemtas no konkurējošiem savācējiem to attiecīgajos tīklos, vai nosakot augstākus savienojumu tarifus nekā *JV Co* konkurenti. Lielākā daļa respondentu uzskata, ka ziņotājas puses turpinātu nodrošināt tiem lielapjoma īsziņu savienojumu izbeigšanas pakalpojumus.

- (142) Ņemot vērā tirgus izpēti, Komisija uzskata, ka ir maz ticams, ka ziņotājām pusēm būtu spēja nošķirt lielapjoma

īsziņas, ko nosūta *JV Co*, no tām, kuras nosūta to konkurenti un kurām ir vajadzīga savienojumu izbeigšana to tīklos, tāpēc ziņotājas puses, visticamāk, neiesaistītos norobežošanā.

- (143) Turklāt būtu sarežģīti nodrošināt koordinētu norobežošanu. Proti, ņemot vērā pārredzamības trūkumu vairumtirdzniecības tirgū un strauji mainīgās tirgus daļas, ziņotājām pusēm būtu tikai ierobežota spēja panākt vienošanos par norobežošanas stratēģiju.

- (144) Secinājums ir tāds, ka koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei nevienā no tirgiem, kas saistīti ar *JV Co* īstenotajām darbībām attiecībā uz lielapjoma īsziņām.

4.3. Nehorizontālā ietekme – konglomerāta efekts

- (145) Komisija analizēja, cik lielu nozīmi konkurējošs M(V)TO piešķirtu savai spējai piedāvāt mobilo maku, lai tas joprojām būtu ticams konkurents mobilās telefonijas mazumtirdzniecības tirgū.

- (146) Lielākā daļa tirgus izpētē iesaistīto respondentu cer, ka vismaz īstermiņā mobilo maku klātbūtne patērētājiem nebūs galvenais izšķirošais faktors, izvēloties mobilo tālruni vai sarunu laika līgumu ar MTO.

- (147) Turklāt, pat ja spēja piedāvāt mobilo maku kļūtu par obligātu faktoru – kā to pārlicinoši apgalvo *Three UK*⁽³⁶⁾ –, ir ticams, ka *Three UK* būtu tādā situācijā, lai varētu piedāvāt patērētājiem savu mobilo maku, iespējams, sadarbojoties ar trešām personām, piemēram, *Google* vai finanšu iestādēm.

- (148) Pamatojoties uz iepriekš minēto, tiek secināts, ka *JV Co* izveides izraisītais konglomerāta efekts, visticamāk, neradītu bažas par ietekmi uz konkurenci.

4.4. Horizontālā ietekme

- (149) Komisija ir arī izvērtējusi, vai koncentrācijas darbība radīs bažas par horizontālu ietekmi uz konkurenci. Šajā sadaļā veiktais novērtējums ir iedalīts divās daļās, kas ir saistītas attiecīgi ar mobilā maka platformu vairumtirdzniecības tirgu un mobilās reklāmas un datu analītikas pakalpojumu sniegšanas tirgu. Apvienošanās vistiesākā ietekme būs konkurences izzušana starp uzņēmumiem, kas apvienojas.

⁽³⁶⁾ *Three UK* apgalvo, ka mobilā maka pieejamība kļūs par konkurences pamatfaktoru brīdī, kad patērētāji izlems par operatora piedāvāto tarifu plānu, jo mobilie tālruņi kļūs arvien daudzfunkcionālāki un mobilais maks būs nākamais solis jau pašlaik notiekošajā dabiskajā attīstībā, kļūstot par "higiēnas faktoru" tādā ziņā, ka tas būs mobilā tālruņa neatņemama sastāvdaļa tāpat kā kamera vai interneta pieslēgums.

Mobilā maka platformu un drošas glabāšanas pakalpojumu vairumtirdzniecība

(150) *JV Co* būs jaunpienācējs jaunajā mobilā maka platformu pakalpojumu vairumtirdzniecības tirgū. Ziņotājas puses šajā tirgū ir vai nu jaunpienācēji (piemēram, *Orange/Barclaycard Quicktap* produkts un *Telefónica O2* maks), vai arī potenciālie jaunpienācēji. Tās ir arī jaunpienācēji vai potenciālie jaunpienācēji iespējamā drošas glabāšanas pakalpojumu tirgū.

(151) Komisija ir pārbaudījusi šos šķēršļus iekļūšanai šajā jaunajā mobilā maka platformu pakalpojumu un drošas glabāšanas pakalpojumu tirgū. Vairākās valstīs jau ir izziņotas vairākas iniciatīvas. Vairākas iniciatīvas jau ir sāktas arī Apvienotajā Karalistē. Potenciālie jaunpienācēji ir bankas un finanšu iestādes, citi MTO/MVTO (jo īpaši *Three UK*) un tiešsaistes vai OTT tirgus dalībnieki, piemēram, *Google* un *PayPal*. Komisija uzskata, ka labvēlīgu tirgus apstākļu gadījumā tirgū varētu iesaistīties arī *Apple*. Papildus uz SIM bāzētam SE būtu arī pieejama piekļuve ieguldiem SE, kā arī SE, kas iekļauti papildu aparatūrā (uzlīmes, birkas). Kā aprakstīts iepriekš sadaļās par vertikālo ietekmi un konglomerāta efektu, ziņotājām pusēm nebūtu ne spēju, ne stimula būtiski norobežot jaunpienācējus šajā tirgū. Tas nozīmē, ka ziņotājas puses nespētu aizkavēt iesaistīšanos mobilo maku mazumtirdzniecības nākamā posma tirgū.

(152) Pamatojoties uz iepriekš minēto, Komisija secina, ka koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei, jo *JV Co* izjustu konkurenci no dažādiem citiem tirgus dalībniekiem. Tāpēc, pat ja koncentrācijas darbība likvidētu iespējamo konkurenci starp ziņotājām pusēm, maz ticams, ka tā būtiski kaitētu efektīvai konkurencei, jo tā nevarēs atturēt svarīgus uzņēmumus (piemēram, *Google*, *Apple*) no iesaistīšanās šajā jaunajā tirgū un efektīvas konkurences ar *JV Co*.

Datu analītikas pakalpojumi

(153) Pašlaik neviena no ziņotājām pusēm nav aktīvi iesaistīta datu analītikas pakalpojumu sniegšanā attiecībā uz tiešsaistes un bezsaistes reklāmas un darījumu pakalpojumiem. *JV Co* aktīvi darbosies datu analītikas pakalpojumu sniegšanā Apvienotajā Karalistē attiecībā uz tiešsaistes un bezsaistes reklāmu un darījumiem, sniedzot ziņojumu analītikas, uzņēmējdarbības attīstības analītikas un lojalitātes analītikas pakalpojumus.

(154) *JV Co* nodrošinās visu trīs datu analītikas pakalpojumu veidu elementus. Tomēr *JV Co* nenodrošinās datu analītikas programmatūru⁽³⁷⁾, bet sniegs noteiktus tīmekļa tendenču analītikas pakalpojumus, ko sniedz arī šie uzņēmumi. Līdzīgi *JV Co* nepārdos "tīrus" datus (kā to dara *BlueKai* vai *Experian*), bet tā vietā pārdos informāciju, kas radīta, izmantojot analītikas pakalpojumus.

(155) Tomēr informācija, kas pieejama *JV Co*, ir lielā mērā pieejama arī esošajiem un jaunajiem tirgus dalībniekiem, piemēram, *Google*, *Apple*, *Facebook*, karšu izsniedzējiem, informācijas aģentūrām vai mazumtirgotājiem⁽³⁸⁾. Turklāt pastāv arī citi veidi, kā sasniegt lielu patērētāju skaitu, piemēram, utilītu nodrošinātāji (gandrīz visi patērētāji izmanto utilītu nodrošinātājus). Ir arī atzīts, ka dažiem citiem uzņēmumiem, piemēram, *RIM*, būtu piekļuve līdzīgam datu apjomam mobilajos tālruņos kā *JV Co*.

(156) Komisija arī novērtēja, vai tad, ja nenotiktu koncentrācijas darbība, ziņotājas puses spētu sniegt (mobilo) datu analītikas pakalpojumus individuāli. Lielākā daļa respondentu uzskatīja, ka tas ir iespējams. Tomēr daudzi tirgus izpētē iesaistītie respondenti uzskata, ka lielāka efektivitāte ir tad, ja *JV Co* darbojas kā vienots kontaktpunkts, un ka ieguldījumi tikai šā viena pakalpojuma sniegšanā nebūtu pamatoti, jo datu analītika nav to pamatdarbība.

(157) Izvērtējusi visu pieejamo informāciju, Komisija secina, ka visos iespējamajos apakštīrgos *JV Co* patiešām varētu savākt ļoti plašu informāciju par patērētājiem, kas būtu ļoti noderīga tā (mobilo) datu analītikas pakalpojumiem un reklāmas pakalpojumiem. Tomēr arī daudzi citi ietekmīgi un vispārzināmi tirgus dalībnieki var piedāvāt līdzīgus risinājumus kā *JV Co*. Tāpēc citi reklāmas pakalpojumu sniedzēji, kas konkurē ar *JV Co*, nebūtu norobežoti no piekļuves svarīgiem izejmateriāliem, un *JV Co* izveidei nebūtu negatīvas ietekmes uz konkurenci (mobilo) datu analītikas tirgū, kā arī tirgus izpētes pakalpojumu vai tirgdarbības informācijas pakalpojumu tirgū. Tādējādi jautājums par to, vai ziņotājas puses būtu varējušas iesaistīties tirgū individuāli, ja nebūtu koncentrācijas darbības, var palikt neatbildēts.

(158) Ņemot vērā iepriekš minēto, koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei nevienā no iespējamajiem tirgiem, kas saistīti ar *JV Co* datu analītikas darbībām.

⁽³⁷⁾ [...]*

⁽³⁸⁾ Norobežošanas neesība darījuma darbībās arī palīdz nodrošināt to, ka šie uzņēmumi būs tādā situācijā, lai savāktu attiecīgos datus pēc koncentrācijas darbības.

Reklāmas pakalpojumi

- (159) *JV Co* darbosies kā reklāmas starpnieks, piedāvājot dažādus reklāmas pakalpojumus, tostarp ar meklēšanu nesaistītu reklāmu (izmantojot MTO vai MVTO, kas piedalās *JV Co*, un trešo personu inventāru), pašpiegādes īsziņas, inteligentās lielapjoma īsziņas un ziņojumus, ko nosūta pēc pieprasījuma (kuponus un vaučerus).
- (160) Komisija novērtēja *JV Co* izveides ietekmi uz mobilās reklāmas starpniecības pakalpojumu tirgu un visiem iespējamiem apakštirgiem. Daudzi pakalpojumi joprojām ir jauni, pat ja analītiķi tuvākajā nākotnē paredz ievērojamu attīstību⁽³⁹⁾.
- (161) Neviens no ziņotājām pusēm pašlaik nav atsevišķi iesaistījies nekādu digitālās reklāmas starpniecības pakalpojumu sniegšanā. Tās visas pašlaik aktīvi darbojas tikai ar sava inventāra pārdošanu ļoti ierobežotā apjomā.
- (162) Komisija uzskata, ka vispārējā mobilās reklāmas tirgū *JV Co* būtu ietekmīgi globāli konkurenti, piemēram, *Google* (*DoubleClick*, *AdMob*, *Admeld*), *Apple* (*Quattro Wireless/iAd*), *Yahoo!* (*Blue Lithium* un *RightMedia*), *Microsoft* (*Screentonic*, *aQuantive*), *AOL* (*AOL Advertising*), *WPP* (*24/7 RealMedia*), vai neatkarīgi mobilo reklāmu tīkli, piemēram, *Millennial Media*. Šādā tirgū *JV Co* darbotos kā alternatīva šiem vispārzināmajiem tirgus dalībniekiem.
- (163) Komisija novērtēja, vai šaurākajā mērķtiecīgās tirgdarbības ziņojumapmaiņas tirgū, jo īpaši iespējamās inteligento lielapjoma īsziņu un pašpiegādes īsziņu apakštirgos, *JV Co* kļūtu par ietekmīgu tirgus dalībnieku, kam ir piekļuve ziņotāju pušu galapatērētājiem, lai varētu nosūtīt tiem mērķtiecīgās tirgdarbības ziņojumus.
- (164) Mērķtiecīgās tirgdarbības ziņojumapmaiņas (jo īpaši pašpiegādes īsziņu un inteligento lielapjoma īsziņu) tirgus pašlaik ir nenozīmīgs, salīdzinot ar mobilās reklāmas tirgu. Turklāt *JV Co* spēja nodrošināt mērķtiecīgus īsziņu pakalpojumus nebūtu unikāla, jo tirgū ir dažādi dalībnieki (piemēram, *Apple* vai *Google*)⁽⁴⁰⁾, kuru rīcībā arī ir to klientu (lielākās to daļas) mobilo tālrunu numuri apvienojumā ar citu informāciju par klientiem un kuri varētu vienkārši radīt līdzīgu pakalpojumu vai sniegt prasītos datus trešām personām⁽⁴¹⁾. Arī citi tirgus dalībnieki, piemēram, kredītkaršu izsniedzēji, maksājumu sistēmas, mazumtirgotāji un kredītinformācijas aģentūras, iespējams, savstarpēji apvienojoties dažādās kombinācijās, varētu radīt piedāvājumus vai sniegt datus trešām personām.
- (165) Turklāt jānorāda, ka pat tad, ja piemēro visšaurāko iespējamo tirgus definīciju, kas ietver tikai pašpiegādes īsziņas un inteligentās lielapjoma īsziņas, *JV Co*, visticamāk, pietiekami ierobežos citi alternatīvi ziņojumapmaiņas veidi, piemēram, IP pašpiegādes paziņojumi vai e-pasta ziņojumapmaiņa.
- (166) Komisija secina, ka koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei nevienā no iespējamiem konkrētajiem tirgiem, kas saistīti ar *JV Co* reklāmas pakalpojumiem.

Koordinācija mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgū

- (167) Komisija arī analizēja saskaņā ar Apvienošanās regulas 2. panta 4. punktu, vai *JV Co* radītu koordinācijas iespējas starp ziņotājām pusēm mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgū; tas ir jāizvērtē saskaņā ar LESD 101. panta 1. un 3. punktā noteiktajiem kritērijiem. Konkurences ierobežojumu saskaņā ar LESD 101. panta 1. punktu konstatē, ja mātesuzņēmumu konkurences uzvedības koordinācija ir iespējama un novērtējama un ir kopuzņēmuma izveides rezultāts⁽⁴²⁾.
- (168) Visas trīs ziņotājas puses aktīvi darbojas un turpinās darboties mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgū Apvienotajā Karalistē, kas ir *JV Co* darbības tirgum blakusesošs tirgus.
- (169) Tomēr ir maz ticams, ka *JV Co* izveide ietekmēs kādu no konkurences pamatfaktoriem mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgū, piemēram, dažādu mobilo tālrunu pieejamību vai ieskaitīto minūšu skaitu, datu apjomu vai teksta īsziņas.
- (170) Komisija secina, ka ziņotājām pusēm nebūtu praktisku koordinācijas iespēju mobilās telefonijas pakalpojumu mazumtirdzniecības tirgū ar *JV Co* starpniecību.

V. PRODUKTIVITĀTES PIEAUGUMS

- (171) Koncentrācijas darbības vispārējās sekas ietekmēs arī iespējamais produktivitātes pieaugums, ko radīs koncentrācijas darbība. Lai gan pret konkurenci vērstas sekas nepastāv neatkarīgi no produktivitātes pieauguma, šāds pieaugums ir daļa no vispārējā ietekmes uz konkurenci novērtējuma.

⁽³⁹⁾ *Ofcom* 2011. gada augusta ziņojums, 201.–202. lpp.

⁽⁴⁰⁾ Ziņotājas puses uzsver, ka, piemēram, *Apple* un *Google*, vāc mobilo tālrunu numurus, kad klienti izveido savu identitāti *iTunes* vai *Google Play* programmās.

⁽⁴¹⁾ Pēc citu tirgus dalībnieku teiktā Komisija saprot, ka *Apple* un *Google* pašlaik šāda veida datus nepārdod tieši.

⁽⁴²⁾ Sk. Komisijas 1998. gada 27. maija lēmumu lietā IV/JV. 1 – *Telia/Telenor/Schibsted*, 28. punktu.

(172) Ziņotājas puses nav iesniegušas sīki izstrādātu analīzi, kas pierādītu, ka jebkurš šāds produktivitātes pieaugums atbilst Horizontālās apvienošanās pamatnostādņu kritērijiem, proti, ka to nevarētu sasniegt, izmantojot pret konkurenci mazāk vērstas alternatīvas.

(173) Tomēr nav vajadzības precīzi novērtēt šāda iespējamā produktivitātes pieauguma apjomu, ņemot vērā, ka koncentrācijas darbībai nav pret konkurenci vērstu seku neatkarīgi no produktivitātes pieauguma.

VI. VISPĀRĒJAIS SECINĀJUMS SAISTĪBĀ AR IETEKMES UZ KONKURENCI NOVĒRTĒJUMU KONKRĒTAJOS TIRGOS

(174) M-komercija ir jauna nozare, kurā iesaistās daudzas ieinteresētās personas un rodas vairākas jaunas tehnoloģijas. JV Co, visticamāk, nebūs ne tehniskās vai komerciālās spējas, ne stimula būtiski norobežot konkurentu iesaistīšanos tirgū vai kavēt to darbības paplašināšanos attiecībā uz mobilā maka platformu pakalpojumu, reklāmas pakalpojumu vai datu analītikas pakalpojumu vairumtirdzniecību vai mazumtirdzniecību.

(175) Pietiekams skaits konkurentu jau iesaistās tirgū vai, visticamāk, iesaistīsies tuvākajā nākotnē. Daži no šiem konkurentiem ir uzņēmumi ar būtisku ietekmi tirgū, klientu

bāzi un kompetenci savā jomā. Starp tiem ir finanšu pakalpojumu sniedzēji, interneta un OTT nodrošinātāji, tirgus dalībnieki, kas jau aktīvi darbojas tiešsaistes maksājumu jomā, un citi M(V)TO. Komisija uzskata, ka koncentrācijas darbība nevar radīt būtiskus šķēršļus ienākšanai tirgū, piemēram, vairāk sarežģījot potenciālajiem tirgus jaunpienācējiem iespējas iegūt vajadzīgos izejmateriālus. Tāpēc Komisija secina, ka pat tad, ja ziņotājas puses nesāks darboties individuāli kā faktiski konkurenti JV Co dēļ, joprojām būs pietiekami daudz citu konkurentu, kas nodrošinās pietiekamu konkurences spiedienu pēc koncentrācijas darbības īstenošanas. Līdzīgi Komisija secina, ka JV Co, visticamāk, nevarēs apspiest inovāciju; m-komercijas tirgum, visticamāk, arī turpmāk būs raksturīga jaunu iniciatīvu veidošanās un dažādu iespējamu komerciālu un tehnisku norišu attīstība turpmākajos gados.

(176) Komisija secina, ka koncentrācijas darbība, visticamāk, būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei Apvienošanās regulas 2. panta 2. punkta izpratnē nevienā no konkrētajiem tirgiem vai iespējamiem apakštirgiem.

(177) Tāpēc koncentrācijas darbība ir atzīstama par saderīgu ar iekšējo tirgu un Līguma par Eiropas Ekonomikas zonu darbību atbilstoši Apvienošanās regulas 8. panta 1. punktam un EEZ līguma 57. pantam.

KOMISIJAS LĒMUMS

(2013. gada 6. marts),

ar ko groza Komisijas 2010. gada 6. oktobra Lēmumu, ar ko izveido ekspertu grupu Eiropas navigācijas satelītsistēmu mērķu tālākvirzības jautājumos – “Mērķu tālākvirzības padomdevēja grupa”

(Dokuments attiecas uz EEZ)

(2013/C 66/05)

EIROPAS KOMISIJA,

ņemot vērā Līgumu par Eiropas Savienības darbību,

tā kā:

- (1) Ar Komisijas 2010. gada 6. oktobra Lēmumu izveidoja ekspertu grupu Eiropas navigācijas satelītsistēmu mērķu tālākvirzības jautājumos – “Mērķu tālākvirzības padomdevēja grupa”⁽¹⁾ (turpmāk “grupa”), lai sniegtu Komisijai neatkarīgas konsultācijas EGNOS un Galileo mērķu tālākvirzības jautājumos.
- (2) Izveidojot grupu, Komisija nolēma, ka tās sastāvā vajadzētu būt personām, kuras ieceļ amatā privātpersonas statusā.
- (3) Saskaņā ar Komisijas noteikumiem par ekspertu grupām⁽²⁾ dalībniekiem, kurus ieceļ amatā privātpersonas statusā, jādarbojas neatkarīgi un sabiedrības interesēs.
- (4) Daži grupas dalībnieki, kurus iecēla Komisija⁽³⁾, ir to privātuzņēmumu darbinieki un vadītāji, uz kuriem tieši attiecas grupas darbs. Tādēļ šie darbinieku un vadītāju nevar darboties privātpersonas statusā; grupas darbā viņi var piedalīties kā ieinteresēto personu pārstāvji.
- (5) Ņemot vērā iepriekš minēto, grupas dalībniekiem vajadzētu būt personām, kuras ieceļ amatā privātpersonas statusā, personām, kas pārstāv ieinteresēto personu un organizāciju kopējās intereses. Atbilstīgi Komisijas noteikumiem par ekspertu grupām⁽⁴⁾ terminu “organizācijas” saprot plašā nozīmē, cita starpā attiecinot to uz uzņēmumiem, asociācijām, nevalstiskām organizācijām, arodbiedrībām, Savienības aģentūrām un struktūrām, kā arī starptautiskām organizācijām.
- (6) Tādēļ attiecīgi būtu jāgroza Komisijas 2010. gada 6. oktobra Lēmums, ar ko izveido ekspertu grupu Eiropas navigācijas satelītsistēmu mērķu tālākvirzības jautājumos – “Mērķu tālākvirzības padomdevēja grupa”,

IR PIENĒMUSI ŠO LĒMUMU.

1. pants

2010. gada 6. oktobra Lēmuma, ar ko izveido ekspertu grupu Eiropas navigācijas satelītsistēmu mērķu tālākvirzības jautājumos – “Mērķu tālākvirzības padomdevēja grupa”, 4. panta 2. un 3. punktu aizstāj ar šādiem:

“2. No visiem kandidātiem, kas atsaukušies uz uzaicinājumu iesniegt pieteikumus, Komisija ieceļ dalībniekus, izvēloties tos no speciālistiem, kuri ir kompetenti 2. pantā minētajās jomās, un organizācijām, kuras var pierādīt savu darbību šajās jomās.

3. Grupas dalībnieki ir:

- personas, kuras ieceļ amatā privātpersonas statusā,
- personas, kas pārstāv ieinteresēto personu kopējās intereses satelītnavigācijas jomā un nepārstāv kādu atsevišķu ieinteresēto personu, vai
- organizācijas šī vārdā plašā nozīmē, tostarp uzņēmumi, asociācijas, nevalstiskās organizācijas, arodbiedrības, Savienības aģentūras un struktūras, kā arī starptautiskās organizācijas. Organizācijas ieceļ savus pārstāvjus.”

2. pants

Šis lēmums stājas spēkā nākamajā dienā pēc tā publicēšanas Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī. To piemēro līdz 2014. gada 31. decembrim.

Briselē, 2013. gada 6. martā

Komisijas vārdā –
priekšsēdētāja vietnieks
Antonio TAJANI

(1) OV C 271, 7.10.2010., 2. lpp.

(2) C(2010) 7649 galīgā redakcija, 9. noteikums.

(3) C(2011) 3624 galīgā redakcija.

(4) C(2010) 7649 galīgā redakcija, 8. noteikums.

INFORMĀCIJA ATTIECĪBĀ UZ EIROPAS EKONOMIKAS ZONU

EBTA UZRAUDZĪBAS IESTĀDE

EBTA valstu paziņotā informācija par valsts atbalstu, kas piešķirts saskaņā ar EEZ līguma XV pielikuma 1.j punktā minēto tiesību aktu (Komisijas Regula (EK) Nr. 800/2008, kas atzīst noteiktas atbalsta kategorijas par saderīgām ar kopējo tirgu, piemērojot Līguma 87. un 88. pantu (vispārējā grupu atbrīvojuma regula))

(2013/C 66/06)

I DAĻA

Atbalsta Nr.	GBER 12/12/ENV	
EBTA valsts	Norvēģija	
Piešķirēja iestāde	Nosaukums	Muitas un akcīzes direktorāts (reģionālās muitas iestādes)
	Adrese	Postbox 8122 Dep 0032 Oslo NORWAY
	Tīmekļa vietne	http://www.toll.no
Atbalsta pasākuma nosaukums	Samazināts CO ₂ nodoklis par aviācijai paredzēto minerāleļļu, uz ko attiecas Eiropas emisiju tirdzniecības shēma	
Valsts līmeņa juridiskais pamats (atsauce uz attiecīgo valsts oficiālo publikāciju)	— Norvēģijas parlamenta ikgadējais lēmums par CO ₂ nodokli — 2001. gada 11. decembra Regula Nr. 1451 par akcīzes nodevām, 4-6-1. panta, 2. punkts	
Tīmekļa saite uz atbalsta pasākuma pilno tekstu	http://www.lovddata.no/for/sf/sv/fd-20121127-1217.html and http://www.lovddata.no/for/sf/fd/td-20011211-1451-029.html	
Pasākuma veids	Atbalsta shēma	Nodokļu samazinājums
Atbalsta ilgums	Atbalsta shēma	No 1.1.2012. līdz 31.12.2021.
Attiecīgā(-ās) tautsaimniecības nozare(-es)	Attiecas tikai uz konkrētām nozarēm – lūdzam norādīt saskaņā ar NACE 2. red.	51.10 Pasažieru aviopārvadājumi 51.21 Kravas aviopārvadājumi
Saņēmēja veids	MVU	Gan MVU, gan lielle uzņēmumi
	Lielie uzņēmumi	Gan MVU, gan lielle uzņēmumi
Budžets	Kopējais saskaņā ar shēmu iekļauto gada budžets	NOK 70 miljoni
Atbalsta instruments (5. pants)	Fiskāls pasākums	Nodokļu samazinājums

II DAĻA

Vispārējie mērķi (saraksts)	Mērķi (saraksts)	Atbalsta maksimālā intensitāte % vai atbalsta maksimālā summa NOK	MVU – piemaksas %
Atbalsts vides aizsardzībai (17.–25. pants)	Atbalsts dabas resursu nodokļu samazinājumu veidā (25. pants)	NOK 70 miljoni	

EBTA Uzraudzības iestādes paziņojums par pašreizējām valsts atbalsta atmaksāšanas procentu likmēm un atsauces/diskonta likmēm, ko trīs EBTA valstīm piemēro no 2013. gada 1. janvāra

(Publicēts saskaņā ar 10. pantu Iestādes 2004. gada 14. jūlija Lēmumā Nr. 195/04/COL (OV L 139, 25.5.2006., 37. lpp. un EEZ papildinājums Nr. 26/2006, 25.5.2006., 1. lpp.))

(2013/C 66/07)

Pamatlikmes aprēķina saskaņā ar nodaļu par atsauces un diskonta likmju noteikšanas metodi Iestādes Valsts atbalsta pamatnostādņēs, kurās grozījumi izdarīti ar Iestādes 2008. gada 17. decembra Lēmumu Nr. 788/08/COL. Lai aprēķinātu piemērojamo atsauces likmi, ir jāpieskaita piemērota rezerve saskaņā ar Valsts atbalsta pamatnostādņēm. Attiecībā uz diskonta likmi tas nozīmē, ka pamatlikmei ir attiecīgi jāpieskaita 100 bāzes punktu rezerve. Arī atgūšanas likmi parasti aprēķinās, pamatlikmei pieskaitot 100 bāzes punktus, kā tas paredzēts Iestādes 2008. gada 17. decembra Lēmumā Nr. 789/08/COL, ar kuru groza Iestādes 2004. gada 14. jūlija Lēmumu Nr. 195/04/COL (publicēts OV L 340, 22.12.2010., 1. lpp. un EEZ papildinājumā Nr. 72/2010, 22.12.2010., 1. lpp.). Pamatlikmes ir noteiktas šādi:

	Islande	Lihtenšteina	Norvēģija
1.1.2013.–	6,14	0,34	2,39

V

(Atzinumi)

JURIDISKAS PROCEDŪRAS

EBTA TIESA

EBTA Uzraudzības iestādes 2012. gada 4. decembrī iesniegtā prasība pret Lihtenšteinas Firstisti**(Lieta E-14/12)**

(2013/C 66/08)

EBTA Uzraudzības iestāde, kuru pārstāv *Xavier Lewis, Clémence Perrin un Catherine Howdle, Rue Belliard 35, 1040 Brussels, Belgium* 2012. gada 4. decembrī EBTA Tiesai iesniedza prasību pret Lihtenšteinas Firstisti.

EBTA Uzraudzības iestāde pieprasa, lai EBTA Tiesa pasludina, ka

- 1) paturot spēkā tiesību aktus, saskaņā ar kuriem Lihtenšteinā dzīvojošām un par pagaidu darba aģentūru atbildīgām personām ir pienākums sniegt garantiju 50 000 Šveices franku apmērā, turpretim garantija 100 000 Šveices franku apmērā jāsniedz personām, kas veic līdzīgas funkcijas, bet dzīvo ārpus Lihtenšteinas, un aģentūrām, kas vēlas sniegt pagaidu pārrobežu nodarbinātības pakalpojumus, Lihtenšteinas Firstiste (turpmāk – Lihtenšteina) nav izpildījusi saistības saskaņā ar Līguma par Eiropas Ekonomikas zonu 31. un 36. pantu;
- 2) Lihtenšteinas Firstiste sedz tiesāšanās izdevumus.

Juridiskā un faktiskā pamatinformācija un prasības juridiskais pamats.

- EBTA Uzraudzības iestāde norāda, ka Lihtenšteina nav ievērojusi EBTA Uzraudzības iestādes 2012. gada 25. janvārī sniegto argumentēto atzinumu par nespēju pildīt saistības saskaņā ar EEZ līguma 31. un 36. pantu pagaidu darba un nodarbinātības pakalpojumu jomā.
- Lihtenšteinas pasākumi ir izklāstīti 2000. gada 11. jūlija Regulas par darbā iekārtošanas un pagaidu nodarbinātības pakalpojumiem (*Verordnung vom 11. Juli 2000 zum Gesetz über die Arbeitsvermittlung und den Personalverleih*) 25. un 26. pantā.

EBTA Uzraudzības iestāde norāda, ka, īstenojot šos pasākumus, saskaņā ar Lihtenšteinas tiesību aktiem šajā valstī dzīvojošām un par pagaidu darba aģentūrām atbildīgām personām ir pienākums sniegt garantiju 50 000 Šveices franku apmērā. Saskaņā ar šiem pašiem tiesību aktiem pienākums sniegt garantiju 100 000 Šveices franku apmērā tiek uzlikts personām, kas sniedz pagaidu darba pakalpojumus un dzīvo ārpus Lihtenšteinas. Tāpat garantija 100 000 Šveices franku apmērā jāiemaksā pagaidu darba aģentūrām, kas ir dibinātas ārpus Lihtenšteinas un vēlas sniegt šādus pakalpojumus pārrobežu mērogā.

- EBTA Uzraudzības iestāde norāda, ka, paturot spēkā pašreizējos tiesību aktus, Lihtenšteina pārkāpj savas EEZ līguma 31. un 36. pantā paredzētās saistības.

EBTA Uzraudzības iestādes 2012. gada 30. novembra prasība pret Islandi**(Lieta E-12/12)**

(2013/C 66/09)

EBTA Uzraudzības iestāde, kuru pārstāv *Markus Schneider* un *Clémence Perrin*, 35, Rue Belliard, 1040 Brussels, Belgium 2012. gada 30. novembrī EBTA Tiesai iesniedza prasību pret Islandi.

EBTA Uzraudzības iestāde pieprasa, lai EBTA Tiesa:

- 1) pasludina, ka noteiktajā termiņā nepieņemot pasākumus vai nepaziņojot iestādei par pasākumiem, kuri jāsteno saskaņā ar Aktu, kas minēts Līguma par Eiropas Ekonomikas zonu XIX pielikuma 7.h punktā (Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 23. aprīļa Direktīva 2008/48/EK par patēriņa kredītlīgumiem un ar ko atceļ Direktīvu 87/102/EEK), kas pielāgots EEZ līgumam ar tā 1. protokolu, Islande nav izpildījusi saistības saskaņā ar šo Aktu un EEZ līguma 7. pantu, kā arī
- 2) piespriež Islandei segt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskā un faktiskā pamatinformācija un prasības juridiskais pamats.

- EBTA Uzraudzības iestāde norāda, ka saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 23. aprīļa Direktīvas 2008/48/EK (turpmāk – Direktīva) 27. pantu un EEZ līguma 7. pantu Islandei jāveic pasākumi, kas vajadzīgi Direktīvas īstenošanai, un jāpaziņo par šādiem pasākumiem EBTA Uzraudzības iestādei.
- EBTA Uzraudzības iestāde norāda, ka tā nav saņēmusi šādu informāciju no Islandes valdības, kā arī tās rīcībā nav nekādas citas informācijas, kas ļautu tai secināt, ka Direktīvas īstenošanai nepieciešamie pasākumi ir veikti.
- EBTA Uzraudzības iestāde norāda, ka Islande nav izpildījusi Direktīvas 27. pantā un EEZ līguma 7. pantā paredzētās saistības, noteiktajā termiņā nepieņemot pasākumus vai nepaziņojot iestādei par pasākumiem, kas vajadzīgi Direktīvas īstenošanai.

EBTA Uzraudzības iestādes 2012. gada 30. novembra prasība pret Islandi**(Lieta E-13/12)**

(2013/C 66/10)

EBTA Uzraudzības iestāde, kuru pārstāv *Xavier Lewis* un *Maria Moustakali*, *Rue Belliard 35, 1040 Brussels, Belgium*, 2012. gada 30. novembrī EBTA Tiesai iesniedza prasību pret Islandi.

EBTA Uzraudzības iestāde pieprasa, lai EBTA Tiesa:

- 1) pasludina, ka noteiktajā termiņā nepieņemot pasākumus vai nepaziņojot iestādei par pasākumiem, kuri jāīsteno saskaņā ar Aktu, kas minēts Līguma par Eiropas Ekonomikas zonu I pielikuma I nodaļas 7.1. daļas 10. punktā (Padomes 1990. gada 26. marta Direktīva 90/167/EEK, ar ko izklāsta nosacījumus, kuri Kopienā reglamentē ārstnieciskās dzīvnieku barības pagatavošanu, laišanu tirgū un lietošanu), kas pielāgots EEZ līgumam ar tā 1. protokolu, Islande nav izpildījusi saistības saskaņā ar šo Aktu un EEZ līguma 7. pantu; kā arī
- 2) piespiež Islandei segt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskā un faktiskā pamatinformācija un prasības juridiskais pamats.

- EBTA Uzraudzības iestāde norāda, ka saskaņā ar Padomes 1990. gada 26. marta Direktīvas 90/167/EEK (turpmāk – Direktīva) 15. pantu un EEZ līguma 7. pantu Islandei jāveic pasākumi, kas vajadzīgi Direktīvas īstenošanai, un jāpaziņo par šādiem pasākumiem EBTA Uzraudzības iestādei.
 - EBTA Uzraudzības iestāde norāda, ka tā nav saņēmusi šādu informāciju no Islandes valdības, kā arī tās rīcībā nav nekādas citas informācijas, kas ļautu tai secināt, ka Direktīvas īstenošanai nepieciešamie pasākumi ir veikti.
 - EBTA Uzraudzības iestāde norāda, ka Islande nav izpildījusi savas Direktīvas 15. pantā un EEZ līguma 7. pantā paredzētās saistības, noteiktajā termiņā nepieņemot pasākumus vai nepaziņojot iestādei par pasākumiem, kas vajadzīgi Direktīvas īstenošanai.
-

PROCEDŪRAS, KAS SAISTĪTAS AR KONKURENCES POLITIKAS ĪSTENOŠANU

EIROPAS KOMISIJA

Iepriekšējs paziņojums par koncentrāciju

(Lieta COMP/M.6869 – GM/Ispol)

Lieta, kas pretendē uz vienkāršotu procedūru

(Dokuments attiecas uz EEZ)

(2013/C 66/11)

1. Komisija 2013. gada 1. martā saņēma paziņojumu par ierosinātu koncentrāciju, ievērojot Padomes Regulas (EK) Nr. 139/2004⁽¹⁾ 4. pantu, kuras rezultātā uzņēmums *General Motors Europe Holdings S.L.* ("GMEH", Spānija), kas pieder grupai *General Motors Company* ("GM", ASV), iegūst Apvienotās regulas 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē kontroli pār visu uzņēmumu *Ispol Holding BV G* ("Ispol", Nīderlande), iegādājoties akcijas.

2. Attiecīgie uzņēmumi veic šādu uzņēmējdarbību:

— GM: pasažieru automobiļu un vieglo kravas transportlīdzekļu ražošana un pārdošana visā pasaulē,

— Ispol: automobiļu dīzeļmotoru ražošana un pārdošana.

3. Iepriekšējā pārbaudē Komisija konstatē, ka uz paziņoto darījumu, iespējams, attiecas EK Apvienotās regulas darbības joma. Tomēr galīgais lēmums šajā jautājumā netiek pieņemts. Ievērojot Komisijas paziņojumu par vienkāršotu procedūru noteiktu koncentrācijas procesu izskatīšanai saskaņā ar EK Apvienotās regulu⁽²⁾, jānorāda, ka šī lieta ir nododama izskatīšanai atbilstoši paziņojumā paredzētajai procedūrai.

4. Komisija aicina ieinteresētās trešās personas iesniegt tai savus iespējamus novērojumus par ierosināto darbību.

Novērojumiem jānonāk Komisijā ne vēlāk kā 10 dienas pēc šīs publikācijas datuma. Novērojumus Komisijai var nosūtīt pa faksu (+32 22964301), pa e-pastu uz adresi COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu vai pa pastu ar atsauces numuru COMP/M.6869 – GM/Ispol uz šādu adresi:

European Commission
Directorate-General for Competition
Merger Registry
J-70
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

⁽¹⁾ OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp. ("EK Apvienotās regula").

⁽²⁾ OV C 56, 5.3.2005., 32. lpp. ("Paziņojums par vienkāršotu procedūru").

Abonementa cenas 2013. gadā (bez PVN, ieskaitot sūtīšanas izdevumus)

ES Oficiālais Vēstnesis, L un C sērija, tikai papīra formātā	22 oficiālajās ES valodās	EUR 1 300 gadā
ES Oficiālais Vēstnesis, L un C sērija, papīra formātā + DVD, ikgadējs	22 oficiālajās ES valodās	EUR 1 420 gadā
ES Oficiālais Vēstnesis, L sērija, tikai papīra formātā	22 oficiālajās ES valodās	EUR 910 gadā
ES Oficiālais Vēstnesis, L un C sērija, DVD, ikmēneša (apkopojošs)	22 oficiālajās ES valodās	EUR 100 gadā
ES Oficiālā Vēstneša pielikums (S sērija) – Publiskā iepirkuma līgumu konkursi, DVD, viens izdevums nedēļā	daudzvalodu: 23 oficiālajās ES valodās	EUR 200 gadā
ES Oficiālais Vēstnesis, C sērija – Konkursi	valodā(-ās) saskaņā ar konkursu(-iem)	EUR 50 gadā

Eiropas Savienības Oficiālā Vēstneša, kas iznāk oficiālajās Eiropas Savienības valodās, abonements ir pieejams 22 valodās. Tajā ir L sērija ("Tiesību akti") un C sērija ("Paziņojumi un informācija").

Katrai valodas versijai nepieciešams atsevišķs abonements.

Saskaņā ar Padomes Regulu (EK) Nr. 920/2005, kas publicēta 2005. gada 18. jūnijā *Oficiālajā Vēstnesī* L 156, Eiropas Savienības iestādes uz zināmu laiku nesaista pienākums visus tiesību aktus sagatavot īru valodā un tos publicēt šajā valodā. Tādēļ *Oficiālā Vēstneša* izdevumus īru valodā var iegādāties atsevišķi.

Oficiālā Vēstneša pielikumu (S sērija – "Publiskā iepirkuma līgumu konkursi") var abonēt 23 oficiālo valodu versijās vienā daudzvalodu DVD formātā.

Eiropas Savienības Oficiālā Vēstneša abonentiem ir tiesības saņemt dažādus *Oficiālā Vēstneša* pielikumus bez papildu samaksas. Abonentus informē par pielikumiem ar *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī* iekļautiem paziņojumiem lasītājiem.

Pārdošana un abonementi

Dažādus maksas periodiskos izdevumus, tādus kā *Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis*, var abonēt pie mūsu komerciālajiem izplatītājiem. To saraksts ir pieejams šādā tīmekļa vietnē:

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

EUR-Lex (<http://eur-lex.europa.eu>) piedāvā tiešu bezmaksas piekļuvi Eiropas Savienības tiesību aktiem. Šajā vietnē iespējams iepazīties ar *Eiropas Savienības Oficiālo Vēstnesi*, un tajā ir iekļauti arī līgumi, tiesību akti, tiesu prakse un sagatavošanā esošie tiesību akti.

Lai uzzinātu vairāk par Eiropas Savienību, skatīt: <http://europa.eu>



Eiropas Savienības Publikāciju birojs
2985 Luksemburga
LUKSEMBURGA

LV