

COMISIE

DECIZIA COMISIEI

din 19 decembrie 2008

privind scutirea anumitor servicii din sectorul poștal din Suedia de la aplicarea Directivei 2004/17/CE a Parlamentului European și a Consiliului de coordonare a procedurilor de atribuire a contractelor de achiziții în sectoarele apei, energiei, transporturilor și serviciilor poștale

[notificată cu numărul C(2008) 8409]

(Numai textul în limba suedeză este autentic)

(Text cu relevanță pentru SEE)

(2009/46/CE)

COMISIA COMUNITĂȚILOR EUROPENE,

având în vedere Tratatul de instituire a Comunității Europene,

având în vedere Directiva 2004/17/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 31 martie 2004 de coordonare a procedurilor de atribuire a contractelor de achiziții în sectoarele apei, energiei, transporturilor și serviciilor poștale ⁽¹⁾, în special articolul 30 alineatele (4) și (6),

având în vedere cererea prezentată prin e-mail de Posten AB Sweden (denumită în continuare „poșta suedeză”) la 19 iunie 2008,

după consultarea Comitetului consultativ pentru contracte de achiziții publice,

întrucât:

I. FAPTE

- (1) La 19 iunie 2008, poșta suedeză a transmis Comisiei, prin e-mail, o solicitare în temeiul articolului 30 alineatul (5) din Directiva 2004/17/CE. În conformitate cu articolul 30 alineatul (5) primul paragraf, Comisia a informat autoritățile suedeze printr-o scrisoare datată 25 iunie 2008 la care autoritățile suedeze, în urma unei cereri de prelungire a termenului limită, au răspuns prin e-mail la 2 septembrie 2008. Printr-un e-mail datat 30 iulie 2008, Comisia a solicitat, de asemenea, informații suplimentare poștei suedeze, informații care au fost transmise prin e-mail la 15 august 2008.
- (2) Cererea prezentată de poșta suedeză se referă la anumite servicii poștale, precum și la anumite servicii, altele decât cele poștale, în Suedia. Serviciile descrise în cerere sunt următoarele:

(a) serviciile de expediere a corespondenței adresate de primă categorie [de la particular la particular (P-P), de la particular la întreprindere (P-Î), de la întreprindere la întreprindere (Î-Î) și de la întreprindere la particular (Î-P)], atât interne, cât și internaționale; în această categorie se includ și distribuirea prioritară a ziarelor și serviciile expres;

(b) serviciile de expediere a scrisorilor neprioritare, inclusiv așa-numitele servicii „e-brev”, distribuția ziarelor neprioritare și a trimiterilor publicitare adresate. E-brev este un serviciu prin care clientul trimite documente pe suport electronic, după care acestea sunt transformate în scrisori fizice printr-un serviciu de imprimare și punere în plic, trimise apoi printr-un serviciu de expediere; în cadrul acestei categorii se fac diferențieri suplimentare în funcție de modul de procesare și de tarife. Prin urmare, există o diferență fundamentală între trimiterile individuale și trimiterile mari triate (numite și expedieri masive pre-triate). În cazul acestei ultime categorii se mai face o diferențiere în funcție de zona geografică în care este oferit acest serviciu, adică între expedierile masive triate în zonele metropolitane ⁽²⁾ și expedierile masive triate în restul Suediei. O consecință deosebit de importantă a acestei diferențieri este faptul că tarifele diferă în funcție de locul unde sunt prestate serviciile, iar aceste diferențe de tarif sunt substanțiale ⁽³⁾. Prin urmare, în sensul prezentei decizii, vor fi examinate trei servicii diferite, și anume:

— serviciile de expediere a corespondenței neprioritare în general, adică toate serviciile de expediere a corespondenței neprioritare descrise anterior, cu excepția:

⁽²⁾ Este vorba despre zonele care corespund anumitor coduri poștale și care aparțin de marile orașe și de împrejurimile lor, cum ar fi Stockholm, Göteborg, Malmö și Västerås.

⁽³⁾ În medie 0,40 SEK – în comparație, tariful unei scrisori neprioritare de până la 20 g (expediere individuală) este de 4,0 SEK, iar tariful scrisorilor prioritare în trimiteri mari triate în afara zonelor metropolitane este de 2,84 SEK. Prețul în zonele metropolitane este, în medie, cu 16,39 % mai mic pentru scrisorile neprioritare din trimiterile mari triate.

⁽¹⁾ JO L 134, 30.4.2004, p. 1.

- trimiterilor mari triate neprioritare din zonele metropolitane și a
- trimiterilor mari triate neprioritare din restul Suediei;
- (c) serviciile de trimiteri publicitare neadresate;
- (d) serviciile interne de colectare de la întreprindere la întreprindere;
- (e) serviciile interne de colectare de la întreprindere la particular;
- (f) serviciile interne de colectare standard pentru particulari (P-P și P-Î);
- (g) serviciile interne de colectare expres și prin curier;
- (h) serviciile internaționale de colectare (Î-Î, Î-P, P-Î, P-P), adică servicii legate de coletele provenind din afara Suediei și de coletele care trebuie livrate în afara Suediei;
- (i) serviciile interne de transport al paletelor (denumite și servicii pentru bunuri ușoare, mai bine zis servicii relative la bunuri care cântăresc până la aproximativ 1 000 kg);
- (j) serviciile filatelice;
- (k) serviciile 3PL (3th party logistics) și 4PL (4th party logistics), care includ importul, depozitarea și distribuirea, precum și gestionarea, controlul și dezvoltarea fluxurilor de mărfuri ale clienților;
- (l) externalizarea serviciilor interne de birou. Aceasta este descrisă în felul următor în cerere: „*Postservice* implică faptul că procedurile interne de gestionare a corespondenței unei societăți sunt gestionate de o entitate din exterior pentru a elibera resursele interne și a mări eficiența societății. *Postservice* face parte din piața de externalizare a serviciilor interne de birou, care include o serie de alte servicii. Pe această piață activează numeroase societăți, iar oferta lor este diversificată. Serviciile sunt grupate în mod diferit și uneori includ majoritatea serviciilor care pot fi considerate servicii poștale, în timp ce, în alte cazuri, doar câteva servicii sunt incluse iar accentul este pus, de exemplu, pe serviciile de curățenie”.
- (3) În cerere se menționează și un serviciu care constă în furnizarea de căsuțe poștale, dar se concluzionează, în mod corect, că acesta este un serviciu auxiliar care trebuie considerat ca făcând parte din acordarea accesului la infrastructura poștală. Prin urmare, acesta nu poate face obiectul unei decizii autonome în conformitate cu articolul 30.
- (4) Cererea este însoțită de concluziile autorității naționale independente Konkurrensverket ⁽¹⁾ (autoritatea suedeză în domeniul concurenței) ale cărei principale observații și concluzii sunt următoarele: „Konkurrensverket nu are nicio obiecție majoră față de modul în care [Poșta suedeză] a delimitat piețele în cauză (...) Descrierea unei concurențe existente, în creștere, între [poșta suedeză] și noi societăți din sectorul poștal este corectă și se aplică în special zonelor mai dens populate. (...) Suedia este însă o țară cu o densitate mică a populației, cu zone geografice mari în care, în momentul de față și probabil și în viitorul apropiat, noile societăți nu vor fi interesate să se stabilească [adică să furnizeze servicii poștale]. Acest lucru înseamnă că [poșta suedeză] va fi și în viitor singurul actor de pe piață sau, cel puțin, va avea o poziție foarte puternică pe anumite segmente ale pieței serviciilor poștale suedeze. (...) În concluzie, Konkurrensverket consideră că cererea [poștei suedeze] în conformitate cu articolul 30 din Directiva 2004/17/CE privind utilitățile publice îndeplinește condițiile pentru acordarea unei derogări pentru piețele menționate [în respectiva cerere]. (...)”

II. CADRUL JURIDIC

- (5) Articolul 30 din Directiva 2004/17/CE prevede că nu fac obiectul respectivei directive contractele destinate să permită desfășurarea unei activități care intră sub incidența Directivei 2004/17/CE în cazul în care, în statul membru în care se desfășoară, activitatea este expusă direct concurenței pe piețe la care accesul nu este restricționat. Expunerea directă la concurență este evaluată pe baza unor criterii obiective, ținând seama de caracteristicile specifice ale sectorului în cauză. Accesul este considerat nerestricționat în cazul în care statul membru a implementat și a aplicat legislația comunitară relevantă privind deschiderea parțială sau totală a unui anumit sector.

⁽¹⁾ Nota din 28.2.2008, Dnr 656/2007.

- (6) Din moment ce Suedia a implementat și a aplicat Directiva 97/67/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 15 decembrie 1997 privind normele comune pentru dezvoltarea pieței interne a serviciilor poștale ale Comunității și îmbunătățirea calității serviciului ⁽¹⁾, fără a utiliza posibilitatea de a rezerva anumite servicii poștale în conformitate cu articolul 7, accesul la piață trebuie considerat nerestricționat în conformitate cu articolul 30 alineatul (3) primul paragraf din Directiva 2004/17/CE. Expunerea directă la concurență pe o anumită piață trebuie evaluată pe baza mai multor criterii, niciunul dintre acestea nefiind, în sine, hotărâtor.
- (7) În ceea ce privește piețele vizate de prezenta decizie, cota principalilor actori pe o anumită piață este un criteriu care trebuie luat în considerare. Un alt criteriu este gradul de concentrare de pe aceste piețe. Deoarece condițiile variază în funcție de diferitele activități care fac obiectul prezentei decizii, examinarea situației concurenței trebuie să ia în considerare diferitele situații de pe diferitele piețe.
- (8) Cu toate că, în anumite cazuri, s-ar putea avea în vedere definiții mai limitative ale pieței, definiția precisă a pieței în acest caz poate fi lăsată deschisă pentru prezenta decizie, în ceea ce privește mai multe servicii enumerate în cererea prezentată de poșta suedeză, în măsura în care rezultatul analizei rămâne același, indiferent dacă e bazat pe o definiție limitativă sau mai largă.
- (9) Prezenta decizie nu aduce atingere aplicării regulilor în materie de concurență.

III. EVALUARE

Servicii cărora nu li se aplică articolul 30 alineatul (1) din Directiva 2004/17/CE

Servicii de expediere a corespondenței adresate de primă categorie

- (10) În privința serviciilor de expediere a corespondenței adresate de primă categorie, poșta suedeză are o cotă de piață, care a rămas stabilă între 2005 și 2007, stabilindu-se la un nivel care depășește ușor [... %] ^(*), indiferent dacă cota este măsurată în funcție de valoare sau de volum ^(?). Conform poștei suedeze, acest nivel al cotei de piață nu ar fi foarte diferit chiar dacă s-ar examina separat fiecare segment posibil (P-P, P-Î, Î-P, Î-Î, intern și internațional, scrisori și ziare de primă categorie, expedieri individuale și grupate, expedieri triate și netriate, trimiteri mici și mari, zona metropolitană și restul Suediei ...) ⁽³⁾. Prin urmare, în cazul de

față, întrebarea în ce măsură aceste segmente fac parte din aceeași piață de produse poate fi lăsată deschisă. Însă, conform poștei suedeze, piața relevantă în raport cu care ar trebui evaluată cota sa de piață ar fi o piață mai mare „a mesajelor”, care, pe lângă scrisorile adresate din toate categoriile și de toate tipurile, ziare și periodice prioritare și neprioritare, precum și trimerile publicitare adresate, ar include și „toate alternativele electronice la distribuția fizică a expedierilor poștale. (...) Printre exemple se numără e-mail-ul, schimbul electronic de date (EDI), comunicarea prin intermediul site-urilor web (cu transmitere de informații, executare de tranzacții etc.), sistemele pentru întreprinderi (care generează aplicații de comunicare și servicii, cum ar fi facturarea electronică) și serviciile telefonice (sub formă de SMS și MMS).” Pe o piață astfel definită, poșta suedeză ar avea „o cotă limitată de piață”. Conform poștei suedeze, ar exista, de fapt, o presiune concurențială datorată posibilității de a înlocui serviciile legate de scrisorile tradiționale, pe hârtie, cu mijloace electronice de comunicare (precum e-mail-ul sau SMS-ul). În ceea ce privește înlocuirea scrisorilor tradiționale, trebuie remarcat faptul că, în conformitate cu regulile comunitare de concurență, acest aspect trebuie analizat, *inter alia*, pe baza caracteristicilor și prețurilor produselor, precum și a obstacolelor asociate cu trecerea la produse potențiale de substituție. Caracteristicile corespondenței pe hârtie se pare că diferă în mod semnificativ de cele ale comunicațiilor electronice în privința formei de comunicare, a consumului de timp și a preferințelor clienților. Există, de asemenea, obstacole importante în calea trecerii de la corespondența pe hârtie la corespondența electronică ⁽⁴⁾. Acest lucru atestă faptul că comunicațiile electronice fac parte dintr-o piață diferită de produse și, prin urmare, nu pot exercita o concurență directă asupra serviciilor poștei suedeze de expediere a corespondenței de primă categorie. În plus, principalul efect al creșterii utilizării corespondenței electronice ar fi mai degrabă reducerea considerabilă a dimensiunii globale a pieței corespondenței pe hârtie și nu deschiderea acesteia pentru concurență ⁽⁵⁾. Prin urmare, măsura în care există o expunere directă la concurență nu poate fi evaluată folosind drept referință „piața mesajelor”. În lipsa acesteia, poșta suedeză susține că piața relevantă ar fi o „piață pentru mesajele fizice adresate”, adică o piață unică acoperind toate formele și categoriile de scrisori (prioritare și neprioritare, expres și „normale”), trimerile publicitare adresate, ziarele și periodicele. Pe piața astfel definită, cota de piață a poștei suedeze este estimată a fi, în 2007, de [... %] în valoare și de [... %] în volum. În

⁽¹⁾ JO L 15, 21.1.1998, p. 14.

^(*) Informații confidențiale.

^(?) Măsurate în funcție de valoare cotele de piață au fost [... %] și, respectiv, [... %] pentru anii 2005, 2006 și 2007, în timp ce cotele de piață pentru aceiași ani măsurate în funcție de volum au fost de [... %].

⁽³⁾ A se vedea cererea, punctul 3.1, C, p. 25-26.

⁽⁴⁾ De exemplu, aproximativ o pătrime din gospodăriile suedeze nu sunt conectate la internet. Mai mult, „un pic mai mult de jumătate” din populația suedeză își plătește facturile pe internet, ceea ce înseamnă că aproape jumătate din populație nu face acest lucru.

⁽⁵⁾ A se vedea, de asemenea, concluziile în același sens expuse în considerentul 10 din Decizia 2007/564/CE a Comisiei din 6 august 2007 privind scutirea anumitor servicii din sectorul poștal din Finlanda, excluzând Insulele Åland, de la aplicarea Directivei 2004/17/CE a Parlamentului European și a Consiliului, de coordonare a procedurilor de atribuire a contractelor de achiziții în sectoarele apei, energiei, transporturilor și serviciilor poștale (JO L 215, 18.8.2007, p. 21).

afară de faptul că condițiile de tarifare sunt foarte diferite pentru diferitele tipuri de servicii în cauză, această cotă mare de piață înglobează pentru poșta suedeză cote de piață care variază între [...] % și [...] % în valoare și între [...] % și [...] % în volum, lucru incompatibil cu o piață unică. Prin urmare, piața serviciilor de expediere a corespondenței de primă categorie trebuie evaluată separat iar cotele poștei suedeze pe această piață sunt de așa natură încât, în absența unor indicații contrare, trebuie trasă concluzia că serviciile examinate în acest considerent, legate de expedierea corespondenței de primă categorie, nu sunt expuse în mod direct concurenței în Suedia. Prin urmare, articolul 30 alineatul (1) din Directiva 2004/17/CE nu se aplică contractelor destinate să permită desfășurarea respectivelor activități în Suedia.

Servicii de expediere a corespondenței neprioritare în general

- (11) În ceea ce privește serviciile de expediere a corespondenței neprioritare în general, așa cum sunt ele definite mai sus în considerentul 2 litera (b) prima liniuță, poșta suedeză are o cotă de piață estimată, în 2007 ⁽¹⁾, la [...] % în valoare, cel mai mare concurent deținând cota rămasă de [... %]. În acest context trebuie reamintită o jurisprudență constantă ⁽²⁾, în virtutea căreia „cotele foarte mari de piață constituie în sine, cu excepția unor circumstanțe excepționale, dovada existenței unei poziții dominante. Așa se întâmplă în cazul unei cote de piață de 50 %”. Având în vedere concentrarea mare ([...] %) de pe această piață și în absența unor indicatori contrari, trebuie concluzionat că în Suedia serviciile de expediere a corespondenței neprioritare în general nu sunt expuse în mod direct concurenței. Prin urmare, articolul 30 alineatul (1) din Directiva 2004/17/CE nu se aplică contractelor destinate să permită desfășurarea respectivei activități în Suedia.

Trimiteri mari triate neprioritare în restul Suediei

- (12) În ceea ce privește trimerile mari triate neprioritare în restul Suediei, așa cum sunt ele definite mai sus în considerentul 2 litera (b) a treia liniuță, în informațiile furnizate de poșta suedeză se precizează că „cotele de piață ale actorilor care oferă trimeri mari în afara zonelor metropolitane nu sunt măsurate separat, ci doar ca parte a tuturor celorlalte tipuri de corespondență

destinată acestor zone. Aceasta înseamnă că cotele de piață ale acestor actori sunt aproximativ egale cu cotele de piață ale actorilor care oferă expedieri de primă clasă, însemnând că cota de piață [a poștei suedeze] [este] de aproximativ [...] %.” Având în vedere concentrarea mare de pe această piață și în absența unor indicatori contrari, trebuie concluzionat că în Suedia trimerile mari triate neprioritare în restul țării nu sunt expuse în mod direct concurenței ⁽³⁾. Prin urmare, articolul 30 alineatul (1) din Directiva 2004/17/CE nu se aplică contractelor destinate să permită desfășurarea respectivei activități în Suedia.

Trimeri publicitate neadresate

- (13) În ceea ce privește trimerile publicitate neadresate care, în sensul prezentei decizii, înseamnă expedieri neadresate efectuate în scopuri publicitare, poșta suedeză deține o cotă de piață estimată la [...] % în valoare, în timp ce cel mai mare concurent al său deține [...] %, de asemenea în valoare. Însă, conform poștei suedeze, piața relevantă pentru evaluarea poziției sale pe piață ar fi o piață mai mare „a distribuției publicitare” care, pe lângă trimerile publicitate neadresate, ar cuprinde „și alte canale de distribuție a publicității, cum ar fi publicitatea din ziare, publicitatea la televizor și radio, publicitatea exterioară, publicitatea pe internet, sponsorizările etc.” Pe o piață astfel definită, cota de piață a poștei suedeze ar fi de aproximativ [...] % ⁽⁴⁾. Existența unei singure piețe vaste care să cuprindă publicitatea din diferitele medii a fost însă deja examinată și respinsă într-o decizie anterioară a Comisiei ⁽⁵⁾. Prin urmare, măsura în care există o expunere directă la concurență nu poate fi evaluată folosind drept referință „piața distribuției publicitare”. Piața trimerilor publicitate neadresate trebuie, așadar, examinată separat. Având în vedere concentrarea mare de pe această piață și ținând, de asemenea, cont de jurisprudența constantă menționată mai sus, la considerentul 11, și în absența unor indicatori contrari, trebuie concluzionat că în Suedia trimerile publicitate neadresate nu sunt expuse în mod direct concurenței. Prin urmare, articolul 30 alineatul (1) din Directiva 2004/17/CE nu se aplică contractelor destinate să permită desfășurarea respectivei activități în Suedia.

⁽¹⁾ 2005: [...] %, 2006: [...] %.

⁽²⁾ A se vedea punctul 328 din hotărârea Tribunalului de Primă Instanță (camera a treia) din 28 februarie 2002. Atlantic Container Line AB și alții/Comisia Comunităților Europene. Cauza T-395/94. Rapoartele Curții Europene 2002, II-00875.

⁽³⁾ Densitatea populației nu a fost considerată un factor important în luarea Deciziei 2007/564/CE privind Finlanda, unde densitatea populației – 17,4 locuitori/km² la 1.1.2007 – este mai mică decât în Suedia, 22,2 locuitori/km² la 1.1.2007.

⁽⁴⁾ Incluzând trimerile sale publicitate adresate, care, în cererea Suediei, sunt oricum considerate ca făcând parte din piața mesajelor fizice adresate, „luând în considerare, *inter alia*, diviziunea serviciilor poștale din directiva privind utilitățile publice.”

⁽⁵⁾ A se vedea punctul 11 din Decizia Comisiei din 8 aprilie 2005 (cazul nr. IV/M. 3648 – GRUNER + JAHR / MPS). Era vorba despre publicitatea în periodice, la televiziune, radio și pe internet. A se vedea în același sens punctul 15 din Decizia Comisiei din 24 ianuarie 2005 (cazul nr. IV/M.3579 – WPP/GREY), în care se indică, printre altele „...it rather appears that different media types are complementary rather than interchangeable, since different media can address different audiences in different ways”.

Servicii interne de colectare standard pentru particulari (P-P și P-Î)

- (14) Poșta suedeză estimează ca ar exista o singură piață numită „piața trimiterilor generale procesate de birourile de triere” pentru „distribuirea standardizată a coletelor, expedierea acestora și a paletelor în rețele naționale, regionale sau globale”, deoarece toate aceste activități ar avea ca numitor comun faptul că „birourile de triere pentru procesarea unor volume mari de mărfuri sunt o caracteristică principală a acestor rețele.” Pe o piață astfel definită, poșta suedeză ar avea o cotă de piață cuprinsă între [...] % și [...] %. Această cotă acoperă însă cote de piață foarte diferite, care variază de la [...] % în valoare pentru serviciile interne de colectare expres la [...] % în valoare pentru serviciile interne de colectare standard pentru particulari. Asemenea diferențe nu sunt compatibile cu o piață unică. Serviciile interne de colectare standard pentru particulari trebuie, prin urmare, examinate separat, având în vedere că ele răspund unor nevoi diferite (servicii poștale universale) legate de coletele comerciale, caz în care mijloacele tehnice utilizate pentru furnizarea acestui serviciu diferă de obicei în mod semnificativ. În ceea ce privește aceste servicii, poziția poștei suedeze este destul de puternică cu o cotă de piață care a rămas stabilă la [...] % în valoare⁽¹⁾, în perioada 2005-2007. Deși lucrurile pot evolua în următorii ani ca urmare a intrării pe piață a doi concurenți noi la sfârșitul anului 2007, trebuie concluzionat că categoria de servicii examinate nu este expusă în mod direct concurenței în Suedia. Prin urmare, articolul 30 alineatul (1) din Directiva 2004/17/CE nu se aplică contractelor destinate să permită desfășurarea respectivelor activități în Suedia.

Externalizarea serviciilor interne de birou

- (15) Conform informațiilor transmise de poșta suedeză, ar exista o singură piață pentru externalizarea serviciilor interne de birou. Conform explicațiilor de la considerentul 2 litera (l), această piață ar acoperi diferitele tipuri de servicii legate de expedierile poștale, de exemplu de la serviciile de gestionare a corespondenței („*mailroom management services*”) până la serviciile de curățenie. Combinația specifică de servicii depinde de cererile clienților. În afara oricăror considerente legate de lipsa de substituibilitate între servicii atât de diferite precum serviciile de curățenie și de gestionare a corespondenței, atât pe partea ofertei, cât și a cererii, nu poate fi evaluat în mod anticipat care servicii ar putea fi grupate împreună în cazul în care unul sau mai mulți clienți decid să le solicite. Prin urmare, o decizie cu privire la regimul juridic aplicabil externalizării serviciilor interne de birou ar atrage după sine o incertitudine juridică de proporții. În această situație, externalizarea serviciilor interne de birou, așa cum este ea definită în notificarea

poștei suedeze, nu poate face obiectul unei decizii în conformitate cu articolul 30 din Directiva 2004/17/CE, în calitate de categorie unică de servicii.

Servicii cărora li se aplică articolul 30 alineatul (1) din Directiva 2004/17/CE

Trimiteri mari triate neprioritare din zonele metropolitane

- (16) Conform celor menționate mai sus la considerentul 2 litera (b), în Suedia există o piață separată pentru trimiterile mari triate neprioritare din zonele metropolitane. Cota deținută pe această piață de poșta suedeză se ridică, în 2007, la [...] % în valoare. Ținându-se seama de gradul de concentrare pe această piață, în care cel mai mare concurent a obținut în 2007 o cotă estimată la aproximativ [...] % în valoare, acești factori trebuie să fie considerați indicatori ai unei expunerii directe la concurență.

Servicii interne de colectare standard de la întreprindere la întreprindere

- (17) În ceea ce privește serviciile interne de colectare standard Î-Î, cota de piață deținută de poșta suedeză se ridică, în 2007, la [...] % în valoare. Având în vedere faptul că, pentru serviciile interne, cotele de piață agregate estimate ale celor mai mari doi concurenți se ridică la [...] % și că cota agregată a celor mai mari trei concurenți se situează între [...] % și [...] % în valoare, există, prin urmare, o cotă de piață importantă a celor mai mari trei concurenți și se concluzionează că activitatea este expusă în mod direct concurenței.

Servicii interne de colectare standard de la întreprindere la particular

- (18) Cota de piață a poștei suedeze pentru serviciile interne se ridică, în 2007, la aproximativ [...] % în valoare. Însă, cu o cotă cuprinsă în 2007 între [...] % și [...] % în valoare, cota de piață estimată a celui mai mare concurent se ridică la aproximativ jumătate din cota poștei suedeze, nivel la care se poate considera că concurentul ar putea exercita o presiune concurențială importantă asupra poștei suedeze. Acești factori trebuie să fie considerați indicatori ai unei expunerii directe la concurență.

Servicii interne de colectare expres și prin curier

- (19) În 2007, poșta suedeză deținea pe această piață o cotă cuprinsă între [...] % și [...] %, în timp ce cota de piață agregată a celor mai mari doi concurenți era cuprinsă între [...] % și [...] %. Prin urmare, acești factori trebuie considerați ca indicatori ai expunerii directe la concurență a serviciilor interne de colectare expres și prin curier.

⁽¹⁾ Conform unui studiu furnizat de poșta suedeză și care însoțea cererea sa, „de fapt, poșta suedeză, nu face nicio deosebire între cele două tipuri de servicii. Indiferent dacă coletul este P-P sau P-Î, serviciul este furnizat sub același nume («Postpaket»). Din cauza acestei posibilități de substituție pe partea ofertei, este oportun ca aceste servicii să fie tratate drept un serviciu P-X.” Acest punct de vedere corespunde celui adoptat în cazul Finlandei în Decizia 2007/564/CE.

Servicii internaționale de coletărie

- (20) Pe piața serviciilor internaționale de coletărie, așa cum sunt ele definite mai sus, la considerentul 2 litera (h), poșta suedeză avea, în 2007, o cotă de piață cuprinsă între [...] % și [... %], în timp ce cota de piață a celui mai mare concurent al său era la un nivel comparabil, cuprins între [...] % și [... %], iar cota agregată a celor mai mari doi concurenți era aproape dublă față de cea a poștei suedeze, între [...] % și [... %]. Prin urmare, acești factori trebuie considerați ca indicatori ai expunerii directe la concurență.

Servicii interne de palete (denumite și servicii pentru bunuri ușoare)

- (21) Pe piața serviciilor interne de palete, așa cum sunt ele definite mai sus, la considerentul 2 litera (i), poșta suedeză are o cotă de piață estimată la [... %]. Conform informațiilor furnizate de poșta suedeză „... piața este dominată de DHL, Schenker, DSV și [poșta suedeză], [poșta suedeză] și DSV concurând pentru locul trei. În plus, există atât firme de transport local, cât și național care oferă serviciul de transport al paletelor. În sectorul transportului, în Suedia, există aproximativ 14 000 de societăți și nu se poate spune câte dintre ele au în gama lor de produse un serviciu de transport al paletelor”. Prin urmare, acești factori trebuie considerați ca fiind indicatori ai expunerii directe la concurență.

Servicii 3PL (3th party logistics) și 4PL (4th party logistics)

- (22) Pe piața serviciilor 3PL și 4PL, așa cum sunt ele definite mai sus, la considerentul 2 litera (k), cota de piață a poștei suedeze este aproape neglijabilă, mai puțin de [... %], cu „un mare număr de actori suedezi și internaționali operând pe piața suedeză, cum ar fi DHL, Schenker, DSV și Green Cargo. În plus, există societăți care au activat la început în sectorul transportului și al expedierii, cu propriile lor rețele globale, cum ar fi Maersk and Tradimus”, conform informațiilor furnizate de poșta suedeză. Prin urmare, acești factori trebuie considerați ca fiind indicatori ai expunerii directe la concurență.

Servicii filatelice

- (23) În sensul prezentei decizii, serviciile filatelice sunt definite drept „vânzarea de timbre și produse legate de timbre în principal colecționarilor și, într-o măsură limitată, cumpărătorilor de cadouri și suveniruri”. Conform informațiilor furnizate, poșta suedeză este cea mai mare societate care emite în mod continuu timbre noi în Suedia. Alți actori care oferă timbre nou-emise pe piața filatelică suedeză sunt operatori poștali locali și operatori poștali străini, în principal nordici. Piața filatelică nu se limitează însă la timbrele oferite de operatorii poștali, ci include și vânzarea de timbre la licitații, de către comer-

cianții specializați în vânzarea de timbre, și pe internet, pe diverse site-uri de vânzare și licitație. Cota de piață estimată a poștei suedeze pe piața generală a serviciilor filatelice în Suedia, indiferent dacă aceste servicii sunt furnizate de comercianți sau de case de licitații, este estimată la [... %], casele de licitație dețin o cotă comună de piață de [... %], comercianții de timbre dețin împreună [... %], vânzările pe internet împreună [... %], iar alți operatori poștali, tot împreună, [... %]. Cota de piață agregată estimată a celor mai mari trei case de licitație ([...] %) este un pic mai mare decât cea a poștei suedeze. Prin urmare, acești factori trebuie considerați ca fiind indicatori ai expunerii directe la concurență a serviciilor filatelice, indiferent de modul în care se ia considerare piața, global, ca piață unică sau separat, ca piață de vânzare de timbre și piață de licitații filatelice.

IV. CONCLUZII

- (24) Având în vedere factorii examinați la considerentele 2-23, condițiile expunerii directe la concurență prevăzute la articolul 30 alineatul (1) din Directiva 2004/17/CE trebuie considerate ca fiind întrunite în Suedia pentru următoarele servicii:

- (a) trimerile mari triate neprioritare din zonele metropolitane;
- (b) serviciile interne de coletărie standard de la întreprindere la întreprindere;
- (c) serviciile interne de coletărie standard de la întreprindere la particular;
- (d) serviciile interne de coletărie expres și prin curier;
- (e) serviciile interne de transport palete (denumite și servicii pentru bunuri ușoare);
- (f) serviciile 3PL (3th party logistics) și 4 PL (4th party logistics);
- (g) serviciile filatelice; și
- (h) serviciile internaționale de coletărie.

- (25) Din moment ce condiția accesului nerestricționat pe piață este considerată îndeplinită, Directiva 2004/17/CE nu trebuie să se aplice atunci când entitățile contractante acordă contracte destinate să permită furnizarea, în Suedia, a serviciilor enumerate în considerentul 24 literele (a)-(h), și nici atunci când se organizează concursuri în vederea exercitării unei astfel de activități în Suedia.

(26) Prezenta decizie se bazează pe situația de drept și de fapt constatată din iunie până în septembrie 2008, astfel cum rezultă din informațiile transmise de poșta suedeză și Regatul Suediei. Prezenta decizie poate fi revizuită în cazul în care, în urma unor schimbări semnificative ale situației de drept și de fapt, condițiile de aplicabilitate a articolului 30 alineatul (1) din Directiva 2004/17/CE nu mai sunt îndeplinite,

ADOPTĂ PREZENTA DECIZIE:

Articolul 1

Directiva 2004/17/CE nu se aplică contractelor acordate de entitățile contractante în scopul furnizării următoarelor servicii în Suedia:

- (a) trimiterile mari triate neprioritare din zonele metropolitane;
- (b) serviciile interne de colectare standard de la întreprindere la întreprindere;
- (c) serviciile interne de colectare standard de la întreprindere la particular;

- (d) serviciile interne de colectare expres și prin curier;
- (e) serviciile interne de transport palete (denumite și servicii pentru bunuri ușoare);
- (f) serviciile 3PL (3th party logistics) și 4PL (4th party logistics);
- (g) serviciile filatelice; și
- (h) serviciile internaționale de colectare.

Articolul 2

Prezenta decizie se adresează Regatului Suediei.

Adoptată la Bruxelles, 19 decembrie 2008.

Pentru Comisie
Charlie McCREEVY
Membbru al Comisiei