SPRENDIMAI

KOMISIJOS ĮGYVENDINIMO SPRENDIMAS

2014 m. gegužės 22 d.

dėl Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2014/25/ES dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų, kuria panaikinama Direktyva 2004/17/EB, netaikymo kai kurioms Vengrijos pašto sektoriaus paslaugoms

(pranešta dokumentu Nr. C(2014) 3372)

(Tekstas autentiškas tik vengrų kalba)

(Tekstas svarbus EEE)

(2014/299/ES)

EUROPOS KOMISIJA,

atsižvelgdama į Sutartį dėl Europos Sąjungos veikimo,

atsižvelgdama į 2014 m. vasario 26 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2014/25/ES dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų, kuria panaikinama Direktyva 2004/17/EB ([1]), ypač į jos 34 straipsnį,

kadangi:

I. **FAKTAI**

(1) 2013 m. lapkričio 21 d. „Magyar Posta Zrt." (toliau – „Magyar Posta"), vadovaudamasi Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2004/17/EB ([2]) 30 straipsnio 5 dalimi, Komisijai e. paštu pateikė prašymą. Pagal tos direktyvos 30 straipsnio 5 dalies pirmą pastraipą Komisija 2013 m. gruodžio 13 d. e. paštu apie tai informavo Vengriją. Komisija Vengrijos (2014 m. vasario 6 d. e. laišku) ir pareiškėjo (2014 m. sausio 28 d., 2014 m. vasario 20 d., 2014 m. kovo 11 d., 2014 m. kovo 13 d. ir 2014 m. kovo 25 d. e. laiškais) paprašė pateikti papildomos informacijos. Papildoma informacija e. paštu iš Vengrijos gauta 2014 m. vasario 26 d., o iš pareiškėjo – atitinkamai 2014 m. vasario 19 d., 2014 m. kovo 4 d., 2014 m. kovo 18 d., 2014 m. kovo 24 d. ir 2014 m. kovo 27 d.

(2) Prašymas yra susijęs su kai kuriomis paslaugomis, kurias Vengrijos teritorijoje teikia „Magyar Posta". Minėtos paslaugos prašyme apibūdintos taip:

a) paslaugos, susijusios su neadresuotais reklaminiais leidiniais;

b) paslaugos, susijusios su prenumeruojamų laikraščių ir periodinių leidinių platinimu.

II. **TEISINIS PAGRINDAS**

(3) Direktyvos 2014/25/ES, pakeitusios Direktyvą 2004/17/EB, 34 straipsnyje numatyta, kad sutartims, kuriomis siekiama suteikti galimybę vykdyti Direktyvoje 2014/25/ES minimą veiklą, ši direktyva netaikoma, jei valstybėje narėje, kurioje ji yra vykdoma, tokią veiklą veikia tiesioginė konkurencija rinkose, į kurias patekti nėra apribojimų. Tiesioginis konkurencijos poveikis vertinamas remiantis objektyviais kriterijais, atsižvelgiant į konkrečius susijusio

([1]) OL L 94, 2014 3 28, p. 243.
([2]) 2004 m. kovo 31 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo (OL L 134, 2004 4 30, p. 1).

sektoriaus ypatumus. Laikoma, kad patekti į rinką nėra apribojimų, jei valstybė narė yra įgyvendinusi ir taiko atitinkamus Sąjungos teisės aktus, kuriais tas sektorius ar jo dalis atveriami konkurencijai. Tie teisės aktai išvardyti Direktyvos 2014/25/ES III priede, kuriame dėl pašto sektoriaus daroma nuoroda į Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 97/67/EB ([3]).

(4) Vengrija įgyvendino ir taiko Direktyvą 97/67/EB. Prašymo pateikimo momentu nė viena iš dabartiniame prašyme minėtų paslaugų rezervuota nebuvo. Kadangi Vengrija yra pasiekusi tokį rinkos atvėrimo lygį, koks numatytas Direktyvos 2014/25/ES III priede išvardytuose teisės aktuose, laikytina, kad pagal tos direktyvos 34 straipsnio 3 dalį apribojimų patekti į rinką nėra.

(5) Tiesioginis konkurencijos poveikis konkrečioje rinkoje vertinamas remiantis įvairiais kriterijais, iš kurių nė vienas *per se* nėra lemiamas. Vertinant rinkas, su kuriomis susijęs „Magyar Posta“ prašymas, vienas iš kriterijų, į kuriuos reikėtų atsižvelgti, yra pagrindinių konkrečios rinkos dalyvių užimama jos dalis. Kitas kriterijus galėtų būti koncentracijos tose rinkose laipsnis. Kadangi prašyme minimų įvairių veiklos rūšių sąlygos skiriasi, nagrinėjant konkurencinę padėtį reikėtų atsižvelgti į skirtingas aplinkybes įvairiose rinkose.

(6) Šiuo sprendimu nepažeidžiamas konkurencijos taisyklių taikymas. Visų pirma kriterijai ir metodai, taikyti vertinant Direktyvos 2014/25/ES 35 straipsnyje nurodytą tiesioginį konkurencijos poveikį, nebūtinai sutampa su kriterijais ir metodais, taikytais atliekant vertinimą pagal Sutarties 101 ar 102 straipsnius arba Tarybos reglamentą (EB) Nr. 139/2004 ([4]).

III. **VERTINIMAS**

(7) Reikėtų atsižvelgti į tai, kad šio vertinimo tikslas – nustatyti, ar prašyme minimas paslaugas veikia tokio lygio konkurencija (rinkose, į kurias patekti nėra apribojimų, kaip apibrėžta Direktyvos 2014/25/ES 34 straipsnyje), kad užtikrinama (net jei netaikomos drausminės priemonės, nustatytos Direktyvoje 2014/25/ES išdėstytomis išsamiomis pirkimų taisyklėmis), jog su atitinkamos veiklos vykdymu susiję pirkimai būtų vykdomi skaidriai, nediskriminuojant ir remiantis kriterijais, kuriais vadovaudamiesi pirkėjai galėtų priimti ekonomiškai naudingiausią sprendimą.

(8) Šiomis aplinkybėmis nereikėtų užmiršti, kad susijusioms rinkoms paprastai būdinga tai, kad jose veikia keletas paslaugų teikėjų. Tačiau, sprendžiant iš turimos informacijos, tarp tų paslaugų teikėjų vienintelė įmonė „Magyar Posta“ ir jos patronuojama įmonė „Posta Kézbesítő Kft“ ([5]) (toliau – POKÉZ) yra perkantieji subjektai, kaip apibrėžta Direktyvoje 2014/25/ES. „Magyar Posta“ ir jos patronuojamos įmonės konkurentų pirkimams šiame sprendime minimos veiklos vykdymo tikslais Direktyvos 2014/25/ES nuostatos nėra taikomos. Taigi nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime rinkos analizė bus orientuota ne į bendrą konkurencijos tiriamoje rinkoje laipsnį, o į tai, ar perkančiųjų subjektų veiklą veikia ar neveikia konkurencija rinkose, į kurias patekti apribojimų nėra.

(9) Savo praktikoje ([6]) Komisija laikosi nuomonės, kad pašto pristatymo paslaugų rinkos ir visi jų segmentai yra nacionalinės aprėpties. Tokia segmentacija daugiausia grindžiama tuo, kad tokios paslaugos teikiamos nacionaliniu lygmeniu. Pareiškėjo nuomonė ([7]) sutampa su tokia Komisijos praktika. Vengrija taip pat laikėsi nuomonės ([8]), kad prašyme nurodytų veiklos rūšių geografinė rinka yra nacionalinė.

(10) Kadangi nustatyti platesnę ar siauresnę geografinę rinkos aprėptį nėra pagrindo, siekiant įvertinti, ar laikomasi Direktyvos 2014/25/ES 34 straipsnio 1 dalies sąlygų, ir nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų, atitinkama geografine rinka laikoma Vengrijos teritorija.

([3]) 1997 m. gruodžio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/67/EB dėl Bendrijos pašto paslaugų vidaus rinkos plėtros bendrųjų taisyklių ir paslaugų kokybės gerinimo (OL L 15, 1998 1 21, p. 14).

([4]) 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (EB Susijungimų reglamentas) (OL L 24, 2004 1 29, p. 1).

([5]) POKÉZ teikia tik neadresuotos reklamos ir prenumeruojamų laikraščių bei periodinių leidinių platinimo paslaugas bendrovei „Magyar Posta“. Pardavimų pajamos iš šių dviejų veiklos rūšių sudaro […]–[…] „Magyar Posta“ pardavimų 2009–2013 m. Į šiame sprendime pateiktas įmonės „Magyar Posta“ rinkos dalis įtraukti POKÉZ pardavimai.

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

([7]) Prašymas, p. 9.

([8]) Vengrijos konkurencijos institucijos 2014 m. vasario 26 d. e. laiškas Nr. AE/204–2/2014.

Pašto paslaugų teikėjų teikiamos paslaugos, susijusios su neadresuotų reklaminių leidinių platinimu

(11) Ankstesniuose sprendimuose Komisija laikėsi nuomonės, kad pašto pristatymo paslaugų rinką galima suskirstyti į adresuoto pašto rinkų ir neadresuoto pašto rinkų segmentus ([9]).

(12) Neadresuotam reklaminiam paštui būdinga tai, kad nėra konkretaus pristatymo adreso, asmeniškai įvardijančio galutinį adresatą. Tai neužsakytas reklaminis paštas, atitinkantis tam tikrus kriterijus: vienodo svorio, formato, turinio ir išdėstymo, skirtas išplatinti gavėjų grupei.

(13) „Magyar Posta“ paslaugos, susijusios su neadresuotais reklaminiais leidiniais, apima šias kategorijas: paslaugas, susijusias su vidaus neadresuotais reklaminiais leidiniais (t. y. skrajutėmis, lankstinukais ir pan.), vidaus neadresuotomis rinkiminėmis brošiūromis ir nemokamos spaudos platinimu. „Magyar Posta“ mano, kad nemokamos spaudos platinimas šiai produkto rinkai priklauso todėl, kad nemokama spauda platinama pagal tokias pat sutartis ir tokiu pat būdu kaip ir kitų rūšių neadresuota reklama.

(14) Atitinkamą produkto rinką pareiškėjas apibrėžia kaip paslaugų, susijusių su neadresuotais reklaminiais leidiniais (t. y. spausdintais neadresuotais reklaminiais leidiniais, pristatomais į pašto dėžutę), rinką.

(15) Vengrija buvo paraginta ([10]) išsakyti savo nuomonę dėl pasiūlytos neadresuotos reklamos rinkos apibrėžties, tinkamai atsižvelgiant į dabartinę teisinę ir faktinę padėtį Vengrijoje. Vengrija patvirtino ([11]) pareiškėjo atitinkamos produkto rinkos apibrėžtį.

(16) Remiantis 11–15 konstatuojamosiose dalyse išdėstyta informacija, siekiant atlikti įvertinimą pagal šį prašymą ir nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų, atitinkama produkto rinka apibrėžiama kaip pašto paslaugų teikėjų teikiamos paslaugos, susijusios su neadresuotų reklaminių leidinių platinimu.

(17) Remiantis turima informacija ([12]), „Magyar Posta“ užimama dalis neadresuotų reklaminių leidinių rinkoje 2011 m. buvo maždaug [… %] ([13]), 2012 m. – [… %], o 2013 m. – [… %]. Pirmų dviejų konkurentų bendra rinkos dalis 2011 m. sudarė maždaug [… %], 2012 m. – [… %], o 2013 m. – [… %]. Šiai rinkai būdinga tai, kad joje veikia 4 stambūs ir keletas smulkesnių dalyvių, o „Magyar Posta“ nėra rinkos lyderė.

(18) Be to, Vengrija užtikrino ([14]), kad konkursais grindžiama rinka sudaro sąlygas stipriai kainų konkurencijai, o kliūtys patekti į rinką menkos.

(19) Nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime 12–18 konstatuojamosiose dalyse išvardytus veiksnius reikėtų laikyti įrodymu, kad šią veiklą Vengrijoje veikia konkurencija. Tokios nuomonės ([15]) laikosi ir Vengrija. Todėl, kadangi Direktyvos 2014/25/ES 34 straipsnio 1 dalyje nustatytos sąlygos įvykdytos, turėtų būti nustatyta, kad Direktyva 2014/25/ES netaikoma sutartims, kuriomis siekiama suteikti galimybę vykdyti šią veiklą Vengrijoje.

Pašto paslaugos, susijusios su adresuotų laikraščių platinimu

(20) Laikraščių ir periodinių leidinių platinimas yra paslauga, kurios tikslas – užtikrinti, kad leidinys laiku pasiektų galutinį vartotoją. Adresuotų laikraščių ir periodinių leidinių platinimui reikia plataus tinklo su tinkamais darbuotojais, logistikos įranga ir transporto parku.

(21) „Magyar Posta“ vykdomas adresuotų laikraščių ir periodinių leidinių platinimas apima kelias veiklos rūšis: […].

(22) Platinant adresuotus laikraščius ir periodinius leidinius, dienraščiai nuo kitų adresuotų leidinių (žurnalų) skiriasi tuo, kad dienraščius reikia pristatyti kasdien anksti ryte. Tai reiškia, kad juos reikia surinkti iš leidyklų naktį ir anksti ryte skubiai nuvežti į pristatymo vietas.

([9]) Byla COMP/M.5152 – *Posten AB/Post DanmarkA/S*.
([10]) 2014 m. vasario 6 d. Komisijos raštas Ares(2014)287916 Vengrijos nuolatinei atstovybei.
([11]) Žr. 8 išnašą.
([12]) 2014 m. vasario 19 d. „Magyar Posta“ e. laiškas.
([13]) […] konfidenciali informacija.
([14]) Žr. 8 išnašą.
([15]) Žr. 8 išnašą.

(23) Platinimą po visą šalies teritoriją dabartiniu metu atlieka „MédiaLOG Logisztikai Zrt." (toliau – „MédiaLOG") ir „Magyar Posta". Esama keleto regionų ir apskričių lygmens platintojų, kurie veikia skirtinguose regionuose ir kurie bendrai apima visą šalį, išskyrus Budapeštą ir Pešto apskritį.

(24) Vengrija pabrėžia, kad platinimas šalies mastu ir platinimas regionų mastu vienas kito nepakeičia ([16]). Pagrindinės priežastys: a) tai, kad regioninių tinklų veiklos terminai skiriasi, taigi, norint naudotis jų paslaugomis, tektų paankstinti nacionalinių dienraščių spausdinimo terminus; b) tai, kad Budapešte ir Pešto apskrityje (apimančiuose daugiau nei ketvirtadalį Vengrijos gyventojų) nėra regioninio platinimo tinklo ir c) kyla tam tikrų sunkumų sudarant atskiras sutartis su keliais regionų platintojais siekiant apimti visą šalies teritoriją. Pareiškėjas nesutinka su tokia Vengrijos nuomone, tačiau jis nepateikė svarių įrodymų savo tvirtinimui pagrįsti. Taigi šiame vertinime bus atsižvelgiama tik į konkurenciją tarp nacionalinių platintojų.

(25) Ankstesniuose Komisijos sprendimuose ([17]) buvo išskirtas anksti pristatomų laikraščių platinimas ir įprastu laiku pristatomų laikraščių platinimas.

(26) Vengrija patvirtino ([18]), kad toks išskyrimas Vengrijos rinkos atveju tinka. Be to, panašu, kad konkurencinė padėtis kiekvienoje atitinkamoje produkto rinkoje skiriasi ([19]) – skiriasi rinkos dalių pasiskirstymas, ir tai taip pat rodo, kad šiuo atveju reikia apibrėžti atskiras atitinkamas produkto rinkas.

(27) Remiantis 20–26 konstatuojamosiose dalyse išdėstyta informacija, nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime atitinkamos produkto rinkos apibrėžiamos taip: anksti pristatomų adresuotų laikraščių platinimo rinka ir įprastu laiku pristatomų adresuotų laikraščių ir leidinių platinimo rinka.

Anksti pristatomų adresuotų laikraščių platinimas

(28) Į anksti pristatomų laikraščių rinką „Magyar Posta" atėjo 2012 m., o 2013 m. užėmė didelę šios rinkos dalį. Tiksliau, „Magyar Posta", remiantis jos pačios vertinimu ([20]), 2012 m. turėjo [… %] rinkos dalį, o 2013 m. – […%]. […].

(29) Pagrindinis „Magyar Posta" konkurentas yra bendrovė „MédiaLOG", kuri paskutinius penkerius metus buvo rinkos lyderė ([21]) ir 2009–2011 m. užėmė […%] rinkos dalį, 2012 m. – […%], o 2013 m. – […%]. Įmonę „MédiaLOG" nuosavybės teise valdo grupė, kuri taip pat dalyvauja laikraščių ir periodinių leidinių leidyboje, daugiausia ji platina savo leidinius.

(30) Iki 2012 m. „MédiaLOG" buvo vienintelis nacionalinis platintojas, platinęs ne tik „MédiaLOG" savininkams priklausančių leidėjų laikraščius, bet ir platinimo tinklo neturinčių leidėjų nacionalinius laikraščius. Nuo tada, kai į rinką atėjo „Magyar Posta", platinimo tinklo neturintys leidėjai turėjo galimybę rinktis tarp dviejų nacionalinių platintojų. […].

(31) Remiantis turima informacija ([22]), „MédiaLOG" laikraščius platina iš dalies savo priemonėmis ir iš dalies pasitelkdama subrangovus. […].

(32) Nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime 28–31 konstatuojamosiose dalyse išvardytus veiksnius reikėtų laikyti įrodymu, kad šią veiklą Vengrijoje veikia konkurencija. Todėl, kadangi Direktyvos 2014/25/ES 34 straipsnio 1 dalyje nustatytos sąlygos įvykdytos, turėtų būti nustatyta, kad Direktyva 2014/25/ES netaikoma sutartims, kuriomis siekiama suteikti galimybę vykdyti šią veiklą Vengrijoje.

([16]) Žr. 8 išnašą.
([17]) 2007 m. rugpjūčio 6 d. Komisijos sprendimas 2007/564/EB dėl Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo netaikymo tam tikroms paslaugoms pašto sektoriuje Suomijoje, išskyrus Alandų salas (OL L 215, 2007 8 18, p. 21).
([18]) Žr. 8 išnašą.
([19]) 2014 m. kovo 18 d. „Magyar Posta" e. laiškas.
([20]) Žr. 19 išnašą.
([21]) Žr. 19 išnašą.
([22]) Žr. 8 išnašą.

Įprastu laiku pristatomų adresuotų laikraščių ir leidinių platinimas

(33) „Magyar Posta“, remiantis jos pačios vertinimu ([23]), 2009–2011 m. užėmė maždaug [… %] rinkos dalį, 2012 m. – [… %], o 2013 m. – [… %].

(34) Šiomis aplinkybėmis reikėtų prisiminti, kad pagal nusistovėjusią teismo praktiką „labai didelės rinkos dalys pačios savaime, išskyrus išimtines aplinkybes, yra įrodymas, kad rinkos dalyvis užima dominuojančią padėtį. Tai tokia padėtis, kai rinkos dalis yra 50 %“ ([24]).

(35) Vienintelis „Magyar Posta“ konkurentas yra bendrovė „MédiaLOG“, kuri, remiantis pareiškėjo vertinimu ([25]), 2009–2011 m. užėmė maždaug [… %] rinkos dalį, 2012 m. – [… %], o 2013 m. – [… %].

(36) Remiantis turima informacija ([26]), „MédiaLOG“ laikraščius ir periodinius leidinius platina iš dalies savo priemonėmis ir iš dalies pasitelkdama subrangovus […].

(37) Dėl įėjimo į rinką Komisija pažymi, kad per paskutinius penkerius metus į susijusią rinką naujų dalyvių neįėjo, jai taip pat nėra žinoma, kad artimiausiu metu kas nors galėtų įeiti į tą rinką.

(38) Pareiškėjas nepateikė įtikinamų įrodymų, kad jo veiklą veikia konkurencija, galinti trukdyti jo augančiam dominavimui šioje rinkoje.

(39) Nepažeidžiant konkurencijos teisės aktų šiame sprendime, atsižvelgiant į 33–38 konstatuojamosiose dalyse išvardytus veiksnius, negalima daryti išvados, kad nagrinėjamų paslaugų kategorija yra tiesiogiai veikiama konkurencijos Vengrijoje. Todėl, kadangi Direktyvos 2014/25/ES 34 straipsnio 1 dalyje nustatytos sąlygos nėra įvykdytos, turėtų būti nustatyta, kad Direktyvos 2014/25/ES nuostatos toliau taikomos sutartims, kuriomis siekiama suteikti galimybę Vengrijoje vykdyti įprastu laiku pristatomų adresuotų laikraščių ir leidinių platinimo veiklą.

IV. **IŠVADOS**

(40) Atsižvelgiant į 3–39 konstatuojamosiose dalyse nagrinėtus veiksnius, laikytina, kad Direktyvos 2014/25/ES 34 straipsnio 1 dalyje nustatyta tiesioginio konkurencijos poveikio sąlyga įvykdyta Vengrijoje teikiant šias paslaugas:

a) pašto paslaugų teikėjų teikiamas paslaugas, susijusias su neadresuotų reklaminių leidinių platinimu;

b) pašto paslaugas, susijusias su anksti pristatomų adresuotų laikraščių platinimu.

(41) Kadangi laikoma, jog neribojamo patekimo į rinką sąlyga įvykdyta, Direktyva 2014/25/ES neturėtų būti taikoma, kai perkantieji subjektai sudaro sutartis, skirtas suteikti galimybei Vengrijoje teikti paslaugas, išvardytas 40 konstatuojamosios dalies a ir b punktuose, taip pat rengiant projektų konkursus dėl tokios veiklos vykdymo toje šalyje.

(42) Šis sprendimas pagrįstas teisine ir faktine padėtimi nuo 2013 m. lapkričio mėn. iki 2014 m. kovo mėn., kaip matyti iš įmonės „Magyar Posta“ ir Vengrijos valdžios institucijų pateiktos informacijos. Sprendimas gali būti persvarstytas, jei teisinė ar faktinė padėtis iš esmės pasikeistų ir dėl to Direktyvos 2014/25/ES 34 straipsnio 1 dalies taikymo sąlygos būtų nebevykdomos.

(43) Vis dėlto Direktyvos 2014/25/ES 34 straipsnio 1 dalyje nustatyta tiesioginio konkurencijos poveikio sąlyga laikytina neįvykdyta pašto paslaugų, susijusių su įprastu laiku pristatomų adresuotų laikraščių ir leidinių platinimu Vengrijos teritorijoje, atžvilgiu.

(44) Kadangi kai kurioms prašyme nurodytoms paslaugoms Direktyva 2014/25/ES ir toliau taikoma, primenama, kad kelių rūšių veiklą apimančios pirkimų sutartys turėtų būti vertinamos pagal Direktyvos 2014/25/ES 5 straipsnį.

([23]) Žr. 19 išnašą.
([24]) Žr. 2002 m. vasario 28 d. Pirmosios instancijos teismo (Trečiosios kolegijos) sprendimo *Atlantic Container Line AB ir kiti prieš Europos Bendrijų Komisiją*, T-395/94, Rink. p. II-00875, 328 punktą.
([25]) Žr. 19 išnašą.
([26]) Žr. 8 išnašą.

Tai reiškia, kad, kai perkantysis subjektas rengia mišrius pirkimus, t. y. pirkimus, kuriais siekiama paremti tiek veiklą, kuriai netaikoma Direktyva 2014/25/ES, tiek veiklą, kuriai ji taikoma, turi būti atsižvelgiama į pagrindinę veiklą, dėl kurios visų pirma siekiama sudaryti sutartį. Rengiant tokius mišrius pirkimus, kurių pagrindinis tikslas – remti veiklos rūšis, kurioms direktyva taikoma, turi būti taikomos Direktyvos 2014/25/ES nuostatos. Jei neįmanoma objektyviai nustatyti, dėl kurios rūšies veiklos visų pirma siekiama sudaryti sutartį, sutartis turi būti sudaroma pagal Direktyvos 2014/25/ES 5 straipsnio 5 dalį.

(45) Šiame sprendime numatytos priemonės atitinka Viešųjų sutarčių patariamojo komiteto nuomonę,

PRIĖMĖ ŠĮ SPRENDIMĄ:

1 straipsnis

Direktyva 2014/25/ES netaikoma sutartims, kurias sudaro perkantieji subjektai ir kuriomis siekiama leisti Vengrijoje teikti šias paslaugas:

a) pašto paslaugų teikėjų teikiamas paslaugas, susijusias su neadresuotų reklaminių leidinių platinimu;

b) pašto paslaugas, susijusias su anksti pristatomų adresuotų laikraščių platinimu.

2 straipsnis

Šis sprendimas skirtas Vengrijai.

Priimta Briuselyje 2014 m. gegužės 22 d.

Komisijos vardu

Michel BARNIER

Komisijos narys