LĒMUMI

KOMISIJAS ĪSTENOŠANAS LĒMUMS

(2014. gada 22. maijs),

ar kuru dažiem pakalpojumiem pasta nozarē Ungārijā piemēro atbrīvojumu no Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2014/25/ES par iepirkumu, ko īsteno subjekti, kuri darbojas ūdensapgādes, enerģētikas, transporta un pasta pakalpojumu nozarēs, un ar ko atceļ Direktīvu 2004/17/EK

(izziņots ar dokumenta numuru C(2014) 3372)

(Autentisks ir tikai teksts ungāru valodā)

(Dokuments attiecas uz EEZ)

(2014/299/ES)

EIROPAS KOMISIJA,

ņemot vērā Līgumu par Eiropas Savienības darbību,

ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes 2014. gada 26. februāra Direktīvu 2014/25/ES par iepirkumu, ko īsteno subjekti, kuri darbojas ūdensapgādes, enerģētikas, transporta un pasta pakalpojumu nozarēs, un ar ko atceļ Direktīvu 2004/17/EK ([1]), un jo īpaši ņemot vērā tās 34. pantu,

tā kā:

I. **FAKTI**

(1) 2013. gada 21. novembrī *Magyar Posta Zrt*. (turpmāk *Magyar Posta*) pa e-pastu nosūtīja Komisijai pieprasījumu atbilstīgi Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2004/17/EK ([2]) 30. panta 5. punktam. Saskaņā ar minētās direktīvas 30. panta 5. punkta pirmo daļu Komisija Ungāriju par to informēja 2013. gada 13. decembra e-pasta vēstulē. Komisija pieprasīja papildu informāciju no Ungārijas 2014. gada 6. februāra e-pasta vēstulē un no pieprasījuma iesniedzēja – 2014. gada 28. janvāra, 2014. gada 20. februāra, 2014. gada 11. marta, 2014. gada 13. marta un 2014. gada 25. marta e-pasta vēstulēs. Papildu informācija tika saņemta no Ungārijas 2014. gada 26. februāra e-pasta vēstulē un no pieprasījuma iesniedzēja – attiecīgi 2014. gada 19. februāra, 2014. gada 4. marta, 2014. gada 18. marta, 2014. gada 24. marta un 2014. gada 27. marta e-pasta vēstulēs.

(2) Pieprasījums attiecas uz dažiem pakalpojumiem, ko *Magyar Posta* sniedz Ungārijas teritorijā. Attiecīgie pakalpojumi pieprasījumā aprakstīti šādi:

a) pakalpojumi saistībā ar neadresētiem reklāmas izdevumiem;

b) pakalpojumi saistībā ar abonētu laikrakstu un periodisku izdevumu izplatīšanu.

II. **TIESISKAIS REGULĒJUMS**

(3) Direktīvas 2014/25/ES, kura aizstāja Direktīvu 2004/17/EK, 34. pantā noteikts, ka direktīva neattiecas uz līgumiem, kas paredzēti, lai dotu tiesības veikt kādu no darbībām, uz kurām attiecas Direktīva 2014/25/ES, ja dalībvalstī, kurā attiecīgo darbību veic, uz to attiecas tieša konkurence tirgos, piekļuve kuriem nav ierobežota. To, vai uz kādu darbību attiecas tieša konkurence, novērtē, pamatojoties uz objektīviem kritērijiem un ņemot vērā

([1]) OV L 94, 28.3.2014., 243. lpp.
([2]) Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 31. marta Direktīva 2004/17/EK, ar ko koordinē iepirkuma procedūras, kuras piemēro subjekti, kas darbojas ūdensapgādes, enerģētikas, transporta un pasta pakalpojumu nozarēs (OV L 134, 30.4.2004., 1. lpp.).

attiecīgās nozares īpatnības. Uzskata, ka piekļuve tirgum nav ierobežota, ja dalībvalsts ir īstenojusi un piemēro attiecīgos Savienības tiesību aktus, ar kuriem padara pieejamu konkrētu nozari vai tās daļu. Šie tiesību akti ir uzskaitīti Direktīvas 2014/25/ES III pielikumā, kurā attiecībā uz pasta nozari ir atsauce uz Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/67/EK ([3]).

(4) Ungārija ir īstenojusi un piemērojusi Direktīvu 97/67/EK. Neviens no pakalpojumiem, uz kuriem attiecas šis pieprasījums, pieprasījuma iesniegšanas laikā nebija rezervēts. Tā kā Ungārija ir sasniegusi tādu tirgus atvērtības pakāpi, kāda paredzēta saskaņā ar Direktīvas 2014/25/ES III pielikumā minētajiem tiesību aktiem, būtu jāuzskata, ka atbilstīgi minētās direktīvas 34. panta 3. punktam piekļuve tirgum nav ierobežota.

(5) To, vai uz darbību konkrētā tirgū attiecas tieša konkurence, novērtē, pamatojoties uz dažādiem kritērijiem, no kuriem neviens pats par sevi nav izšķirīgs. Attiecībā uz tirgiem, uz kuriem attiecas *Magyar Posta* pieprasījums, viens no vērā ņemamiem kritērijiem ir galveno tirgus dalībnieku tirgus daļa attiecīgajā tirgū. Vēl viens kritērijs varētu būt koncentrācijas līmenis šajos tirgos. Tā kā atšķiras to nosacījumi attiecībā uz dažādajām darbībām, uz kurām attiecas pieprasījums, konkurences analīzē būtu jāņem vērā atšķirīgā situācija katrā atsevišķā tirgū.

(6) Šis lēmums neskar konkurences noteikumu piemērošanu. Konkrētāk, kritēriji un metodika, kas izmantoti, lai novērtētu tiešu pakļautību konkurencei saskaņā ar Direktīvas 2014/25/ES 35. pantu, ne vienmēr ir identiski tiem, kurus izmanto, lai veiktu novērtējumu saskaņā ar Līguma 101. vai 102. pantu vai Padomes Regulu (EK) Nr. 139/2004 ([4]).

III. **NOVĒRTĒJUMS**

(7) Būtu jāpatur prātā, ka šā novērtējuma mērķis ir noteikt, vai pakalpojumi, uz kuriem attiecas pieprasījums, ir pakļauti tādam konkurences līmenim (tirgos, piekļuve kuriem nav ierobežota Direktīvas 2014/25/ES 34. panta nozīmē), kas nodrošinās – arī tad, ja nav disciplīnas, ko nosaka sīki izstrādāti iepirkuma noteikumi, kas izklāstīti Direktīvā 2014/25/ES –, ka iepirkums attiecīgo darbību īstenošanai šajā procesā būs veikts pārredzamā un nediskriminējošā veidā, pamatojoties uz kritērijiem, kuri ļauj pircējiem identificēt risinājumu, kas kopumā ir ekonomiski visizdevīgākais.

(8) Šajā sakarā būtu jāatgādina, ka attiecīgajiem tirgiem parasti raksturīgi ir tas, ka ir vairāki pakalpojumu sniedzēji. Tomēr saskaņā ar pieejamo informāciju no šiem pakalpojumu sniedzējiem tikai *Magyar Posta* un tā meitasuzņēmums *Posta Kézbesítő Kft* ([5]) (turpmāk *POKÉZ*) ir līgumslēdzēji Direktīvas 2014/25/ES izpratnē. Direktīvas 2014/25/ES noteikumi neattiecas uz līgumslēgšanas tiesību piešķiršanu *Magyar Posta* un tā meitasuzņēmuma konkurentiem, lai tie varētu veikt darbības, uz kurām attiecas šis lēmums. Tāpēc šā lēmuma vajadzībām un neskarot konkurences tiesību aktus, tirgus analīze netiks vērsta uz vispārējo konkurences līmeni attiecīgajā tirgū, bet tiks pārbaudīts, vai līgumslēdzēju darbības ir pakļautas konkurences spiedienam tirgos, piekļuve kuriem nav ierobežota.

(9) Savā praksē ([6]) Komisija ir uzskatījusi, ka pasta sūtījumu piegādes pakalpojumu tirgi un visi to segmenti ir valsts mēroga. Šīs segmentācijas pamatā galvenokārt ir tas, ka šādi pakalpojumi tiek sniegti valstu līmenī. Pieteikuma iesniedzēja nostāja ([7]) ir saskaņā ar šo Komisijas praksi. Arī Ungārija uzskatīja ([8]), ka darbību, uz kurām attiecas pieprasījums, ģeogrāfiskais tirgus ir valsts mēroga tirgus.

(10) Ņemot vērā to, ka nav nekādu norāžu par plašāku vai šaurāku tirgus ģeogrāfisko tvērumu, lai izvērtētu, vai ir izpildīti Direktīvas 2014/25/ES 34. panta 1. punktā paredzētie nosacījumi, un neskarot konkurences tiesību aktus, par konkrēto ģeogrāfisko tirgu uzskatāma Ungārijas teritorija.

([3]) Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 15. decembra Direktīva 97/67/EK par kopīgiem noteikumiem Kopienas pasta pakalpojumu iekšējā tirgus attīstībai un pakalpojumu kvalitātes uzlabošanai (OV L 15, 21.1.1998., 14. lpp.).

([4]) Padomes 2004. gada 20. janvāra Regula (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (EK Apvienošanās regula) (OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp.).

([5]) *POKÉZ* veic tikai neadresētu reklāmas izdevumu un abonētu laikrakstu un periodisko izdevumu izplatīšanu *Magyar Posta* uzdevumā. *Magyar Posta* pārdošanas ieņēmumi no šīm divām darbībām laikā no 2009. līdz 2013. gadam bija no […] līdz […]. *Magyar Posta* tirgus daļas, kas norādītas šajā lēmumā, ietver *POKÉZ* pārdošanas apjomus.

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

([7]) Pieprasījums, 9. lpp.

([8]) Ungārijas konkurences iestādes e-pasta vēstule Nr. AE/204-2/2014, 2014. gada 26. februāris.

Pakalpojumi saistībā ar neadresētu reklāmas izdevumu izplatīšanu, ko veic pasta operatori

(11) Komisija iepriekšējos lēmumos ir konstatējusi, ka pasta piegādes pakalpojumu tirgus var būt segmentēts adresētu sūtījumu tirgos un neadresētu sūtījumu tirgos ([9]).

(12) Neadresētiem reklāmas sūtījumiem raksturīgi ir tas, ka nav konkrētas galamērķa adreses, kurā būtu atsevišķi norādīts galīgais adresāts. Tie ir nepieprasīti reklāmas pasta sūtījumi, kas atbilst noteiktiem kritērijiem (piemēram, vienāds svars un formāts, saturs un izskats) un ir paredzēti izplatīšanai kādai saņēmēju grupai.

(13) *Magyar Posta* pakalpojumi, kas saistīti ar neadresētiem reklāmas izdevumiem, aptver šādas kategorijas: iekšzemes neadresētu reklāmas izdevumu (piem., skrejlapu, brošūru utt.) piegādes pakalpojumi, neadresētas vēlēšanu informācijas un bezmaksas preses izdevumu iekšzemes izplatīšana. *Magyar Posta* uzskata, ka bezmaksas preses izdevumu izplatīšana pieder pie šā produkta tirgus, ņemot vērā to, ka par bezmaksas preses izdevumu izplatīšanu tiek noslēgti līgumi un tos izplata tādā pašā veidā kā citus neadresētus reklāmas sūtījumus.

(14) Pieprasījuma iesniedzējs definē attiecīgā produkta tirgu kā neadresētu reklāmas izdevumu piegādes pakalpojumu (t. i., iespiestu neadresētu reklāmas izdevumu piegāde pastkastēs) tirgu.

(15) Ungārija tika aicināta ([10]) paust savu viedokli attiecībā uz ierosināto neadresētu reklāmas sūtījumu tirgus definīciju, pienācīgi ņemot vērā pašreizējo juridisko un faktisko situāciju Ungārijā. Ungārija apstiprināja ([11]) pieprasījuma iesniedzēja piedāvāto attiecīgā produkta tirgus definīciju.

(16) Pamatojoties uz 11. līdz 15. apsvērumā norādīto informāciju, pieprasījuma novērtējuma vajadzībām un neskarot konkurences tiesību aktus, attiecīgā produkta tirgus ir definēts kā neadresētu reklāmas izdevumu izplatīšanas pakalpojumi, ko veic pasta operatori.

(17) Saskaņā ar pieejamo informāciju ([12]) *Magyar Posta* tirgus daļa neadresētu reklāmas izdevumu piegādes tirgū 2011. gadā bija aptuveni [… %] ([13]), 2012. gadā [… %] un 2013. gadā [… %]. Divu galveno konkurentu kopējā tirgus daļa 2011. gadā bija aptuveni [… %], 2012. gadā [… %] un 2013. gadā [… %]. Tirgum ir raksturīgi 4 lielāki un vairāki mazāki tirgus dalībnieki, un *Magyar Posta* nav tirgus līderis.

(18) Turklāt Ungārija apgalvoja ([14]), ka sakarā ar to, ka tirgus pamatā ir iepirkuma procedūra, pastāv spēcīga cenu konkurence un šķēršļi ienākšanai tirgū nav lieli.

(19) Šā lēmuma vajadzībām un neskarot konkurences tiesību aktus, 12. līdz 18. apsvērumā norādītie faktori būtu jāuzskata par norādi uz to, ka šī darbība Ungārijā ir pakļauta konkurencei. Tas saskan ar Ungārijas atzinumu ([15]). Līdz ar to, tā kā Direktīvas 2014/25/ES 34. panta 1. punktā izklāstītie nosacījumi ir izpildīti, būtu jānosaka, ka Direktīva 2014/25/ES neattiecas uz līgumiem, kas paredzēti, lai dotu tiesības Ungārijā veikt šo darbību.

Pasta pakalpojumi saistībā ar adresētu laikrakstu izplatīšanu

(20) Laikrakstu un periodisko izdevumu izplatīšana ir pakalpojums, kura mērķis ir nodrošināt, ka izdevumi laikus sasniedz galapatērētāju. Adresētu laikrakstu un periodisko izdevumu izplatīšanai ir nepieciešams plašs tīkls ar atbilstošiem darbiniekiem, loģistikas aprīkojumu un transportlīdzekļu parku.

(21) Adresētu laikrakstu un periodisko izdevumu izplatīšana, ko veic *Magyar Posta*, ietver vairākas darbības, kas ir šādas: […].

(22) Attiecībā uz adresētu laikrakstu un periodisku izdevumu izplatīšanu dienas laikrakstiem ir īpašas iezīmes salīdzinājumā ar citiem adresētiem izdevumiem (žurnāliem), ņemot vērā to, ka dienas laikraksti ir jāpiegādā ik dienas agri no rīta. Tas nozīmē, ka naktī tie jāsaņem no izdevējiem un agri no rīta ātri jānogādā piegādes punktos.

([9]) Lieta COMP/M.5152 – *Posten AB/Post Danmark A/S*.
([10]) Komisijas 2014. gada 6. februāra vēstule Ares(2014)287916 Ungārijas Pastāvīgajai pārstāvniecībai.
([11]) Skatīt 8. zemsvītras piezīmi.
([12]) *Magyar Posta* 2014. gada 19. februāra e-pasta vēstule.
([13]) […] konfidenciāla informācija.
([14]) Skatīt 8. zemsvītras piezīmi.
([15]) Skatīt 8. zemsvītras piezīmi.

(23) Valsts mēroga izplatīšanu patlaban veic *MédiaLOG Logisztikai Zrt.* (turpmāk *MédiaLOG*) un *Magyar Posta*. Reģionu un apgabalu līmenī ir vairāki izplatītāji, kuri darbojas dažādos reģionos un kuri sniedz pakalpojumus visā valsts teritorijā, izņemot Budapeštas un Peštas apgabalus.

(24) Ungārija norāda uz to, ka valsts mēroga izplatīšana un reģionālā mēroga izplatīšana viena otru neaizstāj ([16]). Galvenie iemesli ir šādi: a) reģionālie tīkli strādā ar atšķirīgiem termiņiem, līdz ar to, lai izmantotu to pakalpojumus, būtu jānosaka agrāk termiņi valsts laikrakstu drukāšanai, b) Budapeštas un Peštas apgabalos, kuros dzīvo vairāk nekā ceturtā daļa Ungārijas iedzīvotāju, nav reģionālā izplatīšanas tīkla un c) ir zināmas grūtības noslēgt atsevišķus nolīgumus ar vairākiem reģionālajiem izplatīšanas uzņēmumiem, lai apkalpota būtu visa valsts teritorija. Pieprasījuma iesniedzējs nepiekrīt šim Ungārijas viedoklim, tomēr nav sniedzis būtiskus pierādījumus, lai pamatotu savu apgalvojumu. Tādējādi turpmāk izklāstītajā novērtējumā tiks ņemta vērā vienīgi konkurence starp valsts mēroga izplatītājiem.

(25) Iepriekšējos Komisijas lēmumos ([17]) tika nodalīta laikrakstu izplatīšana ar agro piegādi no laikrakstu izplatīšanas ar standarta piegādi.

(26) Ungārija apstiprināja ([18]), ka šāda nodalīšana ir lietderīga Ungārijas tirgus gadījumā. Turklāt konkurences situācija, šķiet, katrā attiecīgā produkta tirgū ([19]) atšķiras tirgus daļu sadalījuma ziņā, kas arī ir norāde uz to, ka šajā gadījumā ir definējami atsevišķi attiecīgā produkta tirgi.

(27) Pamatojoties uz 20. līdz 26. apsvērumā norādīto informāciju, šā lēmuma vajadzībām un neskarot konkurences tiesību aktus, attiecīgā produkta tirgi tiek definēti šādi: tirgus adresētu laikrakstu izplatīšanai ar agro piegādi un tirgus adresētu laikrakstu un izdevumu izplatīšanai ar standarta piegādi.

Adresētu laikrakstu izplatīšana ar agro piegādi

(28) *Magyar Posta* laikrakstu izplatīšanas ar agro piegādi tirgū ienāca 2012. gadā, un 2013. gadā uzņēmums ieguva ievērojamu tirgus daļu. Precīzāk, saskaņā ar paša uzņēmuma aplēsēm ([20]) *Magyar Posta* tirgus daļa 2012. gadā bija [… %] un 2013. gadā [… %]. […].

(29) Galvenais *Magyar Posta* konkurents ir *MédiaLOG*, kurš pēdējo 5 gadu laikā ir bijis tirgus līderis ([21]) un kura tirgus daļa no 2009. gada līdz 2011. gadam bija [… %], 2012. gadā [… %] un 2013. gadā [… %]. *MédiaLOG* pieder grupai, kas ir iesaistīta arī laikrakstu un periodisku izdevumu izdošanā, un izplata galvenokārt grupas izdevumus.

(30) *MédiaLOG* līdz 2012. gadam bija vienīgais valsts izplatītājs un izplatīja ne tikai *MédiaLOG* īpašniekiem piederošu izdevēju laikrakstus, bet arī valsts laikrakstus, kurus izdeva izdevēji bez izplatīšanas tīkla. Kopš *Magyar Posta* ienākšanas šajā tirgū, izdevējam bez izplatīšanas tīkla bija iespēja izvēlēties starp diviem valsts izplatītājiem. […].

(31) Saskaņā ar pieejamo informāciju ([22]) *MédiaLOG* izplata laikrakstus, daļēji izmantojot pats savus resursus un daļēji – apakšuzņēmēju pakalpojumus. […].

(32) Šā lēmuma vajadzībām un neskarot konkurences tiesību aktus, 28. līdz 31. apsvērumā norādītie faktori būtu jāuzskata par norādi uz to, ka šī darbība Ungārijā ir pakļauta konkurencei. Līdz ar to, tā kā Direktīvas 2014/25/ES 34. panta 1. punktā izklāstītie nosacījumi ir izpildīti, būtu jānosaka, ka Direktīva 2014/25/ES neattiecas uz līgumiem, kas paredzēti, lai dotu tiesības Ungārijā veikt šo darbību.

([16]) Skatīt 8. zemsvītras piezīmi.
([17]) Komisijas 2007. gada 6. augusta Lēmums 2007/564/EK, ar kuru dažiem pakalpojumiem pasta nozarē Somijā, izņemot Olandes [Ālandu] salas, piemēro atbrīvojumu no Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2004/17/EK, ar ko koordinē iepirkuma procedūras, kuras piemēro subjekti, kas darbojas ūdensapgādes, enerģētikas, transporta un pasta pakalpojumu nozarēs (OV L 215, 18.8.2007., 21. lpp.).
([18]) Skatīt 8. zemsvītras piezīmi.
([19]) *Magyar Posta* 2014. gada 18. marta e-pasta vēstule.
([20]) Skatīt 19. zemsvītras piezīmi.
([21]) Skatīt 19. zemsvītras piezīmi.
([22]) Skatīt 8. zemsvītras piezīmi.

Adresētu laikrakstu un izdevumu izplatīšana ar standarta piegādi

(33) Saskaņā ar *Magyar Posta* aplēsēm ([23]) uzņēmuma tirgus daļa laikā no 2009. līdz 2011. gadam bija aptuveni [… %], 2012. gadā [… %] un 2013. gadā [… %].

(34) Šajā kontekstā ir jāatgādina arī par pastāvīgu tiesu praksi, saskaņā ar kuru "ļoti lielas tirgus daļas pašas par sevi, izņemot īpašos gadījumos, ir pierādījums par dominējošo stāvokli. Tas ir tad, ja tirgus daļa ir 50 %" ([24]).

(35) Vienīgais *Magyar Posta* konkurents ir *MédiaLOG*, kura tirgus daļa saskaņā ar pieprasījuma iesniedzēja aplēsēm ([25]) laikā no 2009. gada līdz 2011. gadam bija aptuveni [… %], 2012. gadā [… %] un 2013. gadā [… %].

(36) Saskaņā ar pieejamo informāciju ([26]) *MédiaLOG* izplata laikrakstus un periodiskus izdevumus, daļēji izmantojot pats savus resursus un daļēji – apakšuzņēmēju pakalpojumus, […].

(37) Attiecībā uz ienākšanu tirgū Komisija norāda, ka attiecīgajā tirgū pēdējo 5 gadu laikā nav ienācis neviens jauns dalībnieks un tai nav zināms neviens potenciāls jauns dalībnieks, kas varētu ienākt tirgū tuvākajā nākotnē.

(38) Pieprasījuma iesniedzējs nesniedza pārliecinošus pierādījumus par konkurences spiedienu uz tā darbībām, kas varētu apdraudēt pieprasījuma iesniedzēja pieaugošo dominējošo stāvokli šajā tirgū.

(39) Šā lēmuma vajadzībām un neskarot konkurences tiesību aktus, ņemot vērā 33. līdz 38. apsvērumā norādītos faktorus, nevar secināt, ka attiecīgo pakalpojumu kategorija Ungārijā ir tieši pakļauta konkurencei. Līdz ar to, tā kā Direktīvas 2014/25/ES 34. panta 1. punktā izklāstītie nosacījumi nav izpildīti, būtu jānosaka, ka Direktīvas 2014/25/ES noteikumi arī turpmāk attiecas uz līgumiem, kas paredzēti, lai dotu tiesības Ungārijā veikt adresētu laikrakstu un izdevumu izplatīšana ar standarta piegādi.

IV. **SECINĀJUMI**

(40) Ņemot vērā 3. līdz 39. apsvērumā izvērtētos faktorus, būtu jāuzskata, ka Direktīvas 2014/25/ES 34. panta 1. punkta nosacījums par tiešu pakļautību konkurencei Ungārijā ir izpildīts attiecībā uz šādiem pakalpojumiem:

a) pakalpojumi saistībā ar neadresētu reklāmas izdevumu izplatīšanu, ko veic pasta operatori;

b) pasta pakalpojumi saistībā ar adresētu laikrakstu izplatīšanu ar agro piegādi.

(41) Tā kā nosacījums par neierobežotu piekļuvi tirgum uzskatāms par izpildītu, Direktīva 2014/25/ES nebūtu jāpiemēro ne tajos gadījumos, kad līgumslēdzēji piešķir līgumus, kas paredzēti, lai dotu tiesības Ungārijā sniegt 40. apsvēruma a) un b) punktā uzskaitītos pakalpojumus, ne arī tad, kad tiek organizēti projektu konkursi tādas darbības veikšanai šajā valstī.

(42) Šā lēmuma pamatā ir juridiskā un faktiskā situācija laikposmā no 2013. gada novembra līdz 2014. gada martam, kas izklāstīta *Magyar Posta* un Ungārijas iestāžu iesniegtajā informācijā. Lēmumu var pārskatīt, ja pēc krasām juridiskās vai faktiskās situācijas pārmaiņām Direktīvas 2014/25/ES 34. panta 1. punkta piemērošanas nosacījumi vairs nav izpildīti.

(43) Tomēr būtu jāuzskata, ka nosacījums par tiešu pakļautību konkurencei, kas noteikts Direktīvas 2014/25/ES 34. panta 1. punktā, Ungārijas teritorijā nav izpildīts attiecībā uz adresētu laikrakstu un izdevumu izplatīšanu ar standarta piegādi.

(44) Tā kā dažiem pakalpojumiem, uz kuriem attiecas šis pieprasījums, joprojām piemēro Direktīvu 2014/25/ES, jāatgādina, ka uz iepirkuma līgumiem, kas aptver vairākas darbības, būtu jāattiecina Direktīvas 2014/25/ES 5. pants.

([23]) Skatīt 19. zemsvītras piezīmi.
([24]) Skatīt 328. punktu Pirmās instances tiesas (Trešā palāta) 2002. gada 28. februāra spriedumā. *Atlantic Container Line AB* un citi pret Eiropas Kopienu Komisiju. Lieta T-395/94. Eiropas Tiesas ziņojumi 2002, II-00875. lpp.
([25]) Skatīt 19. zemsvītras piezīmi.
([26]) Skatīt 8. zemsvītras piezīmi.

Tātad, ja līgumslēdzējs ir iesaistīts jauktā iepirkumā (proti, tādā, ko izmanto, lai atbalstītu gan tās darbības, kuras ir atbrīvotas no Direktīvas 2014/25/ES piemērošanas, gan tās, kuras nav atbrīvotas), ir jāņem vērā tās darbības, kuru veikšanai līgums galvenokārt paredzēts. Šāda jaukta iepirkuma gadījumā, ja mērķis galvenokārt ir atbalstīt darbības, uz kurām neattiecas atbrīvojums, ir jāpiemēro Direktīvas 2014/25/ES noteikumi. Ja nav iespējams objektīvi noteikt, kura darbība paredzēta kā līguma galvenā darbība, līguma slēgšanas tiesības jāpiešķir saskaņā ar Direktīvas 2014/25/ES 5. panta 5. punktu.

(45) Šajā lēmumā noteiktie pasākumi ir saskaņā ar Publiskā iepirkuma padomdevējas komitejas atzinumu,

IR PIEŅĒMUSI ŠO LĒMUMU.

1. pants

Direktīva 2014/25/ES neattiecas uz līgumslēdzēju piešķirtiem līgumiem, kas paredzēti, lai dotu tiesības Ungārijā sniegt šādus pakalpojumus:

a) pakalpojumi saistībā ar neadresētu reklāmas izdevumu izplatīšanu, ko veic pasta operatori;

b) pasta pakalpojumi saistībā ar adresētu laikrakstu izplatīšanu ar agro piegādi.

2. pants

Šis lēmums ir adresēts Ungārijai.

Briselē, 2014. gada 22. maijā

Komisijas vārdā –

Komisijas loceklis

Michel BARNIER