II

(Ne teisėkūros procedūra priimami aktai)

SPRENDIMAI

KOMISIJOS SPRENDIMAS (ES) 2020/1671

2019 m. rugpjūčio 2 d.

dėl valstybės pagalbos SA.47867 2018/C (ex 2017/FC), kurią Prancūzija suteikė bendrovėms „Ryanair“ ir „Airport Marketing Services“

(pranešta dokumentu Nr. C(2019) 5729)

(Tekstas autentiškas tik prancūzų kalba)

(Tekstas svarbus EEE)

EUROPOS KOMISIJA,

atsižvelgdama į Sutartį dėl Europos Sąjungos veikimo, ypač į jos 108 straipsnio 2 dalies pirmą pastraipą,

atsižvelgdama į Europos ekonominės erdvės susitarimą, visų pirma į jo 62 straipsnio 1 dalies a punktą,

pakvietusi suinteresuotąsias šalis pateikti savo pastabas pagal minėtas nuostatas ([1]) ir atsižvelgdama į šias pastabas,

kadangi:

1. PROCEDŪRA

(1) 2017 m. kovo 23 d. Komisija gavo oro transporto bendrovės „Air France“ skundą ([2]), kuriame teigiama, kad 2010–2015 m. bendrovei „Ryanair“ buvo suteiktas pranašumas šiai teikiant oro susisiekimo paslaugas iš Monpeljė oro uosto ir į jį. Skunde teigiama, kad pagalba buvo teikiama per rinkodaros susitarimus, kuriuos su bendrove „Ryanair“ arba jos patronuojamąja bendrove „Airport Marketing Services“ (toliau – AMS) sudarė Turistinių ir ekonominių srautų skatinimo asociacija (toliau – APFTE). Pagal šiuos susitarimus 2010–2015 m. APFTE bendrovei „Ryanair“ sumokėjo maždaug 8,5 mln. EUR.

(2) 2017 m. gegužės 24 d. Komisija išsiuntė Prancūzijai nekonfidencialų skundo variantą ir paragino ją pateikti savo pastabas ir atsakyti į kai kuriuos su aptariamomis priemonėmis susijusius klausimus. 2017 m. liepos 12 d. Komisija priminė Prancūzijai pateikti 2017 m. gegužės 24 d. rašte prašomą informaciją.

(3) Prancūzija atsakymą pateikė 2017 m. rugpjūčio 18 d. raštu.

(4) 2017 m. rugsėjo 13 d. raštu Komisija paprašė Prancūzijos pateikti papildomos informacijos. 2017 m. spalio 9 d. Prancūzija paprašė daugiau laiko atsakymui pateikti. 2017 m. spalio 18 d. raštu Komisija sutiko pratęsti terminą.

([1]) OL C 406, 2018 11 9, p. 17.
([2]) Šis skundas papildo ankstesnį, 2009 m. lapkričio 27 d. pateiktą skundą (byla SA.30328 (2010/CP)).

(5) 2017 m. lapkričio 22 d. raštu Prancūzija pateikė Komisijai dalį prašomos informacijos.

(6) 2017 m. gruodžio 22 d. raštu Komisija priminė Prancūzijai pateikti likusius atsakymus.

(7) Prancūzija atsakymą pateikė 2018 m. sausio 29 d. raštu.

(8) 2018 m. liepos 4 d. raštu Komisija pranešė Prancūzijai apie savo sprendimą dėl šios pagalbos pradėti Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (SESV) 108 straipsnio 2 dalyje numatytą procedūrą (toliau – sprendimas pradėti procedūrą).

(9) Sprendimas pradėti procedūrą paskelbtas *Europos Sąjungos oficialiajame leidinyje* ([3]). Komisija paragino suinteresuotąsias šalis pateikti su šia pagalba susijusias pastabas.

(10) Komisija gavo „Ryanair“, Oksitanijos regiono, Hero prekybos ir pramonės rūmų, Monpeljė Vidužemio jūros metropolijos, Aukso krašto aglomeracijos bendruomenės, <…> ir APFTE pastabas šiuo klausimu. 2019 m. balandžio 15 d. ir gegužės 17 d. Komisija Prancūzijai perdavė „Ryanair“ pastabas (ir prašymą pateikti informacijos). Prancūzijai buvo suteikta galimybė atsakyti. Komisija 2019 m. birželio 13 d. raštu gavo Prancūzijos, o 2019 m. birželio 21 d. raštu – APFTE komentarus. 2019 m. birželio 18 d. Prancūzijai buvo perduotos kitų suinteresuotųjų šalių pastabos.

2. BENDROJO POBŪDŽIO INFORMACIJA APIE MONPELJĖ ORO UOSTĄ

2.1. Oro uosto ypatumai ir keleivių skaičius

(11) Monpeljė Vidužemio jūros oro uostas (toliau – Monpeljė oro uostas) yra maždaug 7 kilometrai nuo Prancūzijos Oksitanijos regiono Hero departamento sostinės Monpeljė centro. Šiame oro uoste vykdomi komerciniai vietiniai ir tarptautiniai skrydžiai.

(12) Pastaraisiais metais nustatytas Monpeljė oro uosto keleivių srautas apžvelgiamas 1 lentelėje. 2017 m. oro uoste apsilankė beveik 1,85 mln. keleivių, 2018 m. – 1,88 mln.

1 lentelė

Monpeljė oro uosto komercinis keleivių srautas 2010–2018 m. (keleivių skaičius)

Metai	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Vietiniai keleiviai ([1])	1 177 860	1 308 346	1 285 428	1 420 614	1 444 110	1 507 928	1 669 023	1 847 314	1 878 035
Iš jų tarptautinių keleivių	*295 334*	*400 818*	*398 609*	*391 855*	*433 923*	*480 667*	*616 564*	*661 456*	*641 005*
Iš jų nacionalinių keleivių	*882 526*	*907 528*	*886 819*	*1 028 759*	*1 010 187*	*1 027 261*	*1 052 459*	*1 185 858*	*1 237 030*
Tranzitu vykstantys keleiviai	2 588	4 930	2 787	2 179	1 224	2 242	2 063	2 096	1 928
Iš viso	**1 180 448**	**1 313 276**	**1 288 215**	**1 422 793**	**1 445 334**	**1 510 170**	**1 671 086**	**1 849 410**	**1 879 963**

([3]) Žr. 1 išnašą.

Metai	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Iš jų pigių skrydžių bendrovių keleivių	*275 341*	*378 980*	*397 819*	*441 388*	*464 170*	*507 965*	*577 198*	*679 148*	*708 273*

([1]) Monpeljė oro uoste kelionę pradėję ar baigę keleiviai, palyginti su tranzitu vykusiais keleiviais.

Šaltinis: http://www.aeroport.fr/view-statistiques/montpellier-mediterranee, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.

(13) Šiuo metu reguliariojo susisiekimo skrydžius iš Monpeljė oro uosto maršrutais Prancūzijoje, į kitas Europos šalis ir Magrebą vykdo kelios oro transporto bendrovės ([4]).

(14) Be šių reguliariojo susisiekimo skrydžių, kitus komercinius skrydžius 2010–2018 m. Monpeljė oro uoste sudarė daugiausia aviacijos klubų ir verslo aviacijos skrydžiai.

(15) „Ryanair“ Monpeljė oro uoste veiklą vykdė nuo 2002 m. kovo iki 2019 m. balandžio mėn.

(16) 2002 m. kovą Monpeljė oro uostas pradėjo bendradarbiauti su oro transporto bendrove „Ryanair“. Pradžioje ji vykdė reguliariojo susisiekimo skrydžius į Vokietijos Reino krašto-Pfalco žemėje esantį Frankfurto Hano oro uostą ir reguliariojo susisiekimo skrydžius į Londono Stanstedo oro uostą (jie buvo nutraukti 2009 m.). 2008 m. „Ryanair“ pradėjo vykdyti skrydžius į Belgijos Valonijos regione esantį Briuselio Šarlerua oro uostą, o 2010 m. – į Didžiosios Britanijos Jorkšyro grafystėje esantį Lidso Bradfordo oro uostą. 2009 m. pradėti vykdyti ir tais pačiais metais nutraukti skrydžiai į Bristolį. 2010 m. birželio 24 d. įsteigus APFTE, pradėti vykdyti skrydžiai į Frankfurto Hano, Briuselio Šarlerua ir Lidso Bradfordo oro uostus. 2011 m. balandžio 13 d. pradėti vykdyti skrydžiai į Birmingamą; jie nutraukti 2013 m. lapkričio mėn. Priešingai nei Monpeljė oro uostas, Lidso Bradfordo, Birmingamo, Briuselio Šarlerua ir Frankfurto Hano oro uostai yra „Ryanair“ bazės ([5]).

(17) 2017 m. spalį „Ryanair“ nustojo vykdyti skrydžius iš Monpeljė į Lidsą, o 2018 m. lapkritį – skrydžius iš Monpeljė į Frankfurto Hano oro uostą. 2019 m. balandį, liovusis vykdyti skrydžius iš Monpeljė į Briuselio Šarlerua oro uostą, „Ryanair“ nutraukė veiklą Monpeljė oro uoste.

2 lentelė

„Ryanair“ dalis Monpeljė oro uosto komerciniame keleivių sraute 2010–2019 m.

Metai	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019 m. sausis–balandis
Visas oro uosto keleivių srautas keleivių skaičiumi ([1])	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>
„Ryanair“ keleivių skaičius ([2])	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>
— skrydžiai į Hano oro uostą	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	
— skrydžiai į Šarlerua oro uostą	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>

([4]) „Air Algérie“, „Air Arabia“, „Air France“, „Air France Hop!“, „Aer Lingus“, „British Airways“, „Chalair Aviation“, „EasyJet“, „Eurowings“, KLM, „Norwegian“, „Royal Air Maroc“, „SAS Scandinavian Airlines“, „Transavia“, „TUI fly“, „Ural Airlines“, „Volotea“ (šaltinis: https://www.montpellier.aeroport.fr/vols-destinations/compagnies-aeriennes-montpellier/, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.).

([5]) Oro uostas, kuriame laikomas bent vienas „Ryanair“ lėktuvas ir įsikūręs jo ekipažas.

Metai	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019 m. sausis–balandis
— skrydžiai į Bradfordo oro uostą	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>	<…>		
— skrydžiai į Birmingamo oro uostą		<…>	<…>	<…>						
„Ryanair“ keleivių dalis (%) bendrame keleivių sraute	**[5-10]**	**[10-15]**	**[10-15]**	**[5-10]**	**[5-10]**	**[5-10]**	**[5-10]**	**[5-10]**	**[0-5]**	**[0-5]**

([1]) Komisija atkreipia dėmesį, kad Prancūzijos institucijų pateiktas bendras oro uosto keleivių skaičius šiek tiek skiriasi nuo Monpeljė oro uosto nurodyto ir 1 lentelėje pateikto keleivių skaičiaus.
([2]) Komisija atkreipia dėmesį, kad Prancūzijos institucijų pateiktas bendras „Ryanair“ keleivių skaičius nevisiškai sutampa su Prancūzijos institucijų pateiktų „Ryanair“ skrydžių maršrutų keleivių skaičių suma.

Šaltinis: Prancūzijos institucijų pateikta informacija.

(18) Kaip matyti iš 2 lentelės, nuo 2010 m. bendras iš Monpeljė oro uosto išvykstančių ir į jį atvykstančių „Ryanair“ keleivių skaičius sudarė santykinai nedidelę viso oro uosto keleivių srauto dalį (mažiau nei [10–15] %), t. y. 2010–2017 m. – nuo <…> iki <…> keleivių.

(19) Taip pat iš 2 lentelės matyti, kad nuo 2012 m. „Ryanair“ keleivių skaičius nuolat mažėjo. Vertinant „Ryanair“ keleivių skaičių nuo 2002 m., matyti, kad bendrovės keleivių skaičius Monpeljė oro uoste ėmė mažėti 2006 m. ([6]).

(20) Monpeljė oro uostas įsikūręs 57 km atstumu nuo Nimo ir Aleso Kamargo Sevenų oro uosto ir 70 km atstumu nuo Bezjė Agdo kyšulio oro uosto, kuriuose vykdomi tarptautiniai reguliariojo susisiekimo ir užsakomieji skrydžiai.

(21) 2019 m. balandį „Ryanair“ pradėjo vykdyti skrydžius iš Bezjė Agdo kyšulio oro uosto į Briuselio Šarlerua oro uostą. Nuo 2006 m. „Ryanair“ vykdo skrydžius iš Nimo oro uosto į Briuselio Šarlerua oro uostą.

2.2. **Oro uosto infrastruktūros eksploatavimas ir nuosavybė**

(22) 1964–2009 m. Monpeljė oro uostą valdė Monpeljė pramonės ir prekybos rūmai (toliau – CCIM, santrumpa taip pat vartojama Hero pramonės ir prekybos rūmams ([7]) įvardyti).

(23) 2009 m. birželio 23 d. oro uosto valdymas buvo perduotas akcinei bendrovei „Aéroport Montpellier Méditerranée“ (Monpeljė Vidužemio jūros uostas, toliau – AMM), kurios 60 % kapitalo priklauso Prancūzijos valstybei (kaip valstybiniam nacionalinio lygio administravimo subjektui), 25 % – CCIM, 7 % – Hero departamento tarybai, 6,5 % – Oksitanijos regionui ([8]), 1 % – Aukso krašto aglomeracijos bendruomenei ([9]) ir 0,5 % – Monpeljė Vidužemio jūros metropolijai ([10]) ([11]).

(24) Valstybė yra oro uosto infrastruktūros savininkė ir pagal koncesijos sutartį perdavė jos valdymą ir eksploatavimą bendrovei AMM.

(25) AMM ir „Ryanair“ sudarė šiuos susitarimus: <…>

([6]) Remiantis Prancūzijos institucijų pateikta informacija, „Ryanair“ keleivių skaičiaus pokyčiai 2002–2009 m. buvo tokie: <…> (2002 m.), <…> (2003 m.), <…> (2004 m.), <…> (2005 m.), <…> (2006 m.), <…> (2007 m.), <…> (2008 m.), <…> (2009 m.).
([7]) 2016 m. gruodį Hero departamente veikę Bezjė, Monpeljė ir Seto pramonės ir prekybos rūmai susijungė į Hero pramonės ir prekybos rūmus, kurių buveinė įsikūrė Monpeljė ir kurie turi dvi delegacijas – Sete ir Bezjė.
([8]) Atsirado 2014 m. susijungus Langedoko-Rusijono ir Pietų-Pirėnų regionams.
([9]) Anksčiau – Aukso krašto komunų bendruomenė.
([10]) Anksčiau – Monpeljė aglomeracijos bendruomenė.
([11]) Žr. https://www.montpellier.aeroport.fr/societe-aeroport/aeroport-montpellier-mediterranee/presentation-aeroport-montpellier/ (žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.).

3. BENDROJO POBŪDŽIO INFORMACIJA APIE APFTE

3.1. Įsteigimas ir paskirtis

(26) APFTE yra 2010 m. CCIM iniciatyva kartu su keliomis teritorinėmis valdžios institucijomis, konkrečiai Langedoko-Rusijono regiono (tapusio Oksitanijos regionu) taryba, Hero departamentu, Monpeljė aglomeracijos bendruomene (tapusia Monpeljė Vidužemio jūros metropolija), Aukso krašto komunų bendruomene, Monpeljė miestu (toliau – APFTE viešieji nariai), ir keliomis vietos įmonėmis įsteigta asociacija ([12]).

(27) APFTE įstatuose nurodyta, kad asociacijos veiklos tikslas yra „teritorijoje skatinti ir plėtoti turizmą, taip pat verslo turizmą, sudarant reklamos sutartis, perkant reklamą internete ir rinkodaros paslaugas ar kitomis reklamos priemonėmis, pavyzdžiui, dalyvaujant mugėse ir parodose, ir taip pritraukti klientų iš užsienio“ ([13]).

(28) Taigi, nepaisant asociacijai oficialiai suteiktų labai plačių įgaliojimų reklamuoti Monpeljė miestą ir teritoriją, ją steigdami steigėjai CCIM ir vietos bendrijos kaip pagrindinę paskirtį numatė galimybę sudaryti su oro transporto bendrovėmis „rinkodaros“ ir „reklamos“ susitarimus, kuriuos, kaip oro uosto valdytojas, anksčiau sudarydavo CCIM ([14]). Oficiali tyrimo procedūra patvirtino, kad praktikoje APFTE veiklos esmė buvo su oro transporto bendrovėmis sudaryti ir įgyvendinti vadinamuosius rinkodaros susitarimus ([15]), o visa papildoma APFTE veikla buvo skirta šiai praktikai remti.

(29) Abiejų susitarimų pobūdis nuodugniau analizuojamas 152 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, taip pat 189 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse.

(30) APFTE atsiradimas aiškinamas tuo, kad 2009 m. pasikeitė Monpeljė oro uosto valdytojas. Kaip oro uosto valdytojas, CCIM sutartis su oro transporto bendrovėmis, konkrečiai – oro uosto paslaugų sutartis ir rinkodaros susitarimus, sudarydavo tiesiogiai. Iš Prancūzijos institucijų pateiktų dokumentų matyti, kad tokia praktika pradėta taikyti maždaug 2001 m. Pagal šiuos rinkodaros susitarimus CCIM iš Monpeljė oro uoste skrydžius vykdančių oro transporto bendrovių, ypač pigių skrydžių (angl. *low cost*) bendrovių, pirko „rinkodaros“ paslaugų. Pagal šiuos susitarimus CCIM mokėjo atitinkamoms oro transporto bendrovėms už Monpeljė reklamavimą tų oro transporto

([12]) APFTE taikomos 1901 m. liepos 1 d. Įstatymo dėl asociacijos sutarties ir 1901 m. rugpjūčio 16 d. dekreto dėl šio įstatymo įgyvendinimo nuostatos.

([13]) Įstatų 3 straipsnis.

([14]) Šie motyvai aiškiai matyti iš įvairių su APFTE veikla susijusių dokumentų, visų pirma iš 2010 m. birželio 24 d. generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolo: „Nuo 2001 m. Monpeljė pramonės ir prekybos rūmai bandė pritraukti pigių skrydžių bendrovių į Monpeljė Vidužemio jūros oro uostą. Tai rūmams pavyko padaryti rūpinantis oro uosto plėtra kaip oro uosto koncesininkui. 2009 m. liepą CCI tapo akcinės bendrovės Monpeljė Vidužemio jūros oro uosto, turinčios valdybą ir stebėtojų tarybą, paprastu smulkiuoju akcininku, nes oro uostas tapo valstybės kontroliuojama įmone. Kitaip tariant, kadangi CCI nebebuvo oro uosto koncesininkas, tai nebeturėjo teisės sudaryti sutarčių su pigių skrydžių bendrovėmis. Todėl su regiono prefektūra ir visomis bendrijomis nusprendėme įsteigti teisinę struktūrą, kuri galėtų sudaryti internetinės rinkodaros susitarimus.„ Taip pat žr. 2011 m. kovo 29 d. CCIM generalinės asamblėjos nutarimus: “Turistinių ir ekonominių srautų skatinimo asociacijos (APFTE) tikslas – pritraukti daugiau lėktuvais atvykstančių turistų. Asociacija perėmė CCI sudarytus oro uostu besinaudojančių oro transporto bendrovių klientų skatinimo susitarimus. Šiandien turime du susitarimus: pirmasis sudarytas su AIRPORT MARKETING SERVICES ir skirtas RYANAIR vykdomiems skrydžių maršrutams, antrasis – su <…> skrydžiams į <…>.“

([15]) Taip pat žr. 195 konstatuojamąją dalį dėl su skrydžiais nesusijusia bendrove pasirašyto rinkodaros susitarimo, kuris nebuvo įgyvendintas.

bendrovių interneto svetainėse. Nors susitarimus su oro transporto bendrovėmis sudarė vien CCIM, rinkodaros paslaugos buvo apmokamos ne vien CCIM, bet ir vietos bendrijų, su kuriomis CCIM savo ruožtu pasirašė atitinkamus susitarimus, lėšomis. Būtent kartu su šiomis vietos bendrijomis 2010 m. CCIM įsteigė ir finansavo APFTE ([16]).

(31) Remiantis su APFTE ir jos steigėjų viešųjų narių veikla susijusiais dokumentais, pavyzdžiui, 2010 m. birželio 24 d. APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolu, matyti, kad APFTE buvo įsteigta po to, kai CCIM 2009 m. tapo smulkiuoju AMM akcininku. Kadangi nebebuvo oro uosto koncesininkas, CCIM nebegalėjo sudaryti susitarimų su mažų kainų (angl. *low cost*) oro transporto bendrovėmis, kad „pritrauk[tų] pigių skrydžių bendrovių į Monpeljė Vidužemio jūros oro uostą“. Todėl APFTE „su regiono prefektūra ir visomis bendrijomis nusprendė įsteigti teisinę struktūrą, kuri galėtų sudaryti internetinės rinkodaros susitarimus“, kuriuos anksčiau, kaip oro uosto koncesininkas, sudarydavo CCIM. ([17]) Buvo nuspręsta, kad naudinga tęsti bendradarbiavimą su pigių skrydžių bendrovėmis dėl jų indėlio į vietos ekonomiką ([18]).

([16]) Taip pat žr. 2010 m. gegužės 26 d. CCIM generalinės asamblėjos nutarimo 6 puslapį: „CCIM buvo vienintelis su įvairiomis rinkodaros bendrovėmis turizmo skatinimo mūsų teritorijoje susitarimus pasirašęs kontrahentas. Be to, CCI pasirašė susitarimus su srautų skatinimo veikloje dalyvavusiomis bendrijomis. [Ekonomikos ir finansų generalinės kontrolės institucija] nusprendė, kad CCIM prisiėmė teisinę ir finansinę riziką, nors ir nebebuvo koncesininkas. Vis dėlto šių srautų svarbos vietos turizmui įrodinėti nebereikia. Šiandien rinkodaros paslaugų nuperkama už 1,8 mln. eurų, o ekonominiai rezultatai siekia 60 mln. eurų. CCIM ir bendrijos sutaria dėl to, kad šiuos veiksmus būtina tęsti. „Taip pat žr. Langedoko-Rusijono regiono tarybos 2012 m. liepos 20 d. protokolo 1 puslapį: “Atsižvelgiant į Monpeljė oro uosto valdymo pokyčius, buvo įsteigta Turistinių ir ekonominių srautų skatinimo asociacija (APFTE), kuri tęs su Monpeljė oro uoste skrydžius vykdančiomis oro transporto bendrovėmis vykdytą teritorijos reklamą.“

([17]) Šie motyvai aiškiai matyti iš įvairių su APFTE veikla susijusių dokumentų, visų pirma iš 2010 m. birželio 24 d. generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolo: „[CCIM atstovas (kuris tame posėdyje vėliau buvo išrinktas APFTE pirmininku)] pasveikino visus dalyvius ir padėkojo jiems, kad susirinko, nors buvo pakviesti prieš labai trumpą laiką. Turizmo srautai, t. y. daugiausia iš Šiaurės Europos pigių skrydžių bendrovių atskraidinami klientai, yra išties svarbūs ir visoms su turizmu veiklą siejančioms bendrovėms, ir prekybai, ir nekilnojamojo turto sektoriui. Nuo 2001 m. Monpeljė pramonės ir prekybos rūmai bandė pritraukti pigių skrydžių bendrovių į Monpeljė Vidužemio jūros oro uostą. Tai rūmams pavyko padaryti rūpinantis oro uosto plėtra kaip oro uosto koncesininkui. 2009 m. liepą CCI tapo akcinės bendrovės Monpeljė Vidužemio jūros oro uosto, turinčios valdybą ir stebėtojų tarybą, paprastu smulkiuoju akcininku, nes oro uostas tapo valstybės kontroliuojama įmone. Kitaip tariant, kadangi CCI nebebuvo oro uosto koncesininkas, tai nebeturėjo teisės sudaryti sutarčių su pigių skrydžių bendrovėmis. Todėl su regiono prefektūra ir visomis bendrijomis nusprendėme įsteigti teisinę struktūrą, kuri galėtų sudaryti internetinės rinkodaros susitarimus. Šį asociacijos tipo subjektą turi sudaryti 3 kolegijos, kad jis atitiktų 2010 m. sausio „Fillon“ aplinkraštyje numatytus teisinius reikalavimus <…>.“

Kalbant apie su oro transporto bendrovėmis sudarytų rinkodaros susitarimų veikimą, šiame protokole nurodyta: „Prie aptarimo prisijungęs <…> nurodė, kad nuo 2001 m. dirba su rinkodaros susitarimais. Dažniausiai šių susitarimų tikslas yra įvairių pigių skrydžių bendrovių interneto svetainėse reklamuoti Monpeljė maršrutą. Už šias paslaugas, kaip už bet kurią kitą reklamą visomis reklamavimo priemonėmis, išrašomos sąskaitos faktūros. Nepaisant sunkumų ir pigių skrydžių bendrovių paslaugų kainų, matome, kad vietos įmonės iš to gauna daug naudos. Šiandien asociacija yra geriausiai įstatymų reikalavimus atitinkanti subjekto forma ir dėl pigių skrydžių dinamikos padeda vystytis teritorijos ekonomikai. <…>.“

Taip pat žr. 2015 m. balandžio 8 d. „La Tribune Occitanie-Montpellier“ pacituotą APFTE pirmininko viešą pareiškimą: „Kadangi bendrijos pačios negali su pigių skrydžių bendrovėmis sudaryti rinkodaros susitarimų, buvo rastas sprendimas sudaryti šiuos susitarimus per asociaciją“, – ginasi APFTE pirmininkas <…>. – Bendrijų apskaitoje tai priskiriama subsidijoms, o asociacija pasirašo internetinės reklamos susitarimus. Nematau, kur čia galėtų būti mokesčių mokėtojų apgaudinėjimas! CCI įsteigė APFTE leidus valstybės tarnyboms, konkrečiai – prefektui <…>. Dokumentai ką tik perduoti metropolijos tarnyboms.“ (https://objectif-languedoc-roussillon.latribune.fr/entreprises/tourisme/2015-04-08/apres-le-gel-du-soutien-aux-compagnies-low-cost-a-montpellier-le-president-de-l-apfte-reagit.html, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.).

Taip pat žr. Aukso krašto komunų bendruomenės 2010 m. birželio 23 d. nutarimą, kuriame nurodomas palankus pigių skrydžių bendrovių keleivių srauto poveikis regionui ir kalbant apie šias bendroves pažymima: „Kad šios bendrovės veiktų, reikalingas bendrijų finansinis indėlis ne ilgiau kaip 3 metus teikiamos pagalbos pradedant vykdyti skrydžius maršrutais pavidalu, vėliau – pagalbos reklamuojant maršrutą, teikiamos perkant reklamos plotus bendrovių interneto svetainėse, pavidalu.“

([18]) Žr. 2010 m. birželio 24 d. APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolą: „Nepaisant sunkumų ir pigių skrydžių bendrovių paslaugų kainų, matome, kad vietos įmonės iš to gauna daug naudos.“

(32) Taigi, iš APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolo matyti, kad asociaciją derėtų laikyti „geriausiai įstatymų reikalavimus atitinkančia subjekto forma, dėl pigių skrydžių dinamikos padedančia vystytis teritorijos ekonomikai“.

(33) Šis asociacijos tipo subjektas pirma buvo įsteigtas kartu su privačiomis vietos įmonėmis, po to prie jo prisijungė viešieji nariai. Tokį būdą pasirinko CCIM, kad greičiau įsteigtų asociaciją, nes bendrijų ir viešojo sektoriaus institucijų atstovų paskyrimas būtų kiek užtrukęs ([19]).

(34) 2017 m. CCIM ir kiti viešieji nariai nusprendė, kad nuo 2018 m. dėl vietos ir Europos lygiu vykstančių bylinėjimųsi ir tyrimuose iškelto jos teisėtumo klausimo APFTE nutrauks savo veiklą, tačiau kaip organizacija išliks ([20]). Prancūzijos institucijos nurodė, kad 2017 m. gruodžio 20 d. APFTE generalinė asamblėja patvirtino sprendimą nuo 2018 m. sezono nebenaudoti asociacijos turizmo srautams skatinti. Prancūzijos institucijos nurodė, kad apie šį sprendimą APFTE informavo bendrovę „Ryanair“ 2018 m. sausio 18 d. raštu.

3.2. **Sudėtis ir organai**

(35) APFTE turi maždaug 30 narių, iš kurių apie 20 ([21]) yra privačios, visą ar dalį savo veiklos turizmo (viešbučių, turistams apgyvendinti skirtų apartamentų ir t. t.) sektoriuje vykdančios organizacijos. Viešieji APFTE nariai taip pat yra CCIM atstovai, nurodytų vietos teritorinių bendrijų – Oksitanijos regiono, Hero departamento, Monpeljė Vidužemio jūros metropolijos, Aukso krašto komunų aglomeracijos bendruomenės, taip pat Monpeljė miesto – atstovai.

(36) Įsteigus APFTE, jos narės viešojo sektoriaus institucijos nusprendė, kad asociacija turės tris valdymo organus – generalinę asamblėją (eilinį ir neeilinį visuotinį narių susirinkimą), valdybą (toliau – valdyba) ir biurą (kurį sudaro pirmininkas, iždininkas ir sekretorius), kad tenkintų Prancūzijos įstatymų reikalavimus dėl teritorinių bendrijų įsteigtų asociacijų ir valstybės įstaigų, viešojo sektoriaus institucijų ir pagal privatinę teisę veikiančių įmonių ([22]).

(37) APFTE įstatuose nustatyta, kad generalinė asamblėja tvirtina praėjusių finansinių metų finansinės atskaitomybės dokumentus, balsuoja dėl kitų finansinių metų biudžeto, svarsto visus dienotvarkėje numatytus klausimus ir prireikus pratęsia valdybos narių įgaliojimus. Generalinę asamblėją sudaro laiku įmokas mokantys asociacijos nariai, ji posėdžiauja bent kartą per metus. Visi nutarimai priimami paprasta balsų dauguma, išskyrus sprendimus dėl 10 000 EUR viršijančių sutartimis prisiimamų įsipareigojimų. Tokiais atvejais generalinės asamblėjos nutarimai priimami dviejų trečdalių balsų dauguma. Būtent taip priimami sprendimai dėl visų 10 000 EUR viršijančių rinkodaros susitarimų.

(38) Taip pat įstatuose numatyta, kad APFTE valdo valdyba, kurią sudaro ne mažiau kaip devyni ir ne daugiau kaip dvidešimt penki generalinės asamblėjos paskirti nariai. Valdyba, kaip numatyta jos patvirtintose darbo tvarkos taisyklėse, iš savo narių išrenka biurą, kurį sudaro pirmininkas, vienas ar keli pirmininko pavaduotojai, sekretorius ir iždininkas. Valdyba renkasi ne mažiau kaip du kartus per metus, šaukiama savo pirmininko, mažiausiai pusės narių prašymu ir su sąlyga, kad dalyvauja trečdalis narių. Nutarimai einamaisiais klausimais priimami balsų dauguma, o prisiimant įsipareigojimus daugiau nei vieniems metams ir už daugiau nei 10 000 EUR – dviejų trečdalių balsų dauguma.

([19]) Žr. 2010 m. birželio 24 d. APFTE steigiamojo posėdžio protokolą: „CCI priėmė sprendimą pirma šią asociaciją įsteigti kartu su privačiomis įmonėmis, nes bendrijos ir pusiau valstybinės institucijos turi apsvarstyti ir paskirti savo atstovus, o tam reikia laiko.“

([20]) Žr. 2017 m. lapkričio 29 d. APFTE generalinės asamblėjos nutarimą („Dėl daugelio Europos Komisijos inicijuotų Prancūzijoje atliekamų tyrimų ir bendrovės „Anticor“ prieš APFTE ir daugumą jos finansuotojų pateikto skundo Hero prefektas nuo 2016 m. APFTE narių prašo vietoje APFTE surasti kitų būdų finansuoti teritorijos rinkodaros projektus. Šis primygtinis prašymas 2018 metams tapo reikalavimu.“), 2018 m. sausio 24 d. CCIM generalinės asamblėjos posėdžio protokolą, Aukso krašto aglomeracijos bendruomenės generalinės asamblėjos 2017 m. birželio 28 d. ir 2018 m. vasario 22 d. protokolus ir 2017 m. balandžio 25 d. valdybos posėdžio protokolą.

([21]) Tikslus narių skaičius kasmet kinta.

([22]) Kaip nurodyta 2010 m. birželio 24 d. APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokole.

(39) Pagal APFTE įstatus pirmininkas atstovauja asociacijai jos kasdienėje veikloje, jam suteikti tam reikalingi įgaliojimai. Jis pasirašo sutartis ir susitarimus, kuriais APFTE prisiima įsipareigojimus. Iki šiol APFTE pirmininko pareigas ėjo trys asmenys. Visi jie anksčiau buvo susiję su CCIM arba su APFTE finansuojančiomis teritorinėmis bendrijomis.

a) Pirmasis APFTE pirmininkas 2010 m. ir 2016–2019 m. buvo visateisis CCIM narys, 2013–2015 m. – CCIM techninis konsultantas. Šis asmuo APFTE pirmininkavo nuo 2010 m. birželio iki 2011 m. kovo, tuomet nuo 2012 m. gruodžio iki 2018 m., taip pat nuo 2012 m. spalio iki gruodžio buvo APFTE pirmininko pavaduotoju (turėjusiu teisę veikti APFTE pirmininko vardu).

b) Nuo 2011 m. balandžio iki 2012 m. vasario APFTE pirmininkas 2011–2012 m. ėjo ir CCIM techninio konsultanto pareigas ([23]).

c) Jį pakeitęs asmuo (pirmininkavęs nuo 2012 m. vasario iki 2012 m. gruodžio) tuo pat metu buvo ir Langedoko-Rusijono ekonomikos, socialinių reikalų ir aplinkosaugos regiono tarybos, vadinasi, vienos iš APFTE priklausiusių teritorinių bendrijų, pirmininkas.

(40) Be to, iš APFTE ir jos valdymo organų protokolų ir ataskaitų matyti, kad APFTE dar turėjo ir vien iš vietos bendrijų ir CCIM narių sudarytą komitetą, į kurį nebuvo įtraukti privatūs subjektai nariai – „valdymo komitetą“ (nuo 2011 m. kovo), kuris vėliau tapo „finansuotojų komitetu“. Šie komitetai įstatuose neminimi.

a) Valdymo komiteto „tikslas – suburti [APFTE] finansuotojas bendrijas“. Šis komitetas turėjo uždavinį „pasirinkti ir patvirtinti strateginius skrydžių maršrutų plėtros ir su tuo susijusio biudžeto sprendimus. Prireikus prieš valdymo komiteto posėdį surengiamas parengiamasis visų bendrijų technikos specialistų susitikimas“. ([24]) Komitetas buvo įsteigtas pareikalavus vietos bendrijoms ([25]), norėjusioms įsitikinti, kad finansuotinus rinkodaros susitarimus parinks ne vien naujasis oro uosto veiklos vykdytojas – AMM ([26]). Šio komiteto Komisijai pateiktoje ataskaitoje nurodyta, kad jį sudaro bendrijų (regiono, departamento, Aukso krašto, Monpeljė aglomeracijos, Monpeljė miesto) atstovai, CCIM ir APFTE biuro atstovai. Ataskaitose taip pat nurodyta, kad komitetui priklauso ir vienas AMM narys, APFTE nariams finansuotojams siūlantis strateginius sprendimus ([27]).

([23]) Žr. 2011 m. vasario 2 d. CCIM generalinės asamblėjos nutarimą: „Ši asociacija buvo įsteigta paklūstant CGEFI (Ekonomikos ir finansų generalinės kontrolės institucija), kuri nebepageidavo, kad smulkiuoju akcinės bendrovės Monpeljė Vidužemio jūros oro uosto akcininku tapę CCIM ir toliau sudarytų sutartis su pigių skrydžių bendrovėmis, reikalavimams. Asociacija buvo įsteigta 2010 m. liepą ir CCI paskyrė [APFTE pirmininką nuo 2010 birželio iki 2011 m. kovo] ir <…>. Reikia surasti jiems pamainą. 2011 m. sausio 27 d. biuras pasiūlė CCI atstovais Turizmo srautų asociacijoje paskirti: [asmenį, kuris vėliau buvo APFTE pirmininkas nuo 2011 m. balandžio iki 2012 m. vasario] ir <…>.“

([24]) Žr. 2011 m. kovo 28 d. APFTE valdymo komiteto parengiamojo techninio posėdžio ataskaitą. Šiame posėdyje dalyvavo APFTE biuro, visų APFTE finansuojančių bendrijų (t. y. regiono, departamento, Monpeljė aglomeracijos bendruomenės, Aukso krašto komunų bendruomenės, Monpeljė miesto) atstovai, taip pat CCIM ir Monpeljė oro uosto atstovai. Posėdžio pabaigoje buvo pabrėžta, kad valdymo komitetas „turės pradėti diskusiją apie turizmo srautų plėtrą ir priimti strateginius sprendimus dėl įvairių oro uosto pasiūlytų gairių“.

([25]) Žr. 2011 m. balandžio 8 d. APFTE valdymo komiteto posėdžio protokolą.

([26]) Žr. 2011 m. kovo 18 d. APFTE valdybos posėdžio protokolą: „Šis komitetas parinks skrydžių maršrutus turistinių ir ekonominių srautų skatinimo reikmėms. Monpeljė aglomeracija atsisako finansuoti jos nepatvirtintus teritorijos vystymo veiksmų planus. Departamentas ir regionas sutinka, kad tokį organą steigti būtina. Finansavimą teikiančios organizacijos nori dalyvauti tikroje savo teritorijos turistinės ir ekonominės plėtros strategijoje. Jos nepageidauja tvirtinti vien Monpeljė oro uosto sprendimus.“
Taip pat žr. 2011 m. kovo 18 d. APFTE valdybos posėdžio protokolą: „Bendrijos yra finansavimą teikiančios organizacijos, tad jų dalyvavimas ir parama šiai veiklai yra būtina.„ “ Be to, įsteigiant valdymo organą, reikia sudaryti finansuotojams sąlygas dalyvauti priimant sprendimus dėl naujų maršrutų parinkimo.“

([27]) Žr. 2011 m. kovo 28 d. pirmojo valdymo komiteto posėdžio parengtinio techninio posėdžio ataskaitos išvadą: „Valdymo komitetas turės pradėti diskusiją apie turizmo srautų plėtrą ir priimti strateginius sprendimus dėl įvairių oro uosto pasiūlytų gairių.“

b) Be to, su APFTE veikla susiję dokumentai rodo, kad vėliau, bent jau nuo 2012 m., komiteto pavadinimas buvo pakeistas į „finansuotojų komitetą“, o jos nariai buvo tos pačios institucijos. Prancūzijos institucijos patvirtino, kad, kaip teigė APFTE, „finansuotojų komitetas“ yra tas pats organas kaip ir „valdymo komitetas“, tik tam tikru metu vadintas skirtingai.

3.3. **Sprendimų priėmimas APFTE**

(41) Kaip nustatyta APFTE įstatuose ir nurodo Prancūzijos institucijos, sprendimų dėl rinkodaros susitarimų sudarymo priėmimo APFTE viduje procedūra yra tokia:

— Valdybai pristatomos geografinės vietovės, kurias siūloma reklamuoti įgyvendinant turizmo rinkodaros paslaugų sutarimus, o ji pateikia savo nuomonę apie tas vietoves.

— Šie pasiūlymai teikiami tvirtinti generalinei asamblėjai.

— Jei generalinė asamblėja juos patvirtina (dviejų trečdalių balsų dauguma, jei rinkodaros susitarimo suma didesnė nei 10 000 EUR), pradedama „viešojo pirkimo“ procedūra.

— Pasiūlymų nagrinėjimo rezultatai pateikiami valdybai, ji išsako savo nuomonę.

— Tuomet rezultatai pateikiami generalinei asamblėjai, o ji duoda pirmininkui leidimą pasirašyti sutartis (dviejų trečdalių balsų dauguma, jei rinkodaros susitarimo suma didesnė nei 10 000 EUR; šis sprendimas užfiksuojamas generalinės asamblėjos posėdžio protokole).

— Pagal atitinkamą procedūrą, jei reikia, parengiami ir išsiunčiami pranešimai apie atmetimą.

— Pagal atitinkamą procedūrą parengiami ir išsiunčiami pirmininko pasirašyti pranešimai apie sutarties sudarymą kartu su pirmininko pasirašytais kiekvieno pasirinkto pasiūlymo įsipareigojimo aktais ir kainoraščiais.

(42) Taigi, nors pateiktoje informacijoje nenurodyta, kalbant apie geografines vietoves, kurios būtų reklamuojamos įgyvendinant turizmo rinkodaros paslaugų susitarimus, APFTE praktikoje, prieš pradedant svarstyti valdybai ir generalinei asamblėjai, biudžeto prioritetus ir APFTE veiklos gaires (t. y. pasirašomus rinkodaros susitarimus) nustatydavo kiti organai.

(43) Iš APFTE, jos komitetų ir viešųjų narių ataskaitų ir protokolų matyti, kad iš tiesų prioritetines geografines vietoves, kurias ketinama reklamuoti įgyvendinant turizmo rinkodaros paslaugų sutarimus, pirmiau parinkdavo CCIM ir AMM, o nuo 2011 m. – taigi, prieš teritorinėms bendrijoms faktiškai pervedant lėšas APFTE – teritorinės bendrijos ir CCIM ([28]). Iš tiesų teritorinės bendrijos ir CCIM dėl pasirinktų sutarčių susitardavo prieš pateikdami pasiūlymus generalinei asamblėjai. Nuo 2011 m. kovo procedūra buvo tokia: be įstatuose nurodytų organų, APFTE turi papildomus komitetus – valdymo komitetą (įsteigtą 2011 m. kovą) ir finansuotojų komitetą, kurie glaudžiai susiję su generalinei asamblėjai pateikiamų rinkodaros susitarimų parinkimu. Prieš įsteigiant finansuotojų komitetą, AMM turėjo didelę įtaką parenkant APFTE pasirašomus susitarimus. Vėliau teritorinės bendrijos atsisakė tvirtinti AMM pasirinktus sprendimus be galimybės veikti savo nuožiūra, todėl ir buvo įsteigtas valdymo komitetas. Vėliau teritorinės bendrijos atsisakė tvirtinti AMM pasirinktus sprendimus be galimybės veikti savo nuožiūra, todėl ir buvo įsteigtas valdymo komitetas ([29]).

([28]) Žr. 40 konstatuojamąją dalį.

([29]) Žr. 2011 m. balandžio 8 d. pirmojo valdymo komiteto posėdžio ataskaitą: „Pirmasis Langedoko-Rusijono regiono pirmininko pavaduotojas <…> pabrėžė, kad nesutinka patvirtinti oro uosto bendrovės pasirinkimo prieš tai jo neaptaręs; kad, jei ketinama ir toliau taikyti iki šiol taikytą tvarką, regionas nebeteiks finansavimo„ “Monpeljė CCI pirmininkė <…> pageidauja, kad tas komitetas nustatytų strateginės plėtros kryptis.“

(44) Realios finansavimą teikiančių APFTE viešųjų narių įtakos priimant asociacijos sprendimus klausimas bus išsamiai aptariamas analizuojant finansinius išteklius ir priemonių priskyrimą valstybei ([30]).

3.4. **Finansiniai ištekliai**

(45) APFTE finansinius išteklus sudaro i) generalinės asamblėjos nustatyto dydžio narystės įnašai ir ii) įvairių APFTE narių papildomai mokami metiniai įnašai ar subsidijos. Pagrindinę APFTE išteklių dalį sudaro metiniai jos narių viešųjų subjektų įnašai, kaip nurodyta toliau pateiktoje lentelėje. Iš tiesų APFTE narystės įnašai sudaro tik labai nedidelę asociacijos pajamų dalį. Kadangi vienas narys moka 50 ar 100 EUR dydžio metinį įnašą, nuo 2010 m. bendra narystės įnašų suma neviršijo 1 550 EUR.

([30]) 106 ir paskesnės konstatuojamosios dalys.

3 lentelė

APFTE pajamų kilmė 2010–2019 m.

Metai	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 [1]	2019 [2]	2010–2019
Vietos bendrijų ir CCIM subsidijos eurais (subjekto įnašo dalis)											
Langedoko-Rusijono regiono taryba (tapusi Oksitanijos regionu)	283 670 (30 %)	550 000 (27 %)	509 024 (25 %)	550 000 (23 %)	446 830 (28 %)	587 696 (36 %)	509 174 (32 %)	355 239 (32 %)	75 000 (34 %)	0	**3 866 633 (29 %)**
Hero departamento taryba	283 670 (30 %)	559 746 (27 %)	509 024 (25 %)	550 000 (23 %)	150 000 (10 %)	0 (0 %)	111 092 (7 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	0	**2 163 532 (16 %)**
Monpeljė aglomeracijos bendruomenė (tapusi Monpeljė Vidužemio jūros metropolija) ir Monpeljė miestas	283 670 (30 %)	730 473 (36 %)	706 524 (35 %)	747 500 (31 %)	644 331 (41 %)	747 500 (46 %)	692 015 (44 %)	505 865 (45 %)	75 000 (34 %)	0	**5 132 878 (38 %)**
Aukso krašto aglomeracijos bendruomenė	85 000 (9 %)	85 000 (4 %)	100 000 (5 %)	119 915 (5 %)	97 574 (6 %)	130 803 (8 %)	110 092 (7 %)	107 250 (10 %)	21 500 (10 %)	0	**857 134 (6 %)**
CCIM (tapę Hero pramonės ir prekybos rūmais)	0 [3] (0 %)	125 000 (6 %)	212 000 (10 %)	440 000 (18 %)	232 500 (15 %)	150 000 (9 %)	150 000 (10 %)	150 000 (13 %)	51 000 (23 %)	0	**1 510 500 (11 %)**

Metai	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 (1)	2019 (2)	2010–2019
Įvairių APFTE narių narystės įnašai											
50–100 EUR dydžio įnašai	1 100	50	1 550	1 500	0	600	0	0	0	0	**4 800**
(Įnašų dalis visame APFTE biudžete)	(0,117 %)	(0,002 %)	(0,076 %)	(0,062 %)	(0 %)	(0,037 %)	(0 %)	(0 %)	(0 %)	(0 %)	**(0,035 %)**
Vietos bendrijų ir CCIM subsidijos eurais (subjekto įnašo dalis)											
Bendras APFTE biudžetas eurais (4) **(subsidijos ir įnašai)**	**937 110**	**2 050 269**	**2 038 112**	**2 408 915**	**1 571 235**	**1 616 599**	**1 572 373**	**1 118 354**	**222 500**	**0**	**13 535 477**

(1) Prancūzijos institucijų nurodytos prognozuojamos sumos.
(2) Prancūzijos institucijų nurodytos prognozuojamos sumos.
(3) Vis dėlto Prancūzijos institucijų pateikta informacija rodo, kad 2010 m. vasarį–rugsėjį CCIM pervedė bendrovėms „Ryanair“ ir AMS <…> sumą dar iki pirmojo rinkodaros susitarimo pasirašymo 2010 m. rugsėjo 16 d.
(4) Dera atkreipti dėmesį, kad viešieji nariai tam tikrų metų subsidijas patvirtino ir pervedė APFTE tik kitais metais, kaip matyti iš Komisijai pateiktų tų viešųjų narių nutarimų. Taip pat žr. 49 konstatuojamąją dalį.

Šaltinis: Prancūzijos institucijų pateikta informacija.

(46) APFTE gauti valdžios sektoriaus įnašai daugiausia buvo naudojami mokėjimams pagal APFTE su oro transporto bendrovėmis sudarytus rinkodaros susitarimus, o didžiausia dalis – maždaug 8,5 mln. EUR arba [60–70] % viso APFTE 2010–2019 m. biudžeto ([31])– buvo sumokėta pagal su „Ryanair“ arba jos patronuojamąja bendrove AMS sudarytus rinkodaros susitarimus ([32]).

(47) Be to, išnagrinėjus įvairius šių viešųjų subjektų priimtus nutarimus, kuriais patvirtinamos APFTE biudžeto subsidijos, matyti, kad šie subjektai savo subsidijų dydį nustatė remdamiesi APFTE „skatinimo programos projektu“, kurį parengė finansavimą teikiantys viešieji nariai ([33]) ir po to patvirtino asociacijos generalinė asamblėja ir kuriame aiškiai nurodyta, kaip numatoma panaudoti APFTE išteklius. Šiose programose taip pat nurodomi skrydžių maršrutai, su kuriais siejama skatinimo veikla ([34]).

(48) Valdžios sektoriaus įmokos buvo mokamos subsidijų APFTE pavidalu pagal APFTE ir atitinkamų viešųjų subjektų sudarytas dvišales sutartis. Prancūzijos institucijos pateikė Komisijai didžiąją tų sutarčių dalį, išskyrus priedus ([35]).

(49) Iš Prancūzijos institucijų pateiktų dokumentų apie APFTE veiklą matyti, kad viešieji subjektai reguliariai mokėjo finansinius įnašus už 3 lentelėje nurodytus biudžetinius metus tuo metu, kai skatinimo programa jau buvo patvirtinta (jiems dalyvaujant) ir pratęsus (53) ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse išsamiai aprašytus rinkodaros susitarimus su „Ryanair“ ir AMS. Taigi:

a) 2010 m. su AMS pasirašytą rinkodaros susitarimą (galiojusį nuo 2010 m. liepos 1 d. iki 2011 m. gruodžio 31 d.) generalinė asamblėja balsavimu patvirtino 2010 m. rugsėjo 16 d. ir tą pačią dieną jį pasirašė APFTE. Komisijos turimos 2010 biudžetinių metų finansavimo sutartys su teritorinėmis bendrijomis buvo pasirašytos 2011 m., o 2011 biudžetinių metų finansavimo sutartys – tarp 2011 m. birželio ir lapkričio mėn. ([36]);

([31]) Žr. 82 konstatuojamojoje dalyje pateiktą 4 lentelę.

([32]) Taip pat žr.82, 107 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis.

([33]) Žr. 2011 m. kovo 28 d. valdymo komiteto parengiamojo techninio posėdžio ataskaitą: „2011 m. balandžio 8 d. valdymo komitetas patvirtins turizmo srautų skatinimo plėtros planą.“

([34]) Žr., pvz., Monpeljė aglomeracijos bendruomenės nutarimus Nr. 10397 (2011 m. rugsėjo 29 d.) ir Nr. 11796 (2013 m. liepos 25 d.). Monpeljė aglomeracijos bendruomenė savo 2011 m. rugsėjo 29 d. nutarime, kuriuo patvirtino 550 000 EUR įnašą į 2011 m. APFTE biudžetą, nurodė: „Monpeljė aglomeracijos bendruomenės (CAM) 2011 m. įnašas sudaro ne daugiau kaip 25 % viso 2011 m. internetinės rinkodaros susitarimų biudžeto, kurio numatoma suma siekia 2 095 972 EUR. Šis įnašas negali viršyti 550 000 EUR, skiriamų 2011 m. balandžio 20 d. generalinės asamblėjos patvirtintų skrydžių maršrutų skatinimo programos projektui. Susitarimo priede pateikta skrydžių maršrutų programa apima skrydžių maršrutus į <…> Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo, <…> ir Birmingamo oro uostus. Šis įnašas bus mokamas pagal mėnesių, kuriais buvo vykdoma rinkodaros veikla, skaičių, pateikus atitinkamas sąskaitas faktūras.“

([35]) Komisija turi regiono (Langedoko-Rusijono regiono tarybos ir Oksitanijos regiono) su APFTE pasirašytas 2011–2017 m. biudžeto finansavimo sutartis.
Komisija turi departamento (Hero bendrosios tarybos) su APFTE pasirašytas 2010–2014 m. biudžeto finansavimo sutartis.
Komisija turi Monpeljė aglomeracijos bendruomenės ir Monpeljė Vidužemio jūros metropolijos su APFTE pasirašytas 2010–2016 biudžetinių metų finansavimo sutartis.
Komisija turi Aukso krašto aglomeracijos bendruomenės su APFTE pasirašytas 2010–2018 biudžetinių metų finansavimo sutartis.
Komisija turi Monpeljė miesto su APFTE pasirašytas 2011–2015 biudžetinių metų finansavimo sutartis.
Prancūzijos institucijos nepateikė jokios su CCIM sudarytos sutarties.
Iš kitos Komisijos turimos su APFTE veikla susijusios informacijos matyti, jog tai, kad Komisijai nebuvo pateikta sutartis, nereiškia, jog atitinkamais metais valdžios sektoriaus institucija nemokėjo subsidijų (žr. Prancūzijos institucijų pateiktą informaciją apie viešųjų narių įnašus į APFTE biudžetą 3 lentelėje).

([36]) 2010 m. CCIM prie APFTE biudžeto nuo jos įsteigimo neprisidėjo, tačiau pervedė APFTE lėšų, kol bendrijos priims sprendimus dėl savo biudžetų, kad būtų iš ko finansuoti ir išlaikyti sutartis su AMS.

b) 2010 m. su AMS pasirašyto rinkodaros susitarimo priedą dėl Birmingamo maršruto generalinė asamblėja balsavimu patvirtino 2011 m. balandžio 20 d., APFTE jį pasirašė 2011 m. balandžio 11 d. Komisijos turimos 2011 biudžetinių metų finansavimo sutartys su teritorinėmis bendrijomis buvo pasirašytos tarp 2011 m. birželio ir lapkričio mėn. ([37]);

c) 2011 m. rugsėjo 23 d. valdymo komitetas priėmė sprendimą pratęsti 2010 m. su AMS sudarytą rinkodaros susitarimą 2012 metams, apie tai 2011 m. spalio 19 d. posėdyje buvo pranešta generalinei asamblėjai ([38]) (tačiau šio generalinės asamblėjos susirinkimo posėdžio protokole nepaminėta, kad dėl to būtų buvę balsuota). 2011 m. rugsėjo 29 d. APFTE pirmininkas pasirašė AMS nusiųstą pranešimą apie susitarimo pratęsimą. Komisijos turimos 2012 biudžetinių metų finansavimo sutartys su teritorinėmis bendrijomis buvo pasirašytos tarp 2012 m. balandžio ir spalio mėn. ([39]);

d) 2010 m. rinkodaros susitarimą su AMS 2013 metams APFTE pratęsė 2013 m. vasario 23 d. 2013 m. biudžetą ir rinkodaros veiksmų programą, apimančius mokėjimus „Ryanair“ pagal minėtą rinkodaros susitarimą, APFTE generalinė asamblėja patvirtino 2013 m. liepos 4 d. ([40]). Komisijos turimos 2013 biudžetinių metų finansavimo sutartys su teritorinėmis bendrijomis buvo pasirašytos tarp 2013 m. balandžio ir lapkričio mėn. ([41]);

e) 2014 m. sausio 27 d. generalinė asamblėja suteikė APFTE pirmininkui įgaliojimus įvykus 2013 m. pirkimo konkursui pasirašyti naujus rinkodaros susitarimus su „Ryanair“ 2014 metams. Tuos susitarimus APFTE pirmininkas jau buvo sudaręs 2013 m. lapkričio 22 d. Komisijos turimos 2014 biudžetinių metų finansavimo sutartys su teritorinėmis bendrijomis buvo pasirašytos tarp 2014 m. vasario ir spalio mėn. ([42]);

f) 2013 m. rinkodaros susitarimo su „Ryanair“ pratęsimui 2015 metams generalinė asamblėja balsavimu pritarė 2014 m. gruodžio 11 d., o pratęsimą APFTE pasirašė 2014 m. gruodžio 19 d. Komisijos turimos 2015 biudžetinių metų finansavimo sutartys su teritorinėmis bendrijomis buvo pasirašytos tarp 2015 m. birželio ir gruodžio mėn. ([43]);

g) 2013 m. rinkodaros susitarimo su „Ryanair“ pratęsimui 2016 metams generalinė asamblėja balsavimu pritarė 2016 m. gegužės 30 d., o pratęsimą APFTE pasirašė 2016 m. balandžio 22 d. Komisijos turimos 2016 biudžetinių metų finansavimo sutartys su teritorinėmis bendrijomis buvo pasirašytos tarp 2016 m. birželio ir gruodžio mėn. ([44]);

([37]) Su CCIM pasirašytos finansavimo sutartys Komisijai nepateiktos, tačiau iš CCIM generalinės asamblėjos nutarimo matyti, kad dėl įnašo į APFTE 2011 m. biudžetą CCIM balsavo 2011 m. liepos 18 d.

([38]) Žr. 2011 m. spalio 19 d. APFTE generalinės asamblėjos posėdžio protokolą: „Kalbėdamas apie 2012 metus, pirmininkas generalinę asamblėją informavo, jog 2011 m. rugsėjo 23 d. valdymo tarybos posėdyje finansuotojai <…> nusprendė, kad jų įnašų dydžiui bus taikoma keturių ketvirčių taisyklė, todėl asociacijos biudžetas siekia <…> EUR su PVM ir jo užtenka tik rinkodaros susitarimams su AMS, t. y. esamiems skrydžių maršrutams į Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostus išlaikyti.“

([39]) Su CCIM pasirašytos finansavimo sutartys Komisijai nebuvo pateiktos, tačiau iš CCIM generalinės asamblėjos nutarimo matyti, kad dėl įnašo į APFTE 2012 m. biudžetą CCIM balsavo 2012 m. sausio 31 d.

([40]) Žr. 2013 m. liepos 4 d. APFTE generalinės asamblėjos posėdžio protokolą: „Biudžetas ir internetinės rinkodaros veiksmų programa patvirtinti. Veiksmų programa skirta: – RYANAIR: Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostams.“

([41]) Su CCIM pasirašytos finansavimo sutartys Komisijai nebuvo pateiktos, tačiau iš CCIM generalinės asamblėjos nutarimo matyti, kad dėl įnašo į APFTE 2013 m. biudžetą CCIM balsavo 2013 m. vasario 4 d.

([42]) Su CCIM pasirašytos finansavimo sutartys Komisijai nebuvo pateiktos, tačiau iš CCIM generalinės asamblėjos nutarimo matyti, kad dėl įnašo į APFTE 2014 m. biudžetą CCIM balsavo 2014 m. birželio 20 d.

([43]) Su CCIM pasirašytos finansavimo sutartys Komisijai nebuvo pateiktos, tačiau iš CCIM generalinės asamblėjos nutarimo matyti, kad dėl įnašo į APFTE 2015 m. biudžetą CCIM balsavo 2015 m. sausio 28 d.

([44]) Su CCIM pasirašytos finansavimo sutartys Komisijai nebuvo pateiktos, tačiau iš CCIM generalinės asamblėjos nutarimo matyti, kad dėl įnašo į APFTE 2016 m. biudžetą CCIM balsavo 2016 m. birželio 23 d.

h) naujus 2017 m. rinkodaros susitarimus su „Ryanair“ APFTE sudarė 2017 m. gegužės 19 d., APFTE generalinė asamblėja balsavimu tam pritarė 2017 m. balandžio 25 d. Komisijos turimos 2017 biudžetinių metų finansavimo sutartys su teritorinėmis bendrijomis buvo pasirašytos tarp 2017 m. birželio ir rugsėjo mėn. ([45]);

i) informacija apie 2017 m. rinkodaros susitarimo su „Ryanair“ pratęsimą 2018 metams Komisijai nepateikta; jai pateiktame 2018 m. kovą sudarytame APFTE ir Aukso krašto aglomeracijos bendruomenės susitarime dėl biudžeto skyrimo minima Monpeljė reklama Valonijos regione, Reino krašto-Pfalco žemėje ir Jorkšyro grafystėje, kur „Ryanair“ vykdo skrydžius ([46]). Atrodo, kad 2017 m. gruodžio 20 d. APFTE generalinė asamblėja paskutinį kartą patvirtino 2018 m. biudžetą, kad APFTE galėtų laikytis savo įsipareigojimų, įskaitant įsipareigojimus bendrovei „Ryanair“, kol sutartiniai santykiai tarp CCIM, teritorinių bendrijų ir oro transporto bendrovių neįgis kito teisinio tarpininko ([47]).

(50) Be to, iš APFTE generalinės asamblėjos protokolų matyti, kad prieš išmokėdamos APFTE pirmąsias subsidijas teritorinės bendrijos pareiškė norinčios daryti įtaką jų finansuojamiems rinkodaros susitarimuose aptartiems skrydžių maršrutams, dėl kurių iki tol sprendimus priimdavo tik oro uosto veiklos vykdytojas AMM ([48]). Taigi, APFTE valdymo komitetas buvo įsteigtas prieš teritorinėms bendrijoms suteikiant pirmąsias subsidijas APFTE.

(51) Be to, išnagrinėjus finansavimo sutartis matyti, kad teritorinės bendrijos pasiliko teisę tam tikromis sąlygomis susigrąžinti lėšas (pavyzdžiui, kai kurios teritorinės bendrijos pasiliko teisę susigrąžinti lėšas, teisę mokėti lėšas atitinkamai skatinimo programai įgyvendinti arba teisę nutraukti finansavimo sutartį, jei APFTE nesilaikytų įsipareigojimų, t. y. neįgyvendintų skatinimo programos, kuriai balsavimu pritarė generalinė asamblėja). Visų pirma:

a) su regionu sudarytose sutartyse numatyta teisė regionui reikalauti grąžinti subsidiją, jei APFTE ją naudoja ne sutartoms reikmėms, taip pat galimybė nutraukti sutartį;

b) su departamentu sudarytose sutartyse numatyta teisė departamentui susigrąžinti subsidiją, jei APFTE lėšas naudos ne sutartyje numatytam sutarties dalykui. 2010 m., 2011 m. ir 2012 m. sutarčių dalyko aprašymuose aiškiai nurodyta, kad turi būti sudaromi susitarimai su AMS. Be to, į sutartis įtraukta nuostata, leidžianti departamentui sutartį nutraukti, jei APFTE nevykdys sutartimi prisiimtų įsipareigojimų;

c) su Monpeljė aglomeracijos bendruomene sudarytose sutartyse numatyta, kad subsidija mokama pagal mėnesių, kuriais buvo įgyvendinama skrydžių maršruto veiksmų programa, skaičių, pateikus atitinkamas sąskaitas faktūras. Be to, sutartyse numatyta, kad bendruomenė finansinius įsipareigojimus prisiima tik jei APFTE vykdo savus sutartimi prisiimtus įsipareigojimus, taip pat bendruomenės teisė nutraukti sutartį;

([45]) Su CCIM pasirašytos finansavimo sutartys Komisijai nebuvo pateiktos, tačiau iš CCIM generalinės asamblėjos nutarimo matyti, kad dėl įnašo į APFTE 2017 m. biudžetą CCIM balsavo 2017 m. birželio 28 d.

([46]) Žr. 74 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis, kuriose aprašyti 2017 m. su „Ryanair“ sudaryti susitarimai.

([47]) Galima spręsti iš 2018 m. sausio 18 d. CCIM generalinės asamblėjos posėdžio nutarimo.

([48]) Žr. 2011 m. kovo 18 d. APFTE valdybos posėdžio protokolą: „Šis komitetas parinks skrydžių maršrutus turistinių ir ekonominių srautų skatinimo reikmėms. Monpeljė aglomeracija atsisako finansuoti jos nepatvirtintus teritorijos vystymo veiksmų planus. Departamentas ir regionas sutinka, kad tokį organą steigti būtina. Finansavimą teikiančios organizacijos nori dalyvauti tikroje savo teritorijos turistinės ir ekonominės plėtros strategijoje. Jos nepageidauja tvirtinti vien Monpeljė oro uosto sprendimus.“

d) su Aukso krašto aglomeracijos bendruomene sudarytose sutartyse numatyta, kad pastaroji įsipareigojimus prisiima tik jei APFTE vykdo savus sutartimi prisiimtus įsipareigojimus (aiškiai nurodyta, kad turi būti pasirašomos sutartys su AMS ir „Ryanair“), taip pat numatyta teisė reikalauti grąžinti subsidiją ir teisė nutraukti sutartį, jei APFTE nevykdys sutartimi prisiimtų įsipareigojimų;

e) su Monpeljė miestu sudarytose sutartyse numatyta, kad APFTE privalo bendrijai pateikti veiklos ataskaitą, iš kurios būtų matyti, kaip APFTE vykdo subsidijos prašyme nurodytus veiksmus. Prancūzijos institucijos minėtųjų subsidijų prašymų nepateikė, tačiau, atsižvelgdama į aplinkybes, Komisija priėjo prie išvados, kad jose buvo pateikiama atitinkamų biudžetinių metų skatinimo programa. Be to, bendrija pasilieka teisę nutraukti sutartį, jei APFTE nevykdys sutartimi prisiimtų įsipareigojimų.

4. IŠSAMUS PAGALBOS APRAŠYMAS

4.1. **Priemonės**

(52) Oficialioje tyrimo procedūroje nagrinėjamos priemonės yra APFTE ir „Ryanair“ arba jos patronuojamosios bendrovės AMS pasirašyti rinkodaros susitarimai. 2010–2018 m. „Ryanair“ ir AMS sudarė tris grupes susitarimų su APFTE.

4.2. **2010 m. rugsėjo 16 d. susitarimas, jo priedas ir susitarimai dėl pratęsimo**

(53) 2010 m. rugsėjo 16 d., praėjus mažiau nei trims mėnesiams nuo įsteigimo, APFTE sudarė susitarimą su AMS (toliau – 2010 m. susitarimas), prieš tai nepaskelbusi konkurso.

(54) Susitarimas buvo sudarytas pradiniam laikotarpiui nuo 2010 m. liepos 1 d. iki 2011 m. gruodžio 31 d.

(55) Pagal šį susitarimą AMS įsipareigojo teikti APFTE pagrindinių rinkodaros paslaugų rinkinį „Ryanair“ interneto svetainėje. Be to, susitarime nurodyta, kad „šis susitarimas grindžiamas „Ryanair“ įsipareigojimu Monpeljė teritorijoje užtikrinti paslaugų teikimą maršrutais tarp:

— Frankfurto Hano ir Monpeljė oro uostų, vasarą rengiant skrydžius keturis kartus per savaitę, žiemą – ne mažiau kaip du kartus per savaitę,

— Briuselio pietų Šarlerua ir Monpeljė oro uostų, rengiant mažiausiai tris skrydžius per savaitę ištisus metus,

— Lidso Bradfordo ir Monpeljė oro uostų, vasarą rengiant mažiausiai du skrydžius per savaitę“ ([49]).

(56) Susitarime išsamiai aprašytas AMS įsipareigojamų teikti APFTE „rinkodaros paslaugų paketo pasiūlymas metams“, apibendrintas a ir b punktuose:

a) 2010 metais šį pasiūlymą sudarė „Ryanair“ interneto svetainės puslapio „Destination Montpellier“ (Monpeljė maršrutas) skiltyje „Top five Things to Do“ (penki dalykai, kuriuos būtina nuveikti) skelbiamos penkios APFTE pateiktos pastraipos po 150 žodžių, dvi puslapio „Destination Montpellier“ skiltyje „Top five Things to Do“ skelbiamos nuorodos į APFTE nurodytą interneto svetainę ir 55 dienas interneto svetainės www.ryanair.com Anglijai, Vokietijai, Nyderlandams ir Belgijai (prancūzų ir nyderlandų kalbomis) skirtų versijų pradiniuose puslapiuose skelbiama viena APFTE pateikta nuoroda. Šių paslaugų kaina – <…> EUR;

([49]) Susitarimo 1.3 punktas.

b) 2011 metų pasiūlyme nurodytos visos 2010 m. siūlytos paslaugos, taip pat „Ryanair“ interneto svetainės puslapyje „Discover Europe“ (atrask Europą) 12 mėnesių skelbiama APFTE pateikta „reklamjuostė (200 x 110 px)“, bendrą dviejų savaičių laikotarpį interneto svetainės www.ryanair.com Anglijai, Vokietijai, Nyderlandams ir Belgijai (prancūzų ir nyderlandų kalbomis) skirtų versijų pradiniuose puslapiuose skelbiama „Dienos maršruto informacija (APFTE pateiktas tekstas, atvaizdas ir nuoroda)“. Šių paslaugų kaina – <…> EUR;

(57) Be to, susitarime aiškiai nustatyta, kad sumos už AMS siūlomas rinkodaros paslaugas „susijusios su „Ryanair“ įsipareigojimu rengti skrydžius į Monpeljė iš Frankfurto Hano, Briuselio Šarlerua ir Lidso Bradfordo oro uostų <…>“, taip pat jame įtvirtinta, kad „nesilaikant šio įsipareigojimo kaina bus peržiūrėta ir susitarimas pakeistas“ ([50]).

4.3. **2011 m. balandžio 20 d. priedas**

(58) 2010 m. rugsėjo 16 d. susitarimas buvo pakeistas 2011 m. balandžio 20 d. priedu, kuriuo prie susitarime jau nurodytų trijų skrydžių maršrutų buvo įtrauktas naujas skrydžių maršrutas į Birmingamą.

(59) Priede nurodyta, kad jis yra „grindžiamas „Ryanair“ įsipareigojimu vykdyti skrydžius tarp Monpeljė ir Birmingamo oro uostų vasarą dviejų kartų per savaitę dažnumu“. Be to, jame numatyta, kad APFTE įsigis iš AMS šias rinkodaros paslaugas:

— nuorodos į APFTE nurodytą interneto svetainę skelbimas www.ryanair.com interneto svetainės anglų kalba pradinio puslapio skiltyje „Oro uostai ir turizmas“ 14 dienų per metus,

— „Dienos maršruto“ informacijos (APFTE pateikto teksto, atvaizdo ir nuorodos) skelbimas www.ryanair.com interneto svetainės anglų kalba pradinio puslapio skiltyje „Oro uostai ir turizmas“ vieną savaitę per metus.

(60) Šių paslaugų kaina – <…> EUR. Susitarime numatyta, kad APFTE mokės šią sumą mėnesinėmis <…> EUR dydžio įmokomis, gavusi už kiekvienų šio priedo galiojimo einamųjų metų kiekvieną mėnesį nuo balandžio iki spalio išrašytas sąskaitas faktūras.

4.4. **Pirmasis 2010 m. rinkodaros paslaugų susitarimo pratęsimo įsipareigojimo raštas**

(61) 2011 m. rugsėjo 29 d. APFTE nusiuntė bendrovei AMS raštą, kuriuo įsipareigojo pratęsti 2010 m. susitarimą. Šiuo raštu buvo siekiama pratęsti 2010 m. susitarimą papildomam vienų metų laikotarpiui, nuo 2012 m. sausio 1 d. iki 2012 m. gruodžio 31 d. Jame APFTE nurodė įsipareigojanti pratęsti 2010 m. susitarimą „Ryanair“ vykdomų skrydžių maršrutams į Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostus.

4.5. **Antrasis 2010 m. rinkodaros paslaugų susitarimo pratęsimo įsipareigojimo raštas**

(62) 2013 m. vasario 25 d. APFTE nusiuntė AMS antrą raštą, kuriuo įsipareigojo pratęsti 2010 m. susitarimą. Šiuo raštu buvo siekiama pratęsti 2010 m. susitarimą papildomam vienų metų laikotarpiui, nuo 2013 m. sausio 1 d. iki 2013 m. gruodžio 31 d., „Ryanair“ vykdomiems skrydžių maršrutams į Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostus“ ([51]).

([50]) Susitarimo 5.3 punktas.
([51]) 2013 m. vasario 25 d. priedas.

4.6. **2013 m. lapkričio 22 d. susitarimai**

(63) Baigiant galioti 2010 m. su AMS sudarytam ir vėliau iki 2013 m. gruodžio pabaigos pratęstam rinkodaros paslaugų susitarimui, APFTE privalėjo sudaryti naują konkurencija grįstą rinkodaros susitarimą „kiekvienam maršrutui“, kad nepažeistų viešųjų pirkimų taisyklių ([52]).

(64) Tad 2013 m. spalio 2 d. APFTE paskelbė rinkodaros paslaugų pirkimo konkursą turistiniams ir ekonominiams srautams skatinti Monpeljė 2014 metais.

(65) Konkurso sąlygose nurodyta, kad dalyviai pasiūlymuose turi „užtikrinti turistinių ir ekonominių srautų į Monpeljė skatinimą visomis rinkoje esamomis priemonėmis“. Buvo išvardyti tokie priemonių pavyzdžiai: „kampanijos per radiją; kampanijos per televiziją; informavimas socialiniuose tinkluose („Facebook“, „Twitter“, „Youtube“ ir pan.); dalyvavimas mugėse ir parodose; renginių, dėl kurių Monpeljė tarptų žinomesnis ir geriau matomas, rėmimas; profesinio mokymo išvykos, spaudos išvykos su žurnalistais“, taip pat informavimas skaitmeninėmis priemonėmis. Konkurso sąlygose nurodyta, kad „bet kuriuo atveju bendrovės (turėjo) savo interneto svetainėse teikti nuorodą į APFTE interneto svetainę („go to Montpellier“)“. Paskutinis kriterijus buvo vienintelis, kurį privalėjo tenkinti rinkodaros paslaugų teikėjas.

(66) Be to, konkurso sąlygose pirkimas buvo padalytas į penkias dalis: Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso, Birmingamo ir <…>. Kiekvienai šių dalių konkurso sąlygose buvo nurodyti būtinieji oro susisiekimo paslaugų pasiūlymo kriterijai: mažiausias per metus parduodamų vietų pasiūlymas, mažiausias per metus atvykstančių keleivių skaičius, rekomenduojamas sezoniškumas (skrydžiai vykdomi ištisus metus ar sezonais), mažiausias skrydžių skaičius per savaitę ir skrydžių maršruto paslaugų teikimo pradžios data.

(67) Akivaizdu, kad šiuo konkursu buvo siekiama atsirinkti ne bet kokius internetinės rinkodaros paslaugų teikėjus, o oro transporto bendroves, kurios tokias paslaugas siūlytų kartu su vykdoma skrydžių veikla ir papildomai įsipareigotų teikti skrydžių paslaugas tarp Monpeljė oro uosto ir įvairias pirkimo dalis atitinkančių oro uostų konkurso reikalavimuose nurodytomis sąlygomis dėl sezoniškumo, skrydžių dažnumo, mažiausio atvykstančių keleivių skaičiaus ir skrydžių pradžios datos.

(68) Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso ir Birmingamo pirkimo dalys ir joms konkurso sąlygose nurodytas mažiausias skrydžių dažnumas tiksliai sutampa su „Ryanair“ skelbiant konkursą jau vykdytais skrydžių maršrutais iš Monpeljė oro uosto.

(69) Pirkimo dalies <…> skrydžių „Ryanair“ nevykdė, tačiau juos vykdė kita Monpeljė oro uoste skrydžius vykdžiusi oro transporto bendrovė, su kuria APFTE anksčiau taip pat buvo pasirašiusi rinkodaros susitarimą. Didžiausia šios pirkimo dalies vertė, siekianti ne daugiau kaip <…> EUR be PVM per metus, buvo gerokai mažesnė už didžiausią kitų keturių pirkimo dalių vertę (nuo <…> EUR be PVM iki <…> EUR be PVM vienai pirkimo daliai) ([53]).

(70) „Ryanair“ vienintelė pateikė Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso ir Birmingamo pirkimo dalių pasiūlymą.

(71) Pasibaigus konkursui, šių keturių pirkimo dalių laimėtoja buvo pasirinkta „Ryanair“. Ji 2013 m. lapkričio 22 d. sudarė su APFTE sutartis dėl trijų pirmųjų pirkimo dalių (2013 m. susitarimus), kurių bendra vertė siekė <…> EUR vieniems metams (Briuselio Šarlerua dalies bendra sutarties suma – <…> EUR; Frankfurto Hano dalies bendra sutarties suma – <…> EUR; Lidso Bradfordo dalies bendra sutarties suma – <…> EUR).

([52]) Žr., pvz., 2013 m. liepos 4 d. APFTE biuro ataskaitos 1 puslapį: „[APFTE pirmininkas] nurodė, kad, baigiant galioti 2010 m. su bendrove „Airport Marketing Services“ sudarytam susitarimui, APFTE privalo paskelbti internetinių rinkodaros paslaugų pirkimo konkursą“, ir 2 puslapį: „baigiant galioti su bendrove „Airport Marketing Services“ sudarytam susitarimui, konkursas buvo skelbiamas tik dėl šiame susitarime aptartų srautų kiekvienam maršrutui atskirai.“ Taip pat žr. 2013 m. liepos 4 d. APFTE generalinės asamblėjos posėdžio protokolą.

([53]) Pasibaigus konkursui, <…> pirkimo dalies laimėtoja buvo paskelbta ta oro transporto bendrovė, su kuria APFTE jau buvo pasirašiusi rinkodaros susitarimą dėl šio skrydžių maršruto.

(72) Tačiau dėl ketvirtosios, Birmingamo pirkimo dalies sutartis sudaryta nebuvo, oficialiai dėl to, kad *„nebuvo finansavimo šiai pirkimo daliai įgyvendinti“* ([54]). Šiuo klausimu Komisija atkreipia dėmesį, kad „Ryanair“ 2013 m. lapkritį nustojo vykdyti skrydžius į Birmingamą.

(73) 2013 m. su „Ryanair“ sudarytos Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso pirkimo dalių sutartys buvo pratęstos du kartus, iki 2016 m. pabaigos, maždaug <…> EUR sumai per metus:

— 2014 m. gruodžio 19 d. trimis APFTE pirmininko pasirašytais raštais APFTE 2015 metams pratęsė susitarimą su „Ryanair“ dėl skatinimo paslaugų visiems trims skrydžių maršrutams (Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo) – už <…> EUR Briuselio Šarlerua, <…> EUR Frankfurto Hano ir <…> EUR Lidso Bradfordo maršrutui,

— 2016 m. balandžio 22 d. trimis APFTE pirmininko pasirašytais raštais APFTE dar kartą – 2016 metams – pratęsė susitarimą dėl skatinimo paslaugų visiems trims skrydžių maršrutams – už <…> EUR Briuselio Šarlerua, <…> EUR Frankfurto Hano ir <…> EUR Lidso Bradfordo maršrutui.

4.7. **2017 m. gegužės 19 d. susitarimai**

(74) 2017 m. kovo 13 d. APFTE paskelbė naują konkursą „turistinių ir verslo srautų“ skatinimo į Monpeljė rinkodaros paslaugoms pirkti vieniems metams su galimybe sutartį pratęsti. Specifikacijoje pirkimas buvo padalytas į kelias pirkimo dalis, kurių kiekviena atitiko Europos regioną. Šiose pirkimo dalyse buvo nurodyti regionai, į kurių gyventojus turėjo būti orientuotos perkamos rinkodaros paslaugos.

(75) Priešingai nei 2013 m. skelbto konkurso, šio naujo konkurso specifikacijoje nebuvo tiksliai nurodytos oro susisiekimo paslaugos arba konkretūs oro uostai, tačiau buvo numatytos 7 pirkimo dalys, pavadintos Valonijos regiono, Reino krašto-Pfalco žemės, Jorkšyro grafystės, <…>, <…>, <…> ir <…> pavadinimais. Komisija pažymi, kad Valonijos regiono, Reino krašto-Pfalco žemės ir Jorkšyro grafystės pavadinimais pavadintos pirkimo dalys atitinka regionus, kuriuose yra oro uostai, į kuriuos „Ryanair“ paskelbiant konkursą vykdė skrydžius iš Monpeljė oro uosto ([55]).

(76) Konkurso sąlygose buvo nurodyta, kad atrankos kriterijų svarbos tvarka yra tokia: paslaugos kaina – 40 %, techninė vertė – 60 %.

(77) Kiekvienai pirkimo daliai (Valonijos regiono, Reino krašto-Pfalco žemės ir Jorkšyro grafystės) buvo pateikta po du pasiūlymus. „Ryanair“ pateikė pasiūlymus dėl visų šių pirkimo dalių. Kiekvienai pirkimo daliai buvo pateikta po konkuruojančios internetinės rinkodaros bendrovės <…> (kuri nėra oro transporto bendrovė) pasiūlymą. Kiekvienai pirkimo daliai buvo pateikti šie pasiūlymai:

— Valonijos regiono pirkimo dalis: „Ryanair“ – <…> EUR, <…> – <…> EUR,

— Reino krašto-Pfalco žemės pirkimo dalis: „Ryanair“ – <…> EUR, <…> – <…> EUR,

— Jorkšyro grafystės pirkimo dalis: „Ryanair“ – <…> EUR, <…> – <…> EUR

(78) Visų trijų pirkimo dalių laimėtoja buvo pasirinkta „Ryanair“, kurios kiekvieno pasiūlymo kaina buvo lygiai <…> mažesnė nei bendrovės <…> pasiūlymo kaina. Prancūzijos institucijos nepateikė jokios informacijos, įrodančios, kad APFTE būtų pasidomėjusi tokiu nekintamu skirtumu tarp konkuruojančių pasiūlymų.

(79) Tad 2017 m. gegužės 19 d. APFTE sudarė susitarimus su „Ryanair“, kurių orientacinė suma – <…> EUR (dėl Valonijos regiono, Reino krašto-Pfalco žemės, Jorkšyro grafystės pirkimo dalių, atitinkamai už <…> EUR be PVM, <…> EUR be PVM ir <…> EUR be PVM).

([54]) Žr. 2014 m. vasario 24 d. APFTE valdybos posėdžio protokolo 1 puslapį.
([55]) Žr. 16 konstatuojamąją dalį.

(80) Specifikacijoje nurodyta, kad tai yra pirkimo užsakymais grindžiamos sutartys, pagal kurias rinkodaros paslaugos teikiamos ir už jas sumokama tik pagal APFTE pateiktus užsakymus. Iš APFTE pateiktų užsakymų matyti, kad mokėjimai už kiekvieną tikslinį regioną (Valonijos regioną, Reino krašto-Pfalco žemę, Jorkšyro grafystę) buvo atlikti dviem etapais: vienas mokėjimas už „pavasario ir vasaros“ laikotarpį, antrasis – už „rudens ir žiemos“ laikotarpį. Komisija pažymėjo, kad abu šie laikotarpiai sutampa su Tarptautinės oro transporto asociacijos (IATA) numatytais laikotarpiais, kuriems sudaromas tvarkaraštis (balandis–rugsėjis ir spalis–kovas).

(81) Iš sutarčių, sudarytų su šio konkurso laimėtojais, APFTE vykdė tik su „Ryanair“ sudarytus susitarimus.

a) Pirkimo dalių <…> ir <…> laimėtoja buvo pasirinkta bendrovė <…>, laimėjusi prieš <…> (pasiūliusi tokią pat kainą, tačiau kitokias rinkodaros paslaugas). APFTE ir bendrovė <…> sudarė užsakymais grindžiamą sutartį. Pasiūlymo kaina už abi pirkimo dalis buvo <…> EUR. Vis dėlto, pagal Prancūzijos institucijų pateiktą informaciją, APFTE pagal šią sutartį nepateikė nė vieno užsakymo.

b) Dėl pirkimo dalių <…> ir <…> pasiūlymą pateikė tik viena bendrovė (bendros <…> EUR sumos). Šių dviejų dalių pirkimą APFTE įvertino kaip neįvykusį – bendrovės <…> pasiūlymas buvo pripažintas netinkamu, nes su visais dokumentais nebuvo pateiktas kainoraštis.

4.8. **Biudžetas (išteklių, iš kurių buvo finansuojama pagalba, šaltinis)**

(82) Pagal Prancūzijos institucijų pateiktą informaciją, APFTE iš savo biudžeto bendrovėms „Ryanair“ ir AMS sumokėjo šias sumas:

4 lentelė

APFTE mokėjimai bendrovėms „Ryanair“ ir AMS nuo 2010 m.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2010–2019
Mokėjimai bendrovėms „Ryanair“ ir AMS už finansinius metus	<…> (faktiniai mokėjimai, atlikti 2010–2011 m.)	<…> (faktiniai mokėjimai, atlikti 2011–2012 m.)	<…> (faktiniai mokėjimai, atlikti 2012–2013 m.)	<…> (faktiniai mokėjimai, atlikti 2013–2014 m.)	<…> (faktiniai mokėjimai. atlikti 2014–2015 m.)	<…> (faktiniai mokėjimai, atlikti 2015–2016 m.)	<…> (faktiniai mokėjimai, atlikti 2016–2017 m.)	<…> (faktiniai mokėjimai, atlikti 2018–2019 m. vasarį)	<…> [1]	<…>	856 089 904
APFTE biudžetas EUR (taip pat žr. 3 lentelę)	937 110	2 050 269	2 038 112	2 408 915	1 571 235	1 616 599	1 572 373	1 118 354	222 500	0	13 535 477

[1] 2017 m. CCIM ir kiti viešieji nariai nusprendė, kad nuo 2018 m. dėl vietos ir Europos lygiu vykstančių bylinėjimųsi ir tyrimuose iškelto jos teisėtumo klausimo APFTE veiklą nutrauks, tačiau kaip organizacija išliks; žr. 34 konstatuojamąją dalį.

Šaltinis: Prancūzijos institucijų pateikta informacija.

(83) Prancūzijos institucijos nurodė, kad nuo 2019 m. balandžio APFTE nebemokėjo „Ryanair“ už rinkodaros paslaugas.

4.9. **Priežasčių, dėl kurių buvo pradėta procedūra, aprašymas**

(84) 2018 m. liepos 4 d. Komisija pradėjo oficialią tyrimo procedūrą, nes negalėjo atmesti galimybės, kad 52 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse aprašytos priemonės yra bendrovei „Ryanair“ ir jos patronuojamajai bendrovei AMS suteikta valstybės pagalba.

5. SUINTERESUOTŲJŲ ŠALIŲ PASTABOS

5.1. **Skundo pateikėja**

(85) Skundo pateikėja laikosi savo skunde pateiktų argumentų, tai yra, kad APFTE buvo tarpininkas, per kurį „Ryanair“ ir AMS buvo teikiama valstybės pagalba.

5.2. **„Ryanair“**

(86) „Ryanair“ nesutinka su Komisijos analize. „Ryanair“ tvirtina, kad jos ir AMS rinkodaros paslaugos buvo teikiamos už rinkos kainą ir atitiko APFTE poreikius. Tad, sudarydama rinkodaros susitarimus, APFTE siekė pritraukti didelę perkamąją galią turinčių ir prie regiono turizmo veiklos plėtros prisidėti galinčių užsienio turistų. „Ryanair“ nurodo, kad jos pačios galimos rinkodaros išlaidos nebūtų skirtos konkrečiai turistams iš užsienio, nes ji neatsižvelgia į turistų išlaidas. Taigi, APFTE galėjo būti suinteresuota rinkodaros išlaidas nukreipti į tikslinę turistų iš užsienio grupę, o „Ryanair“ savo galimas rinkodaros lėšas būtų nukreipusi ir į keleivius, kurie kelionę pradeda Monpeljė ir gyvena regione. „Ryanair“ taip pat nurodo, kad jos skrydžių keleivių skaičių sėkmingai užtikrina nuosava tarifų, nustatomų atsižvelgiant į laisvų vietų skaičių, politika (angl. *yield management*) ([56]).

(87) „Ryanair“ taip pat nesutinka su Komisijos išvadomis dėl rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo kriterijaus taikymo šioje byloje, pagalbos gavėjo nustatymo, pagalbos atrankumo ir jos priskyrimo valstybei.

(88) AMS pastabų nepateikė.

5.3. **APFTE**

(89) APFTE neigia suteikusi „Ryanair“ kokį nors pranašumą. Aptariamas sumas ji įvardija kaip už suteiktą paslaugą sumokėtą rinkos kainą atitinkantį atlygį. APFTE pažymi, kad ji buvo viešasis paslaugų pirkėjas ir kad įgyvendinti skatinimo veiksmai atitinka bendrą teritorinės Monpeljė ir jo apylinkių rinkodaros strategiją.

(90) Be to, APFTE primena, kad konkurso sąlygose nurodyti regionai buvo aptarti ir strategiškai pasirinkti generalinėje asamblėjoje ir valdyboje. Remdamasi savo įstatuose aprašytais veiklos metodais, APFTE nurodo, kad asociacijos priimti sprendimai nėra priskirtini valstybei.

(91) Be to, jei nutiktų neįtikėtinas dalykas ir Komisija ir toliau laikytų, jog APFTE taikė „Ryanair“ valstybės priemones, APFTE manymu, šios priemonės yra suderinamos su 2005 m. Bendrijos gairėmis dėl oro uostų finansavimo ir valstybės pagalbos oro transporto bendrovių veiklai iš regioninių oro uostų pradėti ([57]).

([56]) Šios tarifų politikos tikslas – paskatinti potencialius „Ryanair“ klientus rinktis konkretų skrydžio maršrutą už „Ryanair“ palankiausią kainą. Pagrindinis tokios „Ryanair“ tarifų politikos elementas – nustatyti, kokią didžiausią kainą keleivis pasiruošęs sumokėti už lėktuvo bilietą, surinkti optimalų lėktuvo keleivių skaičių, taip maksimaliai padidinti savo pajamas ir užkariauti Europos rinką. Žr. 2011 m. metinę „Ryanair“ ataskaitą: „Ryanair“ nustato tarifus remdamasi konkretaus skrydžio paklausa ir atsižvelgdama į iki skrydžio likusį laiką, didesnius tarifus nustatydama didesnę paklausą turintiems ir likus nedaug laiko iki skrydžio datos užsakytiems skrydžiams. Taip pat „Ryanair“ periodiškai rengia specialias nuolaidų tarifų kampanijas.“ (https://www.ryanair.com/doc/investor/2011/Annual_Report_2011_Final.pdf, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.)

([57]) Komisijos komunikatas „Bendrijos gairės dėl oro uostų finansavimo ir valstybės pagalbos oro transporto bendrovių veiklai iš regioninių oro uostų pradėti“ (OL C 312, 2005 12 9, p. 1).

(92) Galiausiai atmetus ir šį teiginį, jei nutiktų neįtikėtinas dalykas ir Komisija nuspręstų, kad bendrovėms „Ryanair“ ir AMS buvo suteikta valstybės pagalba, APFTE teigia mananti, kad „Ryanair“ ir AMS turėtų sugrąžinti tik skirtumą tarp joms už šias paslaugas sumokėtos kainos ir rinkos kainos, nes šios paslaugos atitinka APFTE viešosios politikos tikslus ir asociacija iš jų gavo aiškios naudos.

5.4. **Oksitanijos regionas**

(93) Oksitanijos regionas ginčija skundo pagrįstumą ir teigia, kad APFTE veikla padidino turistų skaičių ir suteikė ekonominės naudos visiems vietos ir regiono rinkos dalyviams. Iš tiesų jis mano, kad APFTE padeda pritraukti daugiau tarptautinių klientų ir suteikia galimybę sektoriaus įmonėms ilgiau vykdyti veiklą.

(94) Jis pabrėžia, kad APFTE viduje sprendimus dėl patrauklumą turistams didinti skirtų rinkodaros kampanijų finansavimo paprastai priima generalinė asamblėja – kiekvienas narys turi vieną balsą ir iš esmės sprendimai priimami kvalifikuota dviejų trečdalių balsų dauguma.

(95) Oksitanijos regionas taip pat priduria, kad APFTE veiklą vykdė skelbdama teritorijos matomumo ir patrauklumo didinimo paslaugų pirkimo konkursus. Šiuose konkursuose galėjo dalyvauti visos įmonės, galinčios pateikti specifikaciją atitinkančius pasiūlymus, įskaitant ir skundo pateikėją.

5.5. **Hero prekybos ir pramonės rūmai (Hero CCI, buvę CCIM)**

(96) Hero CCI mano, kad APFTE veiksmai, kurių ji ėmėsi siekdama reklamuoti Monpeljė regioną Belgijos, Nyderlandų, Vokietijos, Anglijos ir <…> gyventojams, yra teritorijos ekonominis laimėjimas, nes suteikė jai ekonominės naudos. Hero CCI priduria, kad sutelkusi savo narius APFTE tenkina teritorijos ekonominės ir turistinės plėtros poreikį, o tai yra vien tik APFTE ir Hero CCI kompetencija.

5.6. **Monpeljė Vidužemio jūros metropolija**

(97) Monpeljė Vidužemio jūros metropolija mano, kad, norint paskatinti teritorijos vystymą, palaikyti ekonomiką ir kovoti su nedarbu, būtina vykdyti aktyvią patrauklumo didinimo strategiją. Ji pabrėžia, kad APFTE yra viešųjų ir privačių partnerių įsteigta ne pelno asociacija ir bendras šių partnerių tikslas yra imtis turizmo skatinimo ir plėtros veiksmų, nes turizmas naudingas ir viešiesiems teritorijų vystymo, ir privatiems veiklos plėtros interesams.

(98) Monpeljė Vidužemio jūros metropolija pažymi, kad APFTE užsakytos rinkodaros paslaugos atitinka faktinius jos poreikius ir tikslus ir kad šios paslaugos įsigytos iš anksto surengus pirkimo konkursą, todėl negalima teigti, jog būta atrankumo („Ryanair“ laimėjo kelis APFTE šioje srityje paskelbtus konkursus). Be to, Monpeljė Vidužemio jūros metropolija mano, jog šios paslaugos negali būti laikomos pagalba, viena vertus, dėl to, kad nebuvo suteiktas pranašumas, nes „Ryanair“ gautas atlygis nėra didesnis už rinkos kainą, antra vertus, dėl to, kad priemonės negali būti priskirtos valstybei, nes priimant APFTE sprendimus atsižvelgiama į privačias įmones, kurios sudaro asociacijos narių daugumą ir turi didelius sprendimų priėmimo įgaliojimus.

5.7. **<…>**

(99) APFTE narė <…> pabrėžia, kad ši asociacija leidžia bendradarbiauti įvairių veiklos sričių privačių įmonių vadovams ir bendrijų atstovams. Ji priduria, kad asociacijos priimami sprendimai tarnauja bendriems visų regiono ekonominės veiklos vykdytojų ir gyventojų interesams. Galiausiai narė nurodo, kad taip suvienijus viešojo ir privataus sektorių pastangas galima pasiekti užsibrėžtų geresnio Monpeljė miesto ir jo apylinkių matomumo ir plėtros tikslų.

5.8. **Aukso krašto aglomeracijos bendruomenė**

(100) Aukso krašto aglomeracijos bendruomenės manymu, APFTE įgyvendintos reklaminės akcijos, kuriomis siekiama reklamuoti Monpeljė regioną Belgijos, Nyderlandų. Vokietijos ir Anglijos gyventojams, tarnauja teritorijai, nes teikia jai ekonominę naudą ir yra nukreiptos į didelį ekonominį ir turistinį potencialą turinčias Monpeljė teritorijos zonas.

6. **PRANCŪZIJOS PASTABOS**

(101) Prancūzija mano, kad nagrinėjami mokėjimai nėra valstybės pagalba. Atsižvelgiant į APFTE įstatuose nustatytą jos struktūrą ir veikimo būdą, šių priemonių negalima priskirti valstybei. Be to, su „Ryanair“ ir AMS sudarytų rinkodaros susitarimų tikslas buvo didinti regiono populiarumą rinkodaros priemonėmis, o APFTE perkamos – už rinkos kainą – reklamos paslaugos buvo teisėta priemonė, prisidedanti prie regiono ekonominės plėtros, nesuteikė „Ryanair“ jokio pranašumo ir nebuvo atranki.

7. **PAGALBOS VERTINIMAS**

7.1. **Pagalbos buvimas pagal SESV 107 straipsnio 1 dalį**

(102) Pagal SESV 107 straipsnio 1 dalį valstybės narės arba iš jos valstybinių išteklių bet kokia forma suteikta pagalba, kuri, palaikydama tam tikras įmones arba tam tikrų prekių gamybą, iškraipo konkurenciją arba gali ją iškraipyti, yra nesuderinama su bendrąja rinka, kai ji daro poveikį valstybių narių tarpusavio prekybai.

(103) Taigi, priemonė laikytina valstybės pagalba, jei ji atitinka visas šias sąlygas: 1) pagalbos gavėjai yra įmonės, kaip tai suprantama pagal SESV 107 straipsnio 1 dalį; 2) nagrinėjama priemonė skiriama iš valstybinių išteklių ir priskirtina valstybei; 3) priemonė pagalbos gavėjams suteikia ekonominį pranašumą; 4) pranašumas yra atrankinio pobūdžio ir 5) nagrinėjama priemonė iškreipia arba gali iškreipti konkurenciją ir gali daryti poveikį valstybių narių prekybai.

7.1.1. *Įmonės ir ekonominės veiklos sąvokos*

(104) Pagal nusistovėjusią teismų praktiką ([58]), nurodytą 2014 m. gairių dėl valstybės pagalbos oro uostams ir oro transporto bendrovėms ([59]) (toliau – 2014 m. gairės) 27 punkte, oro transporto bendrovių veikla, apimanti susisiekimo paslaugų teikimą keleiviams arba įmonėms, priskiriama ekonominei veiklai.

(105) Kadangi priemonių naudos gavėjos yra oro transporto bendrovė ir viena jos visiškai kontroliuojama patronuojamoji bendrovė, teikianti rinkodaros paslaugas, Komisija priėjo prie išvados, kad jų veikla yra ekonominio pobūdžio, kaip tai suprantama pagal SESV 107 straipsnio 1 dalį.

7.1.2. *Priemonės priskyrimas valstybei ir valstybiniai ištekliai*

(106) Pagal nusistovėjusią teismų praktiką, SESV 107 straipsnio 1 dalis apima visas pagalbos, suteiktos iš valstybinių išteklių, rūšis, o atvejai, kai pagalbą tiesiogiai suteikia valstybė, ir atvejai, kai pagalbą suteikia pagalbai administruoti valstybės įsteigtos ar paskirtos viešosios ar privačiosios įstaigos, tarpusavyje neskiriami. Tokios įstaigos finansuojama priemonė taip pat priskiriama valstybei, jei valstybė nusprendė tą priemonę sukurti ir nustatė tų išteklių naudojimo, valdymo ar paskirstymo sąlygas ([60]). Tai, kad pagalba priskirtina valstybei, yra dar akivaizdžiau, kuomet tarpininkas, per kurį ji teikiama, yra pagrindinė regionui skirtos politikos įgyvendinimo priemonė, sukurta siekiant užtikrinti savo nustatytos politikos tęstinumą ir kurios sprendimai suteikti ekonominį pranašumą yra tiesiogiai susiję su tuo regionu ([61]).

([58]) Žr. 2000 m. gruodžio 12 d. Bendrojo Teismo sprendimo *Aéroports de Paris / Komisija*, T-128/98, ECLI:EU:T:2000:290, patvirtinto 2002 m. spalio 24 d. Teisingumo Teismo sprendimu C-82/01, ECLI:EU:C:2002:617, 75–79 punktus ir 2011 m. kovo 24 d. Bendrojo Teismo sprendimo *Mitteldeutsche Flughafen AG ir Flughafen Leipzig Halle GmbH / Komisija*, ECLI:EU:T:2011:117, sujungtos bylos T-443/08 ir T-455/08, 93 ir 94 punktus.

([59]) OL C 99, 2014 4 4, p. 3.

([60]) Žr. 1977 m. kovo 22 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Steinike & Weinlig*, C-78/76, ECLI:EU:C:1977:52, 21 ir paskesnius punktus, taip pat 1988 m. vasario 2 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Kwekerij Gebroeders van der Kooy BV*, sujungtos bylos C-67/85, C-68/85 ir C-70/85, ECLI:EU:C:1988:38, 35 ir 36 punktus.

([61]) Žr. 1999 m. kovo 25 d. Bendrojo Teismo sprendimo *Forges de Clabecq SA / Komisija*, T-37/97, ECLI:EU:T:1999:66, 69 punktą.

7.1.2.1. Priskyrimas valstybei

(107) Iš oficialios tyrimo procedūros Komisija padarė išvadą, kad priemonės taip pat priskirtinos valstybei. Rinkodaros susitarimus „Ryanair“ arba jos patronuojamoji bendrovė AMS pasirašė su APFTE, pastarajai siekiant skatinti „Ryanair“ užtikrinamus turistinius srautus į Monpeljė ir jo apylinkes.

(108) „Ryanair“ nesutinka, kad APFTE sprendimai ir veiksmai priskirtini valstybei, nes tai privati asociacija, kurios dauguma narių priklauso privačiajam sektoriui.

(109) Priešingai, oficiali tyrimo procedūra iš Prancūzijos institucijų pateiktų APFTE ir jos viešųjų narių protokolų, taip pat viešų APFTE ataskaitų leido Komisijai nustatyti daug faktinių aplinkybių, kurios aiškiai įrodo, kad, nepaisant to, jog yra privati asociacija, kurios dauguma narių – privačios įmonės ir kurioje sprendimai priimami dviejų trečdalių balsų dauguma, iš tiesų APFTE yra jos ir CCIM narių teritorinių bendrijų įrankis, leidžiantis pastarosioms siekti savų regioninės plėtros politikos planų.

(110) Atsižvelgdama į Teisingumo Teismo praktiką ([62]), Komisija APFTE sprendimų priskyrimą valstybei (per CCIM ir teritorines bendrijas), kaip tai suprantama pagal SESV 107 straipsnio 1 dalį, nustatė iš požymių visumos, įrodančios, kad, pasirašydama rinkodaros susitarimus, asociacija visiškai nebuvo savarankiška ir veikė prižiūrima ir vadovaujama valdžios institucijų. Požymiai yra šie:

— APFTE, kaip valstybės lėšų iš CCIM ir teritorinių bendrijų perdavimo tarpininko, koncepcija,

— APFTE siekiamas viešosios politikos tikslas,

— glaudūs APFTE ryšiai su CCIM (ir teritorinėmis bendrijomis),

— tai, kad APFTE strateginius sprendimus priima jos viešieji nariai,

— tai, kad APFTE finansuoja ir prižiūri, kaip ji naudoja savo biudžetą, jos viešieji nariai.

a) **APFTE, kaip valstybės lėšų iš CCIM ir teritorinių bendrijų perdavimo tarpininko, koncepcija**

(111) Kaip nurodyta 28 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, viešieji subjektai įsteigė APFTE kaip teisinę struktūrą, kuri galėtų mokėti valstybės lėšas „Ryanair“ ir kitoms pigių skrydžių bendrovėms.

(112) Nuo pat įsteigimo CCIM iniciatyva tikrasis APFTE veiklos tikslas, įvardytas daugelyje Prancūzijos pateiktų dokumentų ir viešose APFTE ataskaitose ([63]), buvo sukurti teisinę struktūrą, kuri galėtų nukreipti viešąsias subsidijas pasirinktoms oro transporto bendrovėms, būtent „Ryanair“.

([62]) Žr., pvz., 2002 m. gegužės 16 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Prancūzija / Komisija (Stardust Marine)*, C-482/99, ECLI:EU:C:2002:294, 55 ir 56 punktus.

([63]) Žr. 14 ir paskesnes išnašas.

(113) Iš minėtų dokumentų matyti, jog APFTE įsteigimas buvo tiesioginė pasekmė to, kad CCIM nebebuvo Monpeljė oro uosto valdytoja, kaip nurodyta 26 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse. CCIM ieškojo būdo ir toliau mokėti oro transporto bendrovėms pagal rinkodaros susitarimus, kuriuos CCIM sudarydavo kaip oro uosto valdytojas.

(114) Tad CCIM labai aktyviai dalyvavo steigiant APFTE, kad turėtų saugią teisinę priemonę ir toliau teikti viešąsias subsidijas rinkodaros susitarimams su oro transporto bendrovėms finansuoti. Šie dalykai aiškiai nurodyti pirmuosiuose APFTE nutarimuose ir pirmuosiuose teritorinių bendrijų nutarimuose, kuriais jos patvirtino bendrovėms mokamas subsidijas, taip pat CCIM nutarimuose ([64]).

(115) Geriausias to pavyzdys yra Langedoko-Rusijono regiono tarybos 2012 m. liepos 20 d. protokolas: „Atsižvelgiant į Monpeljė oro uosto valdymo pokyčius, buvo įsteigta Turistinių ir ekonominių srautų skatinimo asociacija (APFTE), kuri tęs su Monpeljė oro uoste skrydžius vykdančiomis oro transporto bendrovėmis vykdytą teritorijos reklamą.“ ([65])

(116) Šių rinkodaros susitarimų pobūdis ir priemonė, kurią įgyvendinant susitarimai buvo skirti Monpeljė ir jo apylinkėms reklamuoti, bus išnagrinėti nuodugniau, siekiant nustatyti, ar „Ryanair“ buvo suteiktas ekonominis pranašumas.

b) **APFTE viešosios politikos tikslo siekimas**

(117) Iš APFTE įstatų ([66]), taip pat viešų ataskaitų ir su APFTE veikla susijusių dokumentų matyti, kad asociacija siekė viešosios politikos tikslo – turizmo skatinimo ir plėtros CCIM teritorinių bendrijų ir CCIM vardu. Be to, remiantis APFTE steigimo dokumentais, nepaisant to, kad APFTE yra privati asociacija, ji buvo viešųjų narių sukurtas įrankis tam tikriems tų narių su turizmo plėtra susijusiems veiksmams įgyvendinti ([67]).

(118) Todėl pagal Europos viešųjų pirkimų teisę APFTE laikoma „viešosios teisės reglamentuojama įstaiga“, nes buvo įsteigta konkrečiu tikslu – tenkinti ne pramoninio arba komercinio pobūdžio bendrojo intereso poreikius, turi juridinio asmens statusą ir daugiausia yra finansuojama valdžios institucijų ar įstaigų. Tai reiškia, kad APFTE buvo perkančioji organizacija ir kad rengiant pirkimus jai buvo taikytina viešųjų pirkimų teisė ([68]).

(119) Komisija pabrėžia, kad APFTE žinojo apie savo prievolę 2013 m. ir 2017 m. pratęsiant su „Ryanair“ sudarytus susitarimus laikytis viešųjų pirkimų taisyklių.

(120) Remdamasi tuo, Komisija daro išvadą, kad nepaisant APFTE teiginių dėl priemonių nepriskyrimo valstybei, kuriuos ji grindžia asociacijos narių privačių įmonių sprendžiamąja galia, APFTE laikoma ne paprasta privačia asociacija, o viešosios politikos užduotį per turizmą vystyti vietos ekonomiką vykdančia įstaiga, turinčia laikytis viešųjų pirkimų taisyklių. Šį aspektą Komisija vertina kaip papildomą požymį, įrodantį, kad APFTE tebuvo tiesinė struktūra, palengvinanti valstybės lėšų mokėjimą oro transporto bendrovėms.

([64]) Taip pat žr. 17 išnašą.

([65]) Taip pat žr. 2015 m. balandžio 8 d. „La Tribune Occitanie-Montpellier“ cituojamą APFTE pirmininko viešą pareiškimą: „Kadangi bendrijos pačios negali su pigių skrydžių bendrovėmis sudaryti rinkodaros susitarimų, buvo rastas sprendimas sudaryti šiuos susitarimus per asociaciją“, – ginasi APFTE pirmininkas <…>. – Bendrijų apskaitoje tai priskiriama subsidijoms, o asociacija pasirašo internetinės reklamos susitarimus. Nematau, kur čia galėtų būti mokesčių mokėtojų apgaudinėjimas! CCI įsteigė APFTE leidus valstybės tarnyboms, konkrečiai – prefektui <…>. Dokumentai ką tik perduoti metropolijos tarnyboms.“ (https://objectif-languedoc-roussillon.latribune.fr/entreprises/tourisme/2015-04-08/apres-le-gel-du-soutien-aux-compagnies-low-cost-a-montpellier-le-president-de-l-apfte-reagit.html, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.).

([66]) Žr. 27 konstatuojamąją dalį.

([67]) Žr. 26 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis.

([68]) Žr. 2014 m. vasario 26 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2014/24/ES dėl viešųjų pirkimų 2 straipsnio 1 dalies 1 ir 4 punktus (OL L 94, 2014 3 28, p. 65) ir ankstesnės 2004 m. kovo 31 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2004/18/EB dėl viešojo darbų, prekių ir paslaugų pirkimo sutarčių sudarymo tvarkos derinimo 1 straipsnio 9 dalį (OL L 134, 2004 4 30, p. 114).

c) **Glaudūs APFTE ryšiai su CCIM (ar teritorinėmis bendrijomis)**

(121) Be su APFTE steigimu, užduotimi, finansavimu ir sprendimų priėmimu asociacijos viduje susijusių aplinkybių, oficiali tyrimo procedūra atskleidė papildomų ryšių, siejančių APFTE ir jos viešuosius narius, visų pirma CCIM. Pastarieji veikė kaip Oksitanijos regiono prefekto, kuris, pagal Prancūzijos institucijų pateiktus dokumentus, buvo informuotas apie APFTE veiklą ir paskirtį, prižiūrimas valstybės pareigūnas.

(122) Remiantis Prancūzijos institucijų pateiktais dokumentais, CCIM teikė APFTE logistinę paramą, konkrečiai – leido APFTE komitetams ir organams posėdžiauti CCIM patalpose, parūpino APFTE interneto svetainę, kuri buvo naudojama pastarosios vykdomai skatinimo veiklai ([69]).

(123) Be to, kaip nurodyta 39 konstatuojamojoje dalyje, iš oficialios tyrimo procedūros paaiškėjo, kad APFTE pirmininkais visuomet būdavo skiriami ir CCIM ar APFTE narėje teritorinėje bendrijoje pareigas einantys asmenys. Taip pat Komisija rado požymių, rodančių, kad pirmininką dažniausiai paskirdavo APFTE viešieji nariai, o ne valdyboje susirinkę visi APFTE nariai, kaip numatyta APFTE įstatuose ([70]). Iš 2012 m. spalio 15 d. finansuotojų komiteto sprendimo išrašo matyti, jog dėl sveikatos nedalyvavęs ir atsistatydinti ketinęs APFTE pirmininkas „pageidauja, kad buvęs asociacijos pirmininkas <…> jį pavaduotų, o tai reiškia, kad valdyba ir generalinė asamblėja asociacijos organams valdyti privalės jį paskirti pirmininko pavaduotoju.“

(124) Oficiali tyrimo procedūra taip pat atskleidė, kad CCIM aktyviai dalyvavo bent jau 2012 m. gruodžio 11 d. vienam APFTE pirmininkui perduodant valdžią kitam. Taigi, CCIM pirmininkas surengė postą paliekančio APFTE pirmininko įgaliojimų perdavimą naujajam pirmininkui 2012 m. gruodžio 11 d. vykusiame APFTE generalinės asamblėjos posėdyje ([71]).

(125) Tai nusako glaudžius ryšius tarp APFTE ir jos viešųjų narių, nes faktinėje APFTE veikloje svarbiausią vaidmenį nustatant asociacijos biudžeto prioritetus vaidina pirmininkas ir biuras (kartu su finansuotojų komitetu, kurį sudaro CCIM ir teritorinių bendrijų atstovai), vėliau šie prioritetai teikiami svarstyti generalinei asamblėjai. Be to, pagal APFTE įstatus būtent pirmininkas teisiškai gali APFTE vardu prisiimti įsipareigojimus trečiosioms šalims, todėl jis gali pasirašyti, vadinasi, ir sudaryti rinkodaros susitarimus su oro transporto bendrovėms ir subsidijų teikimo sutartis su vietos bendrijomis.

(126) Komisija šias aplinkybes vertina kaip papildomą požymį, įrodantį lemiamą APFTE viešųjų narių įtaką asociacijai, ypač skiriant APFTE pirmininką. Ši įtaka leido užtikrinti, kad APFTE ir toliau galėtų sudaryti sutartis su oro transporto bendrovėmis, kurias anksčiau sudarydavo CCIM.

d) **APFTE viešųjų narių strateginių sprendimų priėmimas**

(127) Nuo pat pradžių, nepaisant įstatuose aprašytos sprendimų priėmimo procedūros, būtent CCIM ir vietos bendrijos lėmė asociacijos sprendimus. Privatūs asociacijos nariai, nors ir turėjo du trečdalius balsų generalinėje asamblėjoje, faktiškai negalėjo prieštarauti viešųjų subjektų pasirinktiems strateginiams sprendimams ar primesti jiems savo strateginius sprendimus. Komisija padarė šią išvadą remdamasi toliau nurodytais požymiais.

([69]) Taip pat žr. 197 konstatuojamąją dalį.

([70]) APFTE įstatų 6 straipsnis.

([71]) Viename straipsnyje nurodyta, kad CCIM pirmininkas surengė postą paliekančio APFTE pirmininko įgaliojimų perdavimą naujajam pirmininkui 2012 m. gruodžio 11 d., dalyvaujant CCIM nariams ir teritorinių bendrijų asociacijos narių atstovams (https://heraultjuridique.com/entreprises/recherche/presidence-apfte-aeroport-de-montpellier-jean-yves-labattut-succede-a-gerard-maurice/, paskelbta 2012 m. gruodžio 10 d. internetiniame leidinyje „Hérault Juridique“; žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.). Tame pačiame straipsnyje paminėta, kad abu APFTE pirmininkai buvo išrinktieji CCIM nariai.

(128) Oficiali tyrimo procedūra atskleidė, kad galiausiai APFTE strateginiai sprendimai, kaip antai konkrečių rinkodaros susitarimų sudarymas su oro transporto bendrovėmis, buvo iš anksto nulemti CCIM ir kitų APFTE viešųjų narių, prieš pateikiant skatinimo programą valdybai ar generalinei asamblėjai ([72]). Taigi, privatūs asociacijos nariai turėjo tik galimybę išsakyti savo nuomonę, o ne galimybę lemti strateginius asociacijos sprendimus be viešųjų narių pritarimo ([73]).

(129) APFTE organus ir komitetus, kurie iš anksto nustato, kokius rinkodaros susitarimus turės patvirtinti generalinė asamblėja, t. y. biurą, valdymo komitetą ir finansuotojų komitetą ([74]), sudaro teritorinių bendrijų ir CCIM atstovai. Valdymo komiteto (vėliau tapusio finansuotojų komitetu) įsteigimo aplinkybės rodo, kad jis turėjo įteisinti nuo pat APFTE įsteigimo taikytą praktiką, pagal kurią prioritetinius sprendimus nulemdavo vietos bendrijos ir CCIM.

(130) Komisija atkreipia dėmesį, kad Prancūzijos institucijos nėra išreiškusios nuomonės dėl valdymo komiteto ir finansuotojų komiteto buvimo ir vaidmens.

(131) Remiantis 33 konstatuojamojoje dalyje nurodytu APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolu, tai, kad APFTE turi privačių narių, iš dalies aiškinama siekiu pagreitinti APFTE steigimą.

(132) Iš APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolo taip pat matyti, jog prieš įsteigiant APFTE CCIM ir jų patarėjas teisės klausimais, taip pat susijusios vietos bendrijos ieškojo teisiškai stabilaus tarpininko, kuris leistų ir po 2009 m. mokėti oro transporto bendrovėms, nes suprato, kad tokius mokėjimus sunku pagrįsti ([75]). Tuo remdamasi Komisija priėjo prie išvados, kad susijusios valdžios sektoriaus institucijos sąmoningai pasirinko tokią APFTE struktūrą, kurioje dauguma narių yra privačios įmonės, pagal asociacijos įstatus galinčios lemti asociacijos sprendimus ([76]), kad nuslėptų realią CCIM ir teritorinių bendrijų įtaką lėšų mokėjimui oro transporto bendrovėms. Privačių įmonių požiūriu narystė APFTE nepatogumų nekėlė: finansinis jų dalyvavimas buvo simbolinis, o APFTE viešųjų narių finansuojami rinkodaros susitarimai turėjo atnešti daugiau naudos vietinei ekonomikai.

(133) Tame pačiame protokole nurodyta, kad CCIM atstovas (kuris tame posėdyje vėliau buvo išrinktas APFTE pirmininku) APFTE generalinės asamblėjos steigiamajame posėdyje privatiems nariams paaiškino asociacijos veiklos tikslą – ir toliau sudaryti rinkodaros susitarimus su oro transporto bendrovėmis. Tokiomis aplinkybėmis CCIM atstovas nurodė, jog būtina, kad „įmonės galėtų išreikšti savo nuomonę apie pasirinktą veiksmų planą“. Sąvoka „išreikšti savo nuomonę“ išduoda realų vaidmenį, kurį CCIM skyrė privatiems nariams nepaisant generalinėje asamblėjoje jų turimos balsų daugumos, t. y. jokios sprendžiamosios galios priimant sprendimus dėl asociacijos strateginių ir biudžeto gairių, nes dėl jų sprendžia viešieji nariai. Tai reiškia, jog tuomet dalyvavusios APFTE narės privačios įmonės žinojo, kad strateginius sprendimus priims CCIM ir vietos bendrijos, nors ir galės atsižvelgti į privačių narių išreikštą nuomonę.

([72]) Žr. 2011 m. kovo 28 d. APFTE valdymo komiteto parengiamojo techninio posėdžio ataskaitą: Valdymo komiteto „tikslas – suburti [APFTE] finansuotojas bendrijas. Šio komiteto uždavinys buvo parinkti ir tvirtinti strateginius skrydžių maršrutų plėtros ir su ja susijusio biudžeto sprendimus.“

([73]) Žr., pvz., 136 konstatuojamojoje dalyje aprašytus <…> ir <…> turistinių srautų aptarimus.

([74]) Dėl šių dviejų komitetų taip pat žr. 40 konstatuojamąją dalį.

([75]) Žr. 31 konstatuojamąją dalį.

([76]) Žr. 41 konstatuojamąją dalį, kurioje aprašyta sprendimų dėl rinkodaros susitarimų sudarymo APFTE viduje priėmimo procedūra pagal asociacijos įstatus ir Prancūzijos institucijas.

(134) Išnagrinėjus APFTE protokolus ir ataskaitas, tokia išvada buvo patvirtinta: jeigu privačių narių sprendimams ir galėjo būti pritariama, tai tik subsidiariai, jei paskyrus finansavimą viešųjų narių pasirinktiems, pirmiausia „Ryanair“ vykdomiems skrydžių maršrutams liktų lėšų ([77]).

(135) Iš tiesų APFTE lėšos visuomet buvo skirstomos taip, kad pirmiausia būdavo skiriamas finansavimas viešųjų narių pasirinktiems projektams, o privačių narių pasiūlymams pritariama tik subsidiariai.

(136) Net ir finansuotojų komiteto viduje lėšos buvo skiriamos tik vienbalsiai patvirtintiems projektams, nes finansuotojai tikslią savo metinių subsidijų sumą nustatydavo atsižvelgdami į pasirinktus rinkodaros susitarimus. Tai patvirtina 2013 m. sausio 29 d. finansuotojų komitete vykęs „turistinių srautų“ į ir iš <…> (skrydžius vykdė Italijos oro transporto bendrovė) ir iš <…> (skrydžius vykdė Norvegijos oro transporto bendrovė) finansavimo aptarimas. Pradžioje privačių narių 2013 m. sausio 29 d. generalinėje asamblėjoje pasiūlyti srautai, kuriems pritarė kai kurie viešieji nariai, susidūrė su trijų pagrindinių finansuotojų (Langedoko-Rusijono regiono tarybos, Hero bendrosios tarybos, Monpeljė aglomeracijos bendruomenės) atsisakymu padidinti savąsias 2013 m. biudžeto finansavimo dalis, kad būtų galima finansuoti šiuos du srautus. Tuomet tuos srautus norėjusi plėtoti CCIM pati išimties tvarka padidino savo tais metais teikiamą subsidiją, kad paremtų abu minėtuosius srautus ([78]).

(137) APFTE nutarimuose ir protokoluose nenurodytos nei su AMS ir „Ryanair“ pasirašytų susitarimų sąlygos, nei jų įgyvendinimo tvarka. Nepaisant nepastovaus metinio biudžeto, šiems susitarimams buvo skiriamas pakankamas viešasis finansavimas. Dėl tokio finansavimo APFTE vykusiose diskusijose niekad nebuvo suabejota, nors asociacijos viešieji nariai tokio palaikymo niekaip nepagrindė. Viešieji nariai tiesiog kasmet pratęsdavo susitarimus, kai kuriuose su APFTE veikla susijusiuose dokumentuose įvardydami juos kaip „kryptis“ ar „istorinius maršrutus“ ir nieko nepaaiškindami.

(138) Tad balsavimas generalinėje asamblėjoje tebuvo formalumas, kuriuo buvo siekiama parodyti, kad APFTE veikia tinkamai. Akivaizdžiausiai tai matyti 2012, 2013 ir 2014 biudžetiniais metais, kuriais APFTE prisiėmė įsipareigojimus bendrovėms „Ryanair“ ir AMS prieš tai negavusi pritarimo strateginiams sprendimams generalinėje asamblėjoje:

a) Kalbant apie 2012 m. biudžetą, APFTE pirmininkas 2011 m. rugsėjo 29 d. pasirašė AMS nusiųstą pranešimą apie susitarimo pratęsimą. Prieš tai, 2011 m. rugsėjo 23 d., valdymo komitetas nusprendė patęsti 2010 m. rinkodaros susitarimą su AMS 2012 metams. Vis dėlto generalinei asamblėjai apie tai buvo pranešta tik 2011 m. spalio 19 d. posėdyje ([79]) (tačiau šio generalinės asamblėjos posėdžio protokole nepaminėta, kad dėl to būtų buvę balsuojama).

([77]) Žr., pvz., 2011 m. spalio 19 d. APFTE protokolą: „Kalbėdamas apie 2012 metus, pirmininkas generalinę asamblėją informavo, jog 2011 m. rugsėjo 23 d. valdymo tarybos posėdyje finansuotojai <…> nusprendė, kad jų įnašų dydžiui bus taikoma keturių ketvirčių taisyklė, todėl asociacijos biudžetas siekia <…> EUR su PVM ir jo užtenka tik rinkodaros susitarimams su AMS, t. y. esamiems skrydžių maršrutams į Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostus išlaikyti„ Taip pat žr. 2013 m. sausio 29 d. APFTE generalinės asamblėjos posėdžio protokolą: “Remdamosi šiuo biudžetu, bendrijos pasirinko išlaikyti Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo ir Birmingamo turistinius srautus <…>. Buvo pasiūlytos kryptys į <…> ir <…>. Šių krypčių prašė turizmo bendrovės, kurios mato jose turizmo perspektyvų. Šioms 2 kryptims <…> paremti nepakanka biudžeto.“

([78]) Žr. 2013 m. balandžio 15 d. CCIM generalinės asamblėjos nutarimą.

([79]) Žr. 2011 m. spalio 19 d. APFTE generalinės asamblėjos posėdžio protokolą: „Kalbėdamas apie 2012 metus, pirmininkas generalinę asamblėją informavo, jog 2011 m. rugsėjo 23 d. valdymo tarybos posėdyje finansuotojai <…> nusprendė, kad jų įnašų dydžiui bus taikoma keturių ketvirčių taisyklė, todėl asociacijos biudžetas siekia <…> EUR su PVM ir jo užtenka tik rinkodaros susitarimams su AMS, t. y. esamiems skrydžių maršrutams į Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostus išlaikyti.“

b) Kalbant apie 2013 m. biudžetą, 2010 m. rinkodaros susitarimą su AMS 2013 metams APFTE pratęsė 2013 m. vasario 23 d. 2013 m. biudžetą ir rinkodaros veiksmų programą, apimančius mokėjimus „Ryanair“ pagal minėtą rinkodaros susitarimą, APFTE generalinė asamblėja patvirtino 2013 m. liepos 4 d. ([80]).

c) Kalbant apie 2014 m. biudžetą, 2013 m. lapkričio 22 d. APFTE pirmininkas pasirašė susitarimus su 2013 m. skelbtą konkursą laimėjusia „Ryanair“. Vis dėlto generalinė asamblėja APFTE pirmininkui pasirašyti rinkodaros susitarimus su „Ryanair“ leido tik 2014 m. sausio 27 d.

(139) Pagal Komisijos turimus su APFTE veikla susijusius dokumentus, visi balsavimai asociacijoje visuomet vyko vienbalsiai. Tokiomis aplinkybėmis Komisija atkreipia dėmesį, kad valdyboje ir generalinėje asamblėjoje privatūs nariai išreiškė ne vieną nuomonę, būtent apie poreikį atlikti rinkos tyrimus, kad būtų galima įsitikinti, jog finansuojami skrydžių maršrutai išties suteikė regionui ekonominės naudos. Vis dėlto generalinės asamblėjos ar valdybos nutarimuose privatūs nariai niekuomet realiai nepaprieštaravo balsuodami prieš biuro, valdymo komiteto ar finansuotojų komiteto sprendimus. Be to, Komisija atkreipia dėmesį, kad kasmet generalinėse asamblėjose dalyvaudavo vis mažiau privačių narių, palyginti su daugiau ar mažiau pastoviu dalyvaujančių viešųjų narių atstovų skaičiumi ([81]). Tad privatūs nariai visuomet palaikė viešųjų narių veiksmus, nei jei į jų pačių poziciją ir nebuvo atsižvelgiama. Tokia padėtis aiškinama tuo, kad privačių narių finansinis indėlis buvo simbolinis, o APFTE finansuojamų rinkodaros susitarimų ekonominės pasekmės geriausiu atveju buvo teigiamos, o blogiausiu – lygios nuliui. Todėl privatūs nariai nebuvo suinteresuoti veltis į konfliktą su asociaciją finansuojančiais viešaisiais APFTE nariais.

(140) Be to, kaip nurodyta 46 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, viešieji nariai kontroliavo strateginius APFTE sprendimus kontroliuodami savo įnašus į APFTE biudžetą: kiekvienam APFTE nariui buvo aišku, kad viešųjų narių požiūriu pirmenybės neturintis rinkodaros susitarimas iš jų finansavimo negaus ([82]).

e) **APFTE finansavimas, kurį teikia jos viešieji nariai, ir APFTE biudžeto naudojimo priežiūra**

(141) Kaip nurodyta 45 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, taip pat 107 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, kuriose aprašyta APFTE finansinių išteklių kilmė, dėl asociacijos biudžeto paskirstymo sprendžia APFTE viešieji nariai – teritorinės bendrijos ir CCIM – prieš sudarydami biudžetą ir nustatę APFTE vykdomą skatinimo programą, sudarytą iš konkrečių rinkodaros susitarimų; jie taip pat griežtai prižiūri, kaip APFTE naudoja jų subsidijas, prieš jas skirdami, ir teikia jas su sąlyga, kad APFTE skatinimo programa bus įgyvendinta.

7.1.2.2. Valstybiniai ištekliai

(142) 52 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse aprašyti APFTE bendrovėms „Ryanair“ ir AMS pagal rinkodaros susitarimus atlikti mokėjimai buvo atliekami iš bendrojo APFTE biudžeto išteklių. Kaip nurodyta 45 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, nuo pat įsteigimo beveik visą finansavimą ([95–100 %]) APFTE teikė regiono ir vietos valdžios sektoriaus institucijos, konkrečiai – Oksitanijos regionas (Langedoko-Rusijono regiono taryba), Hero departamentas, Monpeljė Vidužemio jūros metropolija (Monpeljė aglomeracijos bendruomenė), Aukso krašto aglomeracijos bendruomenė, Monpeljė miestas ir CCIM (Hero prekybos ir pramonės rūmai) ([83]).

([80]) Žr. 2013 m. liepos 4 d. APFTE generalinės asamblėjos posėdžio protokolą: „Biudžetas ir internetinės rinkodaros veiksmų programa patvirtinti. Veiksmų programa skirta: – RYANAIR: Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostams.“

([81]) Iš dokumentų, susijusių su APFTE veikla, matyti, kad 2011 m. APFTE generalinėje asamblėjoje dar dalyvavo 21 privatus narys, o nuo 2013 m. – vos 4–9.

([82]) Žr., pvz., 2011 m. spalio 19 d. APFTE protokolą: „Kalbėdamas apie 2012 metus, pirmininkas generalinę asamblėją informavo, jog 2011 m. rugsėjo 23 d. valdymo tarybos posėdyje finansuotojai <…> nusprendė, kad jų įnašų dydžiui bus taikoma keturių ketvirčių taisyklė, todėl asociacijos biudžetas siekia <…> EUR su PVM ir jo užtenka tik rinkodaros susitarimams su AMS, t. y. esamiems skrydžių maršrutams į Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostus išlaikyti„ Taip pat žr. 2013 m. sausio 29 d. APFTE generalinės asamblėjos posėdžio protokolą: “Remdamosi šiuo biudžetu, bendrijos pasirinko išlaikyti Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo ir Birmingamo turistinius srautus <…>. Buvo pasiūlytos kryptys į <…> ir <…>. Šių krypčių prašė turizmo bendrovės, kurios mato jose turizmo perspektyvų. Šioms 2 kryptims <…> paremti nepakanka biudžeto.“

([83]) Vykdydami įsipareigojimus APFTE, CCIM vykdė savo viešosios politikos užduotį ir buvo globojami prefekto, kaip patvirtina Prancūzijos institucijų pateikti dokumentai. Taigi, šiame tyrime Komisija laiko CCIM valdžios sektoriaus institucija. Taip pat žr. 2018 m. gruodžio 13 d. Bendrojo Teismo sprendimo *Ryanair ir Airport Marketing Services / Komisija*, T-53/16, ECLI:EU:T:2018:943, 81 ir paskesnius punktus.

(143) Šie viešieji subjektai griežtai kontroliavo, kaip APFTE naudoja jų lėšas, keliais būdais:

a) Kaip aprašyta 49 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, balsavimo generalinėje asamblėjoje, rinkodaros sutarčių pasirašymo datų ir vietos bendrijų subsidijų mokėjimo už metus analizė parodė, kad APFTE niekuomet neturėjo iš anksto jai suteikto biudžeto, kurį būtų galėjusi valdyti savo nuožiūra. Savo subsidijas bendrijos į asociacijos biudžetą už biudžetinius metus pervesdavo tik konkrečiai nusprendus ir pasirašius rinkodaros susitarimus, kurie turėjo būti finansuojami iš tų subsidijų. Tad bendrijos visuomet galėjo pervesti savo lėšas tiksliai žinodamos, kaip jos bus panaudotos ([84]). Tai reiškia, kad jos galėjo nepasirašyti finansavimo sutarčių su APFTE, jei nebūtų pritarusios asociacijos sprendimams. Antra vertus, tai reiškia, kad, kaip asociacija, APFTE neturėjo biudžeto, kurį galėtų valdyti savo nuožiūra, o buvo priversta prašyti subsidijų iš savo viešųjų narių tik priėmus konkrečius sprendimus dėl biudžeto, kuriuos priimdavo tie patys viešieji nariai finansuotojų komiteto siūlymu. Komisija priėjo prie išvados, kad tokios praktikos pasekmė (jei ne tikslas) – atgrasyti APFTE privačius narius nuo APFTE viešiesiems nariams neparankaus balsavimo generalinėje asamblėjoje dėl biudžeto panaudojimo. Taigi, tokia praktika turėjo leisti asociacijos viešiesiems nariams faktiškai kontroliuoti APFTE biudžetą.

b) Be to, 51 konstatuojamojoje dalyje pateikta finansavimo sutarčių analizė įrodo, jog APFTE viešieji nariai įvairiomis sutarčių nuostatomis užsitikrino, kad jų subsidijos būtų naudojamos jų strateginiams sprendimams, įtvirtintiems kiekvienų biudžetinių metų APFTE skatinimo programoje, kurios turinį nustatė jie patys ([85]), finansuoti ir dėl to privatūs nariai negalėjo balsuoti dėl biudžeto savarankiškai.

c) Galiausiai, kadangi visi APFTE pirmininkai, turėję įgaliojimus pasirašyti rinkodaros susitarimus su „Ryanair“ ir AMS, taip pat finansavimo sutartis su asociacijos nariais finansuotojais, buvo su tais finansuotojais (arba su CCIM, arba su Oksitanijos regionu) susiję ([86]), APFTE viešieji nariai galėjo papildomai kontroliuoti APFTE finansinius įsipareigojimus ir subsidijų asociacijai mokėjimus.

(144) Taigi, APFTE viešieji nariai finansuotojai griežtai kontroliavo APFTE suteiktas lėšas iki pat jų perdavimo galutiniams gavėjams. Tad aptariamos lėšos, APFTE perduodamos bendrovėms „Ryanair“ ir AMS, neprarado valstybinių išteklių pobūdžio.

(145) Kaip išsamiai išdėstyta ankstesniame skyriuje, kuriame aptariamas pagalbos priskyrimas valstybei, Komisija mano, kad APFTE yra suinteresuotų viešųjų subjektų įsteigtas subjektas, kuriam taikoma privatinė teisė ir kurio steigimo tikslas – skirti valstybės lėšas oro transporto bendrovėms ir valdyti jų mokėjimą ([87]).

([84]) Žr., pvz., Monpeljė aglomeracijos bendruomenės nutarimus Nr. 10397 (2011 m. rugsėjo 29 d.) ir Nr. 11796 (2013 m. liepos 25 d.). Monpeljė aglomeracijos bendruomenė savo 2011 m. rugsėjo 29 d. nutarime, kuriuo patvirtino 550 000 EUR įnašą į 2011 m. APFTE biudžetą, nurodė: „Monpeljė aglomeracijos bendruomenės (CAM) 2011 m. įnašas sudaro ne daugiau kaip 25 % viso 2011 m. internetinės rinkodaros susitarimų biudžeto, kurio numatoma suma siekia 2 095 972 EUR. Šis įnašas negali viršyti 550 000 EUR, skiriamų 2011 m. balandžio 20 d. generalinės asamblėjos patvirtintų skrydžių maršrutų skatinimo programos projektui. Susitarimo priede pateikta skrydžių maršrutų programa apima skrydžių maršrutus į <…> Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo, <…> ir Birmingamo oro uostus. Šis įnašas bus mokamas pagal mėnesių, kuriais buvo vykdoma rinkodaros veikla, skaičių, pateikus atitinkamas sąskaitas faktūras.“

([85]) Taip pat žr. 107 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis, kuriose aprašomas pagalbos priskyrimas valstybei.

([86]) Žr. 38 konstatuojamąją dalį.

([87]) Taip pat žr. 2017 m. rugsėjo 13 d. Teisingumo Teismo sprendimo *ENEA / Prezes Urzędu Regulacji Energetyki*, C-329/15, ECLI:EU:C:2017:671, 23 punktą, 1977 m. kovo 22 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Steinike & Weinlig*, C-78/76, ECLI:EU:C:1977:52, 21 punktą ir 2001 m. kovo 13 d. Teisingumo Teismo sprendimo *PreussenElektra*, C-379/98, ECLI:EU:C:2001:160, 58 punktą.

(146) Kalbant apie iš privačių narių įnašų sudarytą APFTE biudžeto dalį (mažesnę nei [0–5] % APFTE biudžeto, kaip matyti iš 3 lentelės), šie įnašai priklausė tam pačiam iždui kaip ir APFTE viešųjų narių įnašai. Kadangi minėtieji įnašai buvo APFTE biudžeto, kurį visiškai kontroliavo valstybė (t. y. APFTE viešieji nariai), kaip aprašyta šiame ir paskesniuose skyriuose, dalis, šiuos įnašus Komisija taip pat laiko valstybiniais ištekliais ([88]).

7.1.2.3. Išvada

(147) Remdamasi šia informacija, Komisija priėjo prie išvados, kad nuo pat pradžių CCIM ir vietos bendrijos sumanė ir naudojo APFTE kaip paprastą valstybės lėšų išmokėjimo bendrovei „Ryanair“ tarpininką, nepalikdamos pačiai asociacijai ar jos privatiems nariams jokios galimybės veikti savo nuožiūra. Taigi, APFTE veiksmai ir sprendimai priskirtini valstybei.

(148) Šias pastabas patvirtina sprendime pradėti tyrimo procedūrą paminėti Langedoko-Rusijono regioninių audito rūmų pareiškimai ([89]), mat pastarieji kai kuriose savo ataskaitose nurodė, kad APFTE iš tiesų tebuvo paprastas tarpininkas rinkodaros susitarimams finansuoti skirtoms valstybės lėšoms surinkti.

(149) Todėl Komisija mano, kad priemonės yra priskiriamos valstybei ir kad Prancūzija jas suteikė naudodama valstybinius išteklius, kaip tai suprantama pagal SESV 107 straipsnio 1 dalį.

7.1.3. *Ekonominis pranašumas*

(150) Siekiant įvertinti, ar valstybės priemonė yra pagalba, reikėtų nustatyti, ar pagalbą gaunančiai įmonei suteikiamas ekonominis pranašumas, kurio ji nebūtų įgijusi įprastomis rinkos sąlygomis ([90]).

(151) Reikia išnagrinėti, ar aptariamoms sutartims galima taikyti rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo kriterijų, ir, jei taip, ar sutartys tą kriterijų atitinka.

7.1.3.1. Bendras ekonominio pranašumo, suteikto bendrovėms „Ryanair“ ir AMS, vertinimas

(152) Vertindama APFTE su AMS ir „Ryanair“ sudarytus susitarimus, Komisija pirmiausia turi kelti klausimą, ar, siekiant nustatyti ekonominį pranašumą, kuris galėjo būti suteiktas „Ryanair“ ir jos patronuojamajai bendrovei AMS, šias bendroves reikia vertinti atskirai, ar kartu.

(153) Komisija pažymi, kad AMS yra visiškai „Ryanair“ valdoma pastarosios patronuojamoji bendrovė. Komisija taip pat pažymi, kad AMS iš tikrųjų buvo įsteigta vien siekiant teikti rinkodaros paslaugas „Ryanair“ interneto svetainėje ir kad kitokios veiklos ji nevykdo ([91]).

(154) Be to, atrodo, kad AMS gali pakeisti „Ryanair“ pastarosios santykiuose su APFTE. Iš tiesų APFTE pirmiausia sudarė susitarimą su AMS (2010 m. susitarimą). Vėliau 2013 m. ir 2017 m. susitarimus APFTE jau sudarė tiesiogiai su „Ryanair“.

([88]) Remiantis Komisijos pranešimo dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 107 straipsnio 1 dalyje vartojamos valstybės pagalbos sąvokos (C/2016/2946), (OL C 262, 2016 7 19, p. 1) 57 ir paskesnėmis konstatuojamosiomis dalimis.

([89]) Žr. sprendimo pradėti procedūrą 59 konstatuojamąją dalį.

([90]) Žr., pvz., 1999 m. balandžio 29 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Ispanija / Komisija*, C-342/96, ECLI:ES:C:1999:210, 41 punktą.

([91]) Žr. 2014 m. liepos 23 d. Komisijos sprendimo dėl valstybės pagalbos SA.33961 (2012/C) (ex 2012/NN), kurią Prancūzija suteikė Nimo, Izeso ir Le Vigano prekybos ir pramonės rūmams ir bendrovėms „Veolia Transport Aéroport de Nîmes“, „Ryanair Limited“ ir „Airport Marketing Services Limited“ (OL L 113, 2016 4 27, p. 32), 314 ir 315 punktus.

(155) Be to, su AMS sudaryto rinkodaros susitarimo dalyko dalyje įtvirtinta, kad susitarimas „taip pat yra susijęs su „Ryanair“, kuri vykdo skrydžius Monpeljė teritorijoje“ ([92]).

(156) Dėl visų šių priežasčių Komisija bendroves „Ryanair“ ir AMS vertina kartu, kaip vieną nagrinėjamos priemonės naudos gavėją ([93]).

7.1.3.2. Rinkodaros susitarimų vertinimas atskirai

(157) Prancūzija teigia, kad APFTE veikė kaip viešasis paslaugų pirkėjas ir tai jai leido vykdyti pavestas viešosios politikos užduotis. Anot Prancūzijos, rinkodaros susitarimai buvo visiškai nesusiję su oro uosto paslaugų sutartimis, o jų tikslas buvo prisidėti prie ekonominės regiono plėtros pritraukiant turistų.

(158) Prancūzija nepateikė duomenų, rodančių, kad sprendimai sudaryti rinkodaros paslaugų susitarimus būtų buvę priimti remiantis konkrečiais ekonominiais vertinimais, kuriais būtų nustatytas būsimas tų susitarimų su „Ryanair“ ir AMS pelningumas ar jų teikiama ekonominė nauda – tokiu aspektu nebuvo įvertinti nei rinkodaros susitarimai atskirai, nei kartu su oro uosto paslaugų sutartimis.

(159) „Ryanair“ nepateikė aiškios savo nuomonės dėl su APFTE sudarytų rinkodaros susitarimų vertinimo atskirai ar drauge su bendrove AMM sudarytomis oro uosto paslaugų sutartimis, teigdama, kad abiem atvejais „Ryanair“ ir AMS neturi būti laikomos pagalbos gavėjomis.

(160) Šiuo atveju, priešingai nei daugelyje kitų bylų, kuriose Komisija neseniai priėmė sprendimus dėl „Ryanair“ ir valstybės pagalbos, Komisija dėl toliau išdėstytų priežasčių nenustatė ryšio tarp rinkodaros susitarimų ir oro uosto paslaugų sutarčių.

(161) Visų pirma abiejų rūšių susitarimus sudarė du skirtingi, skirtingus uždavinius vykdę juridiniai asmenys – bendrovė AMM ir APFTE ([94]), kurie negali būti laikomi vienu ekonominiu subjektu.

(162) Nors negalima atmesti galimybės, kad abiejų rūšių susitarimai buvo susiję, kai CCIM dar buvo oro uosto koncesininkas ir sudarydavo dviejų rūšių susitarimus su „Ryanair“ ir AMS, šis galimas ryšys nutrūko 2009 m. oro uosto valdymą perėmus bendrovei AMM. Kaip nurodyta 28 konstatuojamojoje dalyje, iš 2010 m. birželio 24 d. APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolo matyti, jog APFTE steigimą ir finansavimą inicijavo CCIM ir palaikė suinteresuotos vietos bendrijos, kad galėtų ir toliau sudaryti rinkodaros susitarimus su pigių skrydžių oro transporto bendrovėmis po to, kai CCIM nustojo būti Monpeljė oro uosto koncesininku. Tokiomis aplinkybėmis CCIM nebenorėjo prisiimti su rinkodaros susitarimais susijusios finansinės ir teisinės rizikos ir paprašė suinteresuotų teritorinių bendrijų tiesiogiai prisidėti prie mokėjimų oro transporto bendrovėms už rinkodaros paslaugas (kurias iki tol tiesiogiai finansavo CCIM; dvišalės finansavimo sutartys su įvairiomis bendrijomis buvo pasirašytos tik vėliau) ([95]).

([92]) 2010 m. susitarimo 1 ir 5.3 straipsniai.
([93]) Todėl tolesniame vertinime, įvardydama nagrinėjamų priemonių naudos gavėją, Komisija ją įvardys kaip „Ryanair“.
([94]) Tai aiškiai patvirtino APFTE.
([95]) Žr. 2010 m. gegužės 26 d. Monpeljė CCI generalinės asamblėjos nutarimo 6 puslapį: „CCIM buvo vienintelis su įvairiomis rinkodaros bendrovėmis turizmo skatinimo mūsų teritorijoje susitarimus pasirašęs kontrahentas. Be to, CCIM pasirašė susitarimus su srautų skatinimo veikloje dalyvavusiomis bendrijomis. Ekonomikos ir finansų generalinės kontrolės institucija nusprendė, kad CCIM prisiėmė teisinę ir finansinę riziką, nors ir nebebuvo koncesininkas. Vis dėlto šių srautų svarbos vietos turizmui nebereikia įrodinėti. Šiandien rinkodaros paslaugų nuperkama už 1,8 mln. eurų, o ekonominiai rezultatai siekia 60 mln. eurų. CCIM ir bendrijos sutaria dėl to, kad šiuos veiksmus būtina tęsti.“

(163) Nors APFTE viešieji nariai yra ir oro uosto akcininkai, jų dalyvavimo finansuojant rinkodaros susitarimus apimtis visiškai nėra susijusi su jų valdomomis oro uosto akcijomis ([96]). Nors valdo 60 % AMM akcijų, Prancūzijos valstybė nėra APFTE narė ir prie jos biudžeto neprisideda. 25 % AMM kapitalo valdančių CCIM įnašai 2010–2019 m. sudarė [10–20] % bendro APFTE biudžeto. Likusias subsidijas, t. y. [80–90] %, 2010–2019 m. APFTE skyrė teritorinės bendrijos, kurios drauge valdo tik 15 % AMM kapitalo.

5 lentelė

APFTE viešųjų narių įnašų dalies palyginimas su jų turima AMM akcijų dalimi

	Langedoko-Rusijono regiono taryba (tapusi Oksitanijos regionu)	Hero departamento taryba	Monpeljė aglomeracija (tapusi Monpeljė Vidužemio jūros metropolija) ir Monpeljė miestas	Aukso krašto aglomeracijos bendruomenė	CCIM (tapę Hero pramonės ir prekybos rūmais)	Prancūzijos valstybė (nacionaliniu lygiu)
Dalis APFTE finansavime (2010–2019 m.) (%)	[20-30]	[10-20]	[30-40]	[0-10]	[10-20]	
AMM akcijų dalis (%)	6,5	7	0,5 ([1])	1	25	60

([1]) Monpeljė Vidužemio jūros metropolijos dalis. Monpeljė miestas nėra AMM akcininkas.

(164) Iš šių elementų matyti, kad APFTE viešųjų narių teikiamas rinkodaros susitarimų finansavimas nėra susijęs su jų valdomomis AMM akcijomis. Jei rinkodaros susitarimai leistų padidinti su oro uosto paslaugų sutartimi susijusias pajamas, APFTE viešieji nariai galėtų pasinaudoti tik 40 % tų papildomų pajamų, nors jie finansavo [95–100] % rinkodaros išlaidų. Visų APFTE viešųjų narių individuali padėtis labai skiriasi ir trims pagrindiniams APFTE finansuotojams – regionui (6,5 % AMM kapitalo), departamentui (7 % AMM kapitalo) ir Monpeljė Vidužemio jūros metropolijai (0,5 % AMM kapitalo), kurie kartu finansavo [80–90] % ([97]) APFTE biudžeto ([98]), yra dar nepalankesnė.

(165) Be to, iš minėto 2010 m. birželio 24 d. protokolo matyti, kad sudarydami rinkodaros susitarimus APFTE ir jos nariai veikė siekdami skatinti regiono ekonomiką turėdami omenyje galimą ekonominę naudą, kurią rinkodaros susitarimai atneš regionui ir įvairioms vietinėms bendrovėms, o ne kaip oro uosto operatoriai (net ir smulkieji akcininkai) ar kitos įmonės, gaunančios iš sutarčių tiesioginės ekonominės naudos.

(166) Taigi, vertinant, ar viešasis subjektas veikia kaip rinkos ekonomikos sąlygomis veikiantis veiklos vykdytojas, nebuvo atsižvelgta į regioninės politikos aspektus. Be to, oficiali tyrimo procedūra neatskleidė elementų, rodančių, jog APFTE viešųjų narių teikiamu rinkodaros susitarimų finansavimu buvo siekiama didinti APFTE viešųjų narių iš oro uosto gaunamas pajamas, t. y. AMM išmokamus dividendus ar kitokias premijas, kad būtų galima remtis galima teigiama rinkodaros susitarimų įtaka oro uosto pajamoms.

([96]) Taigi, Monpeljė oro uosto padėtis skiriasi nuo Šarlerua oro uosto padėties byloje *Ryanair / Komisija* (T-196/04, ECLI:EU:T:2008:585, 53–61 punktai), kurioje Bendrasis Teismas 2008 m. gruodžio 17 d. sprendime padarė išvadą, kad Valonijos regionas ir oro uosto operatorius BSCA privataus investuotojo rinkos ekonomikoje principo taikymo tikslais turi būti laikomi vienu ir tuo pačiu subjektu, o dominuojanti Valonijos regiono įtaka BSCA visų pirma matyti iš akcininkų struktūros.

([97]) Įtrauktas ir Monpeljė miesto indėlis į APFTE biudžetą. Monpeljė miestas nėra AMM akcininkas. Prancūzijos institucijos pateikė informaciją tik apie bendrus Monpeljė miesto ir Monpeljė Vidužemio jūros metropolijos įnašus.

([98]) Žr. 23 ir 45 konstatuojamąsias dalis.

(167) Remdamasi minėtais požymiais, Komisija priėjo prie išvados, jog AMM sudarytos oro uosto paslaugų sutartys ir APFTE sudaryti rinkodaros susitarimai yra nepakankamai susiję, kad būtų galima abiejų rūšių sutartis nagrinėti kartu. Tad Komisija abiejų rūšių sutartis išnagrinėjo atskirai.

(168) Dėl šios priežasties ir dėl to, kad APFTE negali būti laikoma oro uosto operatoriumi, 2014 m. gairėse numatytas laipsniško pelningumo metodas vertinant oro uostų ir pavienių oro transporto bendrovių susitarimus ([99]) bet kuriuo atveju negali būti taikomas aptariamoms sutartims.

7.1.3.3. Rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo kriterijaus taikymas

(169) Siekiant įvertinti, ar valstybės priemonė yra pagalba, reikėtų nustatyti, ar pagalbą gaunančiai įmonei suteikiamas ekonominis pranašumas, kurio ji nebūtų įgijusi įprastomis rinkos sąlygomis ([100]).

(170) Anot Prancūzijos, APFTE mano, kad aptariami mokėjimai nėra valstybės pagalba, nes APFTE bendrovėms „Ryanair“ ir AMS už konkurso tvarka perkamas paslaugas mokėjo rinkos kainą. APFTE teigia, kad, be kita ko, perkamos paslaugos atitiko APFTE poreikius ir jos vykdomas viešosios politikos užduotis, konkrečiai – regiono turizmo skatinimą ar net ekonominę plėtrą. Taigi APFTE veikė kaip savo viešosios politikos tikslų siekiantis viešasis pirkėjas. APFTE teigia, kad siekdama šių tikslų neturėjo atlikti pelningumo asociacijos atžvilgiu analizės. Todėl, APFTE manymu, rinkodaros susitarimais bendrovėms „Ryanair“ ar AMS nebuvo suteiktas ekonominis pranašumas.

(171) „Ryanair“ pateikia tuos pačius argumentus.

(172) Kalbant apie rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo kriterijaus taikymą, dera priminti, kad tuo atžvilgiu vertinamas ne koks nors ekonominės veiklos vykdytojas, o APFTE, kaip rinkos ekonomikos sąlygomis veikiantis veiklos vykdytojas.

(173) Todėl reikia išnagrinėti, ar rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo kriterijus gali būti taikomas APFTE.

(174) Komisijos pranešimo dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 107 straipsnio 1 dalyje vartojamos valstybės pagalbos sąvokos ([101]) (toliau – Komisijos pranešimas dėl valstybės pagalbos sąvokos) 77 konstatuojamojoje dalyje nustatyta: „<…> turi būti atsižvelgiama tik į naudą ir pareigas, susijusias su valstybės, kaip ekonominės veiklos vykdytojos, vaidmeniu, ir neatsižvelgiama į naudą ir pareigas, susijusias su valstybės, kaip valdžios institucijos, vaidmeniu“, todėl, be kita ko, neturi būti atsižvelgiama į tokį viešąjį interesą kaip regioninė plėtra.

(175) APFTE įstatuose nurodyta, kad asociacijos veiklos tikslas yra „teritorijoje skatinti ir plėtoti turizmą, taip pat verslo turizmą, sudarant reklamos sutartis, perkant reklamą internete ir rinkodaros paslaugas ar kitomis reklamos priemonėmis, pavyzdžiui, dalyvaujant mugėse ir parodose, ir taip pritraukti klientų iš užsienio“. Pagal APFTE biuro narių viešąsias ataskaitas, anksčiau minėtus protokolus ir kitus su veikla susijusius dokumentus, APFTE nori siekti regioninės politikos tikslų ([102]).

([99]) Žr. 2014 m. gairių 3.5 skirsnį.
([100]) Žr., pvz., 1999 m. balandžio 29 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Ispanija* / *Komisija*, C-342/96, ECLI:ES:C:1999:210, 41 punktą.
([101]) C/2016/2946 (OL C 262, 2016 7 19, p. 1).
([102]) Taip pat žr. 117 konstatuojamąją dalį.

(176) Be to, iš Prancūzijos institucijų pateiktų APFTE protokolų, ataskaitų ir kitų dokumentų matyti, kad sudarydama rinkodaros susitarimus su „Ryanair“ ir AMS – t. y. siekdama vystyti regiono ekonomiką – APFTE veikė tik kaip valdžios institucija.

(177) Rinkodaros susitarimų teikiama nauda regiono turizmo plėtrai, būtent galimos regiono pajamos iš turizmo, negali būti vertinama nagrinėjant, ar priemonė atitinka rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo kriterijų.

(178) Nagrinėjamu atveju Komisija nenustatė nė vieno požymio, kad sudarydama rinkodaros susitarimus APFTE ar jos viešieji nariai, be regiono turizmo plėtros, būtų siekę gauti finansinio pelno (konkrečiai – investicijų grąžos) kaip rinkos ekonomikos sąlygomis veikiantys veiklos vykdytojai, ir toks vaidmuo visiškai atitinka jos (ir jos viešųjų narių finansuotojų) valdžios institucijos vaidmenį.

(179) APFTE negauna dėl turistų srauto didėjimo galimai išaugusių Monpeljė oro uosto valdytojo pajamų dalies. APFTE nėra Monpeljė oro uosto valdytoja, o finansavimą teikiantys jos nariai yra smulkieji Monpeljė oro uosto akcininkai (kartu valdantys 40 % akcijų). Prancūzijos institucijos neakcentavo su padidėjusiomis oro uosto pajamomis susijusios naudos, kurią galėjo gauti AFPTE nariai Monpeljė oro uosto akcininkai. Prieš priimant sprendimą sudaryti rinkodaros susitarimus su „Ryanair“, verslo planas, pagal kurį būtų vertinama tokia galima nauda, parengtas nebuvo. Jei rinkodaros susitarimų tikslas ir (arba) poveikis būtų buvęs padidėjęs keleivių srautas, 40 % oro uosto akcijų valdantiems smulkiesiems akcininkams nebūtų jokios prasmės finansuoti [95–100] % rinkodaros susitarimų išlaidų. Be to, kiekvieno smulkiojo oro uosto akcininko indėlis į rinkodaros susitarimų finansavimą neatitiko jų turimų oro uosto akcijų skaičiaus ([103]), o tai taip pat rodo, jog sprendimas sudaryti rinkodaros susitarimus nėra ekonomiškai susijęs su faktu, kad kai kurie APFTE nariai yra oro uosto akcininkai. Apibendrinant pažymėtina, kad rinkodaros susitarimus su „Ryanair“ APFTE sudarė tik siekdama savo ir savo narių viešosios politikos tikslų ir kaip ekonominės veiklos vykdytoja negavo iš jų jokios naudos.

(180) Be to, kaip išsamiai įrodyta 7.1.3.4 skirsnio a punkte, Komisija padarė išvadą, kad APFTE rinkodaros paslaugų pirkimas neatitiko tikrųjų poreikių, bet iš tikrųjų buvo skirtas „Ryanair“ skrydžiams iš Monpeljė oro uosto ir į jį subsidijuoti. Tokiomis aplinkybėmis Komisija daro išvadą, kad rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo kriterijus netaikomas ([104]). Be to, kaip nurodyta 7.1.3.4 skirsnio b punkte, kainos, už kurias APFTE pirko iš „Ryanair“ ir AMS rinkodaros paslaugas, neatitinka įprastų rinkos sąlygų. Taigi, net jei rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo kriterijus būtų taikomas, jis nebūtų tenkinamas.

(181) Galiausiai Komisija pažymi, kad valstybės intervencija nelaikoma pranašumu, kai ji yra kompensacija už paslaugas, kurias įmonės, kurioms pavesta teikti visuotinės ekonominės svarbos paslaugas, teikia siekdamos vykdyti viešųjų paslaugų įsipareigojimus, kai šios įmonės iš tikrųjų negauna finansinės naudos ir kai dėl šios intervencijos šių įmonių konkurencinė padėtis netampa palankesnė nei konkuruojančių įmonių ([105]). Tačiau šiuo atveju nėra jokių požymių, kad „Ryanair“ būtų turėjusi vykdyti viešųjų paslaugų įsipareigojimus.

7.1.3.4. APFTE bendrovėms „Ryanair“ ir AMS suteikto pranašumo apskaičiavimas

(182) Iš oficialios tyrimo procedūros paaiškėjo, kad pagal rinkodaros susitarimus atlikti mokėjimai yra to paties pobūdžio kaip ir valstybės institucijos oro transporto bendrovei suteiktos subsidijos oro susisiekimo paslaugoms oro uoste vykdyti. Komisija padarė išvadą, kad APFTE mokėjimai bendrovėms „Ryanair“ ir AMS turi būti nagrinėjami kaip paprastos subsidijos, kuriomis siekiama sumažinti „Ryanair“ sąnaudas vykdant skrydžius reguliariaisiais maršrutais į Monpeljė, ir dėl šios priežasties jais „Ryanair“ suteikiamas ekonominis pranašumas.

([103]) Žr. 164, 24, 45 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis.
([104]) Žr. 2017 m. kovo 1 d. Bendrojo Teismo sprendimo *SNCM / Komisija*, T-454/13, ECLI:EU:T:2017:134, 232 ir 233 punktus.
([105]) Žr. 2010 m. rugsėjo 2 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Komisija prieš Deutsche Post AG*, C-399/08, ECLI:EU:C:2010:481, 41 punktą ir 2011 m. birželio 9 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Comitato „Venezia vuole vivere“ ir kt. prieš Komisiją*, C-71/09 P, ECLI:EU:C:2011:368, 92 punktą.

(183) Siekdama nustatyti, ar „Ryanair“ ir AMS buvo suteiktas ekonominis pranašumas, Komisija išnagrinėjo visas atitinkamas aplinkybes remdamasi Komisijos pranešimu dėl valstybės pagalbos sąvokos. Pavyzdžiui, gali būti išimtinių aplinkybių, dėl kurių valdžios institucijos įsigytos prekės ar paslaugos gali nebūti laikomos įsigytomis rinkos sąlygomis, net jei tas prekes ar paslaugas ji įsigijo rinkos kainomis, ypač kai perkamos tikrųjų valdžios institucijos poreikių neatitinkančios paslaugos ([106]).

(184) Remdamasi per oficialią tyrimo procedūrą atskleistų požymių visuma, Komisija priėjo prie išvados, kad rinkodaros paslaugų pirkimas iš „Ryanair“ neatitiko tikrųjų APFTE poreikių. To pakanka, kad būtų galima konstatuoti, jog šiame tyrime nagrinėjamomis priemonėmis „Ryanair“ buvo suteiktas pranašumas.

(185) Be to, oficiali tyrimo procedūra nepatvirtino „Ryanair“, AMS ir Prancūzijos institucijų teiginio, kad rinkodaros paslaugos buvo perkamos už rinkos kainą.

a) **Tikrojo APFTE poreikio pirkti iš „Ryanair“ ir AMS rinkodaros paslaugas nebuvimas**

(186) Savo pastabas pateikusios Prancūzijos institucijos, teritorinės bendrijos ir „Ryanair“ remiasi argumentu, kad APFTE buvo vietos turizmo skatinimo asociacija, pirkusi rinkodaros pasaugas iš „Ryanair“ už rinkos kainą.

(187) Pagrindinis klausimas, į kurį turi atsakyti Komisija, nustatydama, ar „Ryanair“ buvo suteiktas pranašumas – ar APFTE iš tiesų reikėjo pirkti iš „Ryanair“ rinkodaros paslaugas, kad galėtų siekti savo viešosios politikos tikslų, t. y. reklamuoti Monpeljė miestą ir jo apylinkes ([107]).

(188) Remdamasi toliau išvardytais požymiais, Komisija padarė išvadą, kad rinkodaros paslaugų pirkimas iš „Ryanair“ neatitiko tikrųjų APFTE poreikių:

— rinkodaros paslaugos buvo perkamos tik siekiant pagrįsti mokėjimus „Ryanair“, kad ši toliau teiktų paslaugas Monpeljė oro uoste; net jei rinkodaros paslaugos ir būtų turėjusios kokį nors rinkodaros poveikį (nors taip nėra), jos nebuvo pagrindinė susitarimų, kurie vertinami veikiau kaip paslėptos subsidijos, sudarymo priežastis:

  — nėra tikrojo APFTE ketinimo reklamuoti regioną,

  — orientuotasi į „Ryanair“ vykdomus skrydžius, o ne į rinkodaros paslaugas,

  — orientuotasi į „Ryanair“ ir AMS, o ne į kokias nors internetinės rinkodaros paslaugas teikiančias bendroves,

  — joks požymis neįrodo APFTE noro pasiekti konkrečių iš jos biudžeto finansuojamų rinkodaros kampanijų rezultatų,

  — mokėjimai už rinkodaros paslaugas nutraukti „Ryanair“ nustojus vykdyti skrydžius,

  — kiti Komisijos atlikti valstybės pagalbos tyrimai rodo, kad „Ryanair“ naudoja rinkodaros susitarimus valstybės pagalbai nuslėpti.

([106]) Žr. Komisijos pranešimo dėl valstybės pagalbos sąvokos 82 konstatuojamąją dalį ir joje nurodytą teismų praktiką.
([107]) Žr. 2003 m. rugpjūčio 5 d. Bendrojo Teismo sprendimo *P&O*, T-116/01, ECLI:EU:T:2003:217, 116 ir 117 punktus.

— „Ryanair“ ir AMS teikiamos rinkodaros paslaugos negali veiksmingai reklamuoti Monpeljė miesto ir jo apylinkių:

— APFTE pasirinko „Ryanair“ neturėdama pakankamai ekonominių motyvų,

— „Ryanair“ teikiamos rinkodaros paslaugos neturėjo deklaruojamo poveikio.

— Jei rinkodaros paslaugos būtų buvusios veiksmingos, naudingiausios jos būtų „Ryanair“, nes, kaip pelno siekianti privati įmonė, norėdama užpildyti vietas lėktuvuose, ji turėjo rengti „kainų“ ir „rinkodaros“ akcijas.

i) *Rinkodaros paslaugų pirkimas tik siekiant pagrįsti mokėjimus „Ryanair“, kad ši toliau teiktų paslaugas Monpeljė oro uoste*

(189) Oficiali tyrimo procedūra atskleidė, kad net jei APFTE pirktos rinkodaros paslaugos ir būtų turėjusios kokį nors rinkodaros poveikį ([108]), jos nebuvo pagrindinė susitarimų, kurie vertinami veikiau kaip paslėptos subsidijos, sudarymo priežastis.

(190) Iš tiesų, nepaisant APFTE įstatuose įtvirtinto jos veiklos tikslo, užuot, siekdama reklamuoti Monpeljė teritoriją, pirkusi rinkodaros paslaugas tikrąja prasme (tai yra reklamą), ji, sudarydama nagrinėjamus susitarimus, siekė paremti „Ryanair“ oro susisiekimo su Monpeljė paslaugas, atlygindama už tų paslaugų teikimą ir teikdama tų pačių oro susisiekimo paslaugų skatinimo subsidijas. Rinkodara tiesiogine prasme tebuvo tikrojo APFTE tikslo, kurį kartu su suinteresuotomis vietos bendrijomis užsibrėžė CCIM, papildomas padarinys ([109]).

(191) Interneto svetainės, kaip rinkodaros kampanijos, pateikimas tuo metu buvo priemonė pateisinti bendrovei „Ryanair“ sumokėtas lėšas. Ši Komisijos išvada grindžiama toliau nurodytais požymiais.

1) Tikrojo APFTE ketinimo reklamuoti regioną nebuvimas

(192) Komisija nustatė tam tikrus svarbius požymius, kurie įrodo, kad APFTE iš tiesų neketino vykdyti regioninės reklamos. Antra vertus, už APFTE pasislėpusių valdžios sektoriaus institucijų siekiamas teritorijos „populiarinimo“ tikslas iš tiesų buvo siekis išlaikyti „Ryanair“ Monpeljė oro uoste, tikintis taip gauti naudos vietos ekonomikai.

a) Tikrojo APFTE ketinimo reklamuoti regioną nebuvimas, kurį atskleidžia jos įsteigimo aplinkybės

(193) Išanalizavus APFTE ir jos viešųjų narių nutarimus, protokolus ir ataskaitas paaiškėjo, kad tikrasis APFTE veiklos tikslas buvo užtikrinti tolesnį pagalbos teikimą pigių skrydžių bendrovėms, konkrečiai – „Ryanair“, po to, kai pasikeitė Monpeljė oro uosto valdytojas ([110]). Remdamasi su APFTE veikla susijusiuose dokumentuose esančiais

([108]) Oficiali tyrimo procedūra atskleidė kelis požymius, įrodančius, kad tikrasis rinkodaros kampanijų reklaminis poveikis nežymus; žr. 272 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis.

([109]) Pavyzdžiui, iš 2012 m. spalio 15 d. APFTE finansuotojų komiteto ataskaitos matyti, kad APFTE interneto svetainė, kuri oficialiai turėjo reklamuoti Monpeljė ir jo apylinkes ir kurią sukūrė [CCIM], iš tiesų neturėjo tikros rinkodaros funkcijos, o buvo sukurta siekiant oficialiai pateisinti APFTE „rinkodaros“ išlaidas: „[APFTE pirmininkas] iškėlė interneto svetainės ir jos priežiūros klausimą. Ši interneto svetainė būtina norint pateisinti informavimo, kuriuo siekiama pritraukti į Monpeljė teritoriją didelį skaičių klientų iš Europos, veiklos išlaidas. Siūloma patobulinti šią interneto svetainę, kad ji taptų tikra teritoriją reklamuojančia interneto svetaine“.

([110]) Žr., pvz., 2012 m. liepos 20 d. Langedoko-Rusijono regiono tarybos nutarimo 1 puslapį: „Atsižvelgiant į Monpeljė oro uosto valdymo pokyčius, buvo įsteigta Turistinių ir ekonominių srautų skatinimo asociacija (APFTE), kuri tęs su Monpeljė oro uoste skrydžius vykdančiomis oro transporto bendrovėmis vykdytą teritorijos reklamą,,, ir 2 puslapį: “ši reklama vykdoma šiais skrydžių maršrutais: Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo, Birmingamo, <…>“. Taip pat žr. 28 konstatuojamąją dalį.

požymiais, Komisija priėjo prie išvados, kad pirkdami internetinės rinkodaros paslaugas CCIM ir susijusios vietos bendrijos turėjo tikslą teikti ilgalaikę pagalbą veiklai pradėti, kuria siekiama remti atitinkamų oro transporto bendrovių vykdomus skrydžius į Monpeljė oro uostą. Taigi valstybės lėšos buvo skirtos ne Monpeljė miestui reklamuoti, o prisidėti prie konkretaus skrydžių maršruto skatinimo siekiant jį palaikyti ir užtikrinti, kad oro transporto bendrovė ir toliau vykdytų skrydžius tuo maršrutu ([111]).

(194) Iš APFTE protokolų matyti, kad asociacijai „turistiniai srautai“ reiškia konkrečių oro transporto bendrovių skrydžiais skraidančius keleivius, o ne kokius nors turistinius srautus ar apskritai oro linijomis keliaujančius keleivius ([112]). Todėl, ypač pirmuosiuose APFTE susirinkimuose, vartojami aiškiai su orlaivių skrydžiais susiję terminai, pavyzdžiui, „oro maršrutas“, „linija“, „kryptis“ ([113]). Be to, net ir Prancūzijos institucijų atliktas tyrimas, kuriuo siekta įrodyti, kad teritorinės bendrijos atliko APFTE veiksmų ekonominių rezultatų analizę ([114]), rodo, kad bendrijos orientuojasi tik į oro transporto bendrovių į regioną atgabentus klientus.

(195) Šias aplinkybes patvirtina ir tai, kad visi kiti APFTE (o anksčiau – CCIM) sudaryti ir įgyvendinti rinkodaros susitarimai ([115]), beje, dėl gerokai mažesnių sumų nei sudarytieji su „Ryanair“ ir AMS, apie kuriuos Komisija sužinojo atlikdama šį tyrimą, buvo sudaryti su oro transporto bendrovėmis, o ne su įprastomis internetinės rinkodaros agentūromis.

b) Tikrojo APFTE ketinimo reklamuoti regioną nebuvimas, kurį rodo nepasikeitusi interneto svetainė, oficialiai turėjusi būti pagrindinė skatinimo kampanija

(196) Prancūzijos institucijos nurodė, kad pradžioje APFTE naudojo 2006 m. sukurtą CCIM priklausančią interneto svetainę www.flights-montpellier-mediterranean.com. 2013 m. gegužę ši svetainė buvo pakeista svetaine goto-montpellier.com, kuri taip pat priklausė CCIM.

([111]) Žr., pvz., 2010 m. birželio 23 d. Aukso krašto aglomeracijos tarybos nutarimą; šiame dokumente paaiškinama „pigių skrydžių“ nauda regionui ir nurodyta: „Kad šios bendrovės veiktų, reikalingas bendrijų finansinis indėlis ne ilgiau kaip 3 metus teikiamos pagalbos pradedant vykdyti skrydžius maršrutais pavidalu, vėliau – pagalbos reklamuojant maršrutą, teikiamos perkant reklamos plotus bendrovių interneto svetainėse, pavidalu.“ Taip pat žr. buvusio APFTE pirmininko pareiškimą, minimą dienraščio „20 minučių“ straipsnyje, pavadintame „Rinkodara klientams pritraukti“ ir 2011 m. lapkričio 23 d. paskelbtame internete: „[APFTE pirmininkas]“ atmeta kaltinimus „šantažu“ ir „paslėptomis subsidijomis“. Jis aiškina: „Jei mes nerengsime šių rinkodaros kampanijų, kai kurios bendrovės pasiliks, bet kitos nebebus suinteresuotos dirbti Monpeljė, nes šie skrydžių maršrutai nebebus patrauklūs.“ (https://www.20minutes.fr/montpellier/828538-20111123-marketing-attirer-clientele, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.) Taip pat žr. 2010 m. birželio 24 d. APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolą: „Nepaisant sunkumų ir pigių skrydžių bendrovių paslaugų kainų, matome, kad vietos įmonės iš to gauna daug naudos. Šiandien asociacija yra geriausiai įstatymų reikalavimus atitinkanti subjekto forma ir dėl pigių skrydžių dinamikos padeda vystytis teritorijos ekonomikai.“

([112]) Žr., pavyzdžiui, 2013 m. birželio 28 d. Aukso krašto aglomeracijos tarybos nutarimą, kuriame, kalbant apie „ekonominių ir turistinių srautų palaikymo išlaidas (2013 m. prognozę)“, aiškiai nurodomos „Ryanair“ kryptys „(Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo ir Birmingamo oro uostai)“. Taip pat žr. 2010 m. birželio 24 d. APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokolą („Turizmo srautai, t. y. daugiausia iš Šiaurės Europos pigių skrydžių bendrovių atskraidinami jų klientai, yra išties svarbūs ir visoms su turizmu savo veiklą siejančioms bendrovėms, ir prekybai, ir nekilnojamojo turto sektoriui.“).

([113]) Žr., pavyzdžiui, 2011 m. kovo 18 d. APFTE generalinės asamblėjos protokolą („Be to, įsteigiant valdymo organą reikia sudaryti finansuotojams sąlygas dalyvauti priimant sprendimus dėl naujų maršrutų parinkimo“), 2013 m. birželio 28 d. Aukso krašto aglomeracijos tarybos nutarimą (kuriame, kalbant apie „ekonominių ir turistinių srautų palaikymo išlaidas (2013 m. prognozę)“, aiškiai nurodomos „Ryanair“ kryptys „(Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo ir Birmingamo oro uostai)“) ir 2011 m. kovo 28 d. APFTE valdymo komiteto parengiamojo techninio posėdžio ataskaitą („Valdymo komitetas turės pradėti diskusiją apie turizmo srautų plėtrą ir priimti strateginius sprendimus dėl įvairių oro uosto pasiūlytų gairių“).

([114]) BIPE, „Oro transporto socialinis ir ekonominis poveikis Langedoko-Rusijono regione“, 2013 m. balandžio 4 d. (http://montpellier.cci.fr/fichier/retombeesecoaeroportlr2012pdf/download, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.).

([115]) Komisija primena, kad 2017 m. su bendrove <…> pasirašyta sutartis įgyvendinta nebuvo, nes APFTE nepateikė užsakymų; žr. 81 konstatuojamąją dalį.

(197) Remiantis APFTE finansuotojų komiteto 2012 m. spalio 15 d. sprendimo išrašu, oficialiai kaip regiono rinkodaros įrankis pristatoma APFTE interneto svetainė (į kurią pagal rinkodaros susitarimus buvo teikiamos nuorodos iš „Ryanair“ interneto svetainės ([116])) nuo pat pradžių neatliko tikrosios rinkodaros funkcijos ir buvo tik APFTE mokėjimų oro transporto bendrovėms pateisinimo strategijos dalis. APFTE pirmininkas pareiškė, kad „ši interneto svetainė būtina norint pateisinti informavimo, kuriuo siekiama pritraukti į Monpeljė teritoriją didelį skaičių klientų iš Europos, veiklos išlaidas. Siūloma patobulinti šią interneto svetainę, kad ji taptų tikra teritoriją reklamuojančia interneto svetaine“.

c) Tikrojo APFTE ketinimo reklamuoti regioną nebuvimas, kurį rodo APFTE pakeitusios teisinės struktūros sukūrimas

(198) Be to, Komisija pabrėžė, jog, 2018 m. APFTE nutraukus veiklą, iš Prancūzijos institucijų pateiktų su APFTE veikla susijusių 2017–2018 m. dokumentų matyti, kad CCIM ir teritorinės bendrijos sukūrė ir net įgyvendino naują teisinę rinkodaros susitarimų schemą, pagal kurią rinkodaros susitarimus turėjo perimti „iš bendrijų ir [Hero] CCI sudaryta užsakovų grupė, kuri tęs veiklą pirkdama nebe rinkodaros paslaugas, bet oro susisiekimo maršrutų paslaugas“ ([117]). Tai nebetaikoma su „Ryanair“ ir AMS sudarytiems rinkodaros susitarimams po to, kai „Ryanair“ nebevykdo skrydžių į Monpeljė oro uostą, tačiau yra papildomas požymis, kad tikrasis APFTE sudarytų susitarimų tikslas buvo remti skrydžių maršrutus.

d) Išvada apie tikrojo APFTE ketinimo reklamuoti regioną nebuvimą

(199) Tuo remdamasi, Komisija priėjo prie išvados, kad APFTE neketino užsiimti rinkodara tiesiogine prasme, o siekė atlikti mokėjimus, kad paskatintų oro transporto bendroves skirti savo išteklių Monpeljė oro uostui.

(200) APFTE siekis skatinti „Ryanair“ tęsti skrydžius iš Monpeljė oro uosto grindžiamas tuo, kad „Ryanair“ turėjo galimybę rinktis kitus regioninius oro uostus ([118]). Taigi, nieko nuostabaus, kad regioniniai oro uostai konkuravo tarpusavyje siekdami pritraukti „Ryanair“. Šiomis aplinkybėmis reikėtų paminėti, kad byloje SA.33961 (2012/C) dėl Nimo oro uosto (kuris yra toje pačioje keleivių traukos zonoje kaip ir Monpeljė oro uostas) savo galutiniame sprendime Komisija padarė išvadą ([119]), kad 2005–2010 m. valstybės su „Ryanair“ ir AMS sudaryti rinkodaros susitarimai priskirtini neteisėta bendrovėms „Ryanair“ ir AMS suteikta valstybės pagalba pripažintoms priemonėms ([120]).

(201) Taigi, sudarydama susitarimus su „Ryanair“ ir AMS, APFTE siekė ne rinkodaros kampanijomis reklamuoti Monpeljė ir jo apylinkes, o paskatinti „Ryanair“ ir toliau vykdyti veiklą Monpeljė oro uoste.

2) Orientavimasis į „Ryanair“ vykdomus skrydžius, o ne į rinkodaros paslaugas

(202) APFTE buvo nusprendusi sudaryti 2010 m., 2013 m. ir 2017 m. rinkodaros susitarimus su „Ryanair“ ir AMS, kad išlaikytų „Ryanair“ Monpeljė oro uoste. Geriausias to pavyzdys – 2011 m. spalio 19 d. APFTE generalinės

([116]) Žr. 56, 59 ir 65 konstatuojamąsias dalis.
([117]) Žr. 2018 m. sausio 24 d. Hero pramonės ir prekybos rūmų generalinės asamblėjos nutarimą.
([118]) Savo pastabose, pateiktose pradėjus oficialią tyrimo procedūrą pagal SESV 108 straipsnio 2 dalį, pažymėjusi, kad, taikant rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo kriterijų, Monpeljė oro uosto padėtis buvo panaši į kitų oro uostų padėtį, „Ryanair“ tvirtino turėjusi galimybę rinktis iš daugybės Europos oro uostų (Jungtinėje Karalystėje, Ispanijoje, Prancūzijoje, <…>), kurie konkuravo tarpusavyje dėl jos skrydžių maršrutų ir pajėgumų ir kurie, jos požiūriu, galėjo būti pakeisti vieni kitais.
([119]) Žr. Sprendimo 1 straipsnio 2 dalį (OL L 113, 2016 4 27, p. 32).
([120]) Sprendimą patvirtino Bendrasis Teismas 2018 m. gruodžio 13 d. Sprendimu *Ryanair ir AMS / Komisija*, T-53/16, ECLI:EU:T:2018:943.

asamblėjos protokolas (5 puslapis): „Šis biudžetas mums leidžia <…> išlaikyti skrydžių maršrutus į Frankfurto Hano, Briuselio Šarlerua, Lidso Bradfordo oro uostus“ ([121]), ir išrašas iš 2010 m. sausio 31 d. CCIM generalinės asamblėjos nutarimų registro: „Laikinasis komitetas <…> sutiko skirti papildomą <…> sumą internetinės rinkodaros susitarimui finansuoti ir taip išlaikyti skrydžių maršrutą į Birmingamą.“

(203) 2010–2017 m. rinkodaros susitarimų ir 2013 m. ir 2017 m. viešojo pirkimo konkursų analizė patvirtina, kad ir susitarimai, ir konkursai buvo orientuoti būtent į „Ryanair“ vykdomus skrydžių maršrutus.

(204) APFTE susitarimai ir konkursai palaipsniui buvo pritaikyti, kad nuslėptų ryšį tarp oro susisiekimo paslaugų ir rinkodaros paslaugų pirkimo. Pirmieji susitarimai buvo pasirašyti nesurengus konkurso ir buvo grindžiami aiškiu „Ryanair“ įsipareigojimu vykdyti skrydžius tam tikrais maršrutais. O paskutinieji susitarimai, priešingai, buvo pasirašyti surengus konkursus ir buvo ne taip tiesiogiai siejami su „Ryanair“ veikla Monpeljė oro uoste, tačiau pakankamai aiškiai, kad laimėtoja būtų pasirinkta būtent „Ryanair“. Siekį rinkodaros susitarimais palaikyti „Ryanair“ veiklą išduoda įvairios rinkodaros susitarimų sąlygos, kuriose tiesiogiai ar netiesiogiai minima su esamais skrydžių maršrutais susijusi „Ryanair“ veikla Monpeljė oro uoste.

a) 2010 m. ir 2013 m. susitarimai

(205) Iš tiesų 2010 m. susitarimas, jo priedai ir vienas po kito sudaryti susitarimai dėl pratęsimo, taip pat 2013 m. susitarimas ir susitarimai dėl pratęsimo grindžiami konkrečiais „Ryanair“ įsipareigojimais vykdyti skrydžius į Monpeljė oro uostą ir juose nurodytos aiškios bendrovės pareigos šiuo aspektu. 2010 m. susitarime šie įsipareigojimai aiškiai minimi ir mokėjimas už rinkodaros paslaugas numatomas juos įvykdžius.

(206) Remiantis 2013 m. liepos 4 d. APFTE biuro posėdžio ataskaita, baigiant galioti su AMS pasirašytam 2010 m. rinkodaros susitarimui, APFTE manė privalanti 2013 m. paskelbti pirkimo konkursą, be to, norėjo išsaugoti tame susitarime aptartus turistinius srautus, konkrečiai – „Ryanair“ vykdytus skrydžių maršrutus ([122]).

(207) 2013 m. pirkimo konkurso specifikacijoje, kurios nuostatos buvo perkeltos į sutarties sąlygas, išdėstyti labai aiškūs reikalavimai dėl skrydžių iš Monpeljė oro uosto į Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostus, kuriuos „Ryanair“ turėjo vykdyti, o reikalavimai dėl teikiamų rinkodaros paslaugų buvo veikiau migloti. Be to, stebina, kad taip ir nebuvo sudarytas susitarimas dėl Birmingamo, į kurį „Ryanair“ nustojo vykdyti skrydžius tarp 2013 m. konkurso paskelbimo ir rinkodaros susitarimų pasirašymo, pirkimo dalies. Šis aspektas labai aiškiai parodo ryšį tarp APFTE pasirašytų rinkodaros susitarimų ir „Ryanair“ teikiamų oro susisiekimo paslaugų.

([121]) Taip pat žr. 2011 m. spalio 19 d. APFTE generalinės asamblėjos posėdžio protokolo 6 puslapį: „2012 metų <…> asociacijos biudžetas siekia <…> EUR su PVM ir jo užtenka tik rinkodaros susitarimams su AMS, t. y. esamiems maršrutams į Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano ir Lidso Bradfordo oro uostus išlaikyti“, arba 2013 m. liepos 4 d. APFTE biuro posėdžio ataskaitos 1 puslapį: „[APFTE pirmininkas] nurodė, kad, baigiant galioti 2010 m. su bendrove „Airport Marketing Services“ sudarytam susitarimui, APFTE privalo paskelbti internetinių rinkodaros paslaugų pirkimo konkursą“, ir 2 puslapį: „baigiant galioti su bendrove „Airport Marketing Services“ sudarytam susitarimui, konkursas buvo skelbiamas tik dėl šiame susitarime aptartų srautų kiekvienam maršrutui atskirai.“

([122]) Žr. ataskaitos 1 puslapį: „[APFTE pirmininkas] nurodė, kad, baigiant galioti 2010 m. su bendrove „Airport Marketing Services“ sudarytam susitarimui, APFTE privalo paskelbti internetinių rinkodaros paslaugų pirkimo konkursą“, ir 2 puslapį: „Baigiant galioti su bendrove „Airport Marketing Services“ sudarytam susitarimui, konkursas buvo skelbiamas tik dėl šiame susitarime aptartų srautų kiekvienam maršrutui atskirai.„ Taip pat žr. 2013 m. liepos 4 d. APFTE generalinės asamblėjos protokolo 3 puslapį: “Baigiant galioti su bendrove „Airport Marketing Services“ sudarytam susitarimui, konkursas buvo skelbiamas tik dėl šiame susitarime aptartų srautų kiekvienam maršrutui atskirai. Pirmininkas generalinės asamblėjos narių akivaizdoje įsipareigoja visoms bendrijoms pateikti susipažinti tipinius konkurso dokumentus, kaip prašė regiono taryba.“

b) 2017 m. susitarimai

(208) Be to, nors 2017 m. susitarime oro uostai, į kuriuos „Ryanair“ vykdo skrydžius iš Monpeljė oro uosto, neminimi ir nėra aiškios su oro susisiekimo paslaugomis į šį oro uostą susijusios pareigos, jame aiškiai nurodyta, kad rinkodaros paslaugų tikslinė auditorija – regionų, kuriuose įsikūrę oro uostai, į kuriuos „Ryanair“ skraidina iš Monpeljė oro uosto, gyventojai ([123]). Specifikacijoje numatytos „pirkimo dalys“ atitinka regionus, kuriuose yra trys oro uostai, į kuriuos „Ryanair“ vykdo skrydžius iš Monpeljė oro uosto: tuo metu Briuselio Šarlerua (Valonijos regiono pirkimo dalis), Frankfurto Hano (Reino krašto-Pfalco žemės pirkimo dalis) ir Lidso Bradfordo (Jorkšyro grafystės pirkimo dalis).

(209) Taigi, Komisija nemato jokios konkrečios priežasties rinktis būtent šiuos tris regionus (Reino krašto-Pfalco žemę, Valonijos regioną ir Jorkšyro grafystę) tikslinėms rinkodaros paslaugoms teikti, išskyrus tai, kad tik į šiuos tris regionus „Ryanair“ jau vykdė tiesioginius skrydžius iš Monpeljė oro uosto. Jei APFTE būtų rūpėjusi regiono rinkodara, taigi ji būtų norėjusi pasiekti kuo daugiau potencialių turistų, ji būtų pasirinkusi labiau tinkančius regionus pagal potencialių turistų skaičių arba daugiau regionų. Pavyzdžiui, sunku paaiškinti, kodėl buvo pasirinktas Valonijos regionas (maždaug 3,5 mln. gyventojų) neįtraukiant gretimo Flandrijos regiono (6,5 mln. gyventojų), kuris yra toje pačioje Briuselio Šarlerua oro uosto keleivių traukos zonoje. Taip pat stebina konkurso specifikacijoje nurodytas Reino kraštas-Pfalco žemė (maždaug 4 mln. gyventojų), o ne kaimyninės federalinės žemės, esančios Frankfurto Hano oro uosto keleivių traukos zonoje ar bent jau netoli jos, būtent Heseno federalinė žemė (turinti maždaug 6 mln. gyventojų ir didelių miestų, kaip, pavyzdžiui, Vysbadeną (90 km nuo Frankfurto Hano oro uosto) ar Frankfurtą prie Maino (120 km nuo Frankfuro Hano oro uosto), Šiaurės Reino-Vestfalijos federalinė žemė (beveik 18 mln. gyventojų) ir Saro krašto federalinė žemė (beveik milijonas gyventojų) arba net didesnės aglomeracijos kaip Berlynas (iš kurio į Monpeljė skrydžius vykdo oro transporto bendrovė „EasyJet“) ar Diuseldorfas (esantis toje pačioje keleivių traukos zonoje kaip ir Kelnas, į kurį iš Monpeljė tiesioginius skrydžius vykdo oro transporto bendrovė „Eurowings“). Didžiojoje Britanijoje, be Jorkšyro grafystės (turinčios 5,2 mln. gyventojų), daugiau turistų buvo galima pasiekti įtraukiant gretimą Didžiojo Mančesterio urbanistinį regioną (turintį maždaug 2,7 mln. gyventojų ir esantį mažiau nei 100 km nuo Lidso Bradfordo oro uosto) arba Londono urbanistinį regioną (kuris turi 8,8 mln. gyventojų ir į kurio Gatviko, Hitrou ir Lutono oro uostus iš Monpeljė tiesioginius skrydžius vykdo oro transporto bendrovės „EasyJet“ ir „British Airways“).

(210) Atsižvelgdama į APFTE su AMS ir „Ryanair“ 2010–2017 m. sudarytų rinkodaros susitarimų pokyčius, Komisija atkreipė dėmesį, kad per laikotarpį tarp 2010 ir 2017 m. susitarimų Komisija priėmė sprendimus pradėti oficialias tyrimo procedūras ir dėl Nimo, Po ir Angulemo oro uostų sudarytų rinkodaros susitarimų su „Ryanair“ ir AMS ir vėliau priėmė šiose bylose galutinius sprendimus ([124]). Taigi, Komisijos ketinimas išanalizuoti, ar tokie rinkodaros susitarimai atitinka valstybės pagalbos taisykles, buvo skaidrus ir susitarimų šalys apie jį žinojo.

(211) Bendrame APFTE ir „Ryanair“ sutartinių santykių nuo 2010 m. kontekste matyti, kad 2017 m. susitarimo, kaip ir ankstesnių susitarimų, tikslas ir siekiamas rezultatas buvo remti „Ryanair“ teikiamas oro susisiekimo su Monpeljė oro uostu paslaugas. Iš tiesų, remiantis 2016 m. rugsėjo 14 d. valdybos posėdžio protokolu, rengiant 2017 m. konkursą buvo siekiama „*išspręsti teisinius klausimus*“ ir numatyta, kad regiono ekonominės ir turistinės plėtros veikloje dalyvaujantys subjektai „iš anksto, atsižvelgdami į strategines kryptis, kurias ketina plėtoti, pasirinks zoną,

([123]) Žr. 16 ir 74 konstatuojamąsias dalis.

([124]) Žr., pvz., 2014 m. liepos 23 d. Komisijos sprendimą dėl valstybės pagalbos SA.22614 (C 53/07), kurią Prancūzija suteikė Po Bearno prekybos ir pramonės rūmams ir bendrovėms „Ryanair“, „Airport Marketing Services“ ir „Transavia“ (OL L 201, 2015 7 30, p. 109); 2014 m. liepos 23 d. Komisijos sprendimą dėl valstybės pagalbos SA.33961 (2012/C) (ex 2012/NN), kurią Prancūzija suteikė Nimo, Izeso ir Le Vigano prekybos ir pramonės rūmams ir bendrovėms „Veolia Transport Aéroport de Nîmes“, „Ryanair“ ir „Airport Marketing Services“ (OL L 113, 2016 4 27, p. 32); 2014 m. spalio 1 d. Komisijos sprendimą dėl valstybės pagalbos SA.23098 (C 37/07) (ex NN 36/07), kurią Italija suteikė bendrovei „Società di Gestione dell'Aeroporto di Alghero So.Ge.A.AL S.p.A“. ir įvairiems Algero oro uoste veiklą vykdantiems oro vežėjams (OL L 250, 2015 9 25, p. 38); 2016 m. liepos 29 d. Komisijos sprendimą (ES) 2017/1861 dėl valstybės pagalbos SA.33983 (2013/C) (ex 2012/NN) (ex 2011/N) – Kompensacija Sardinijos oro uostams už viešųjų paslaugų įsipareigojimų vykdymą (VESP) (OL L 268, 2017 10 18, p. 1).

kurioje turės būti reklamuojamas regionas“. Terminas „kryptis“ (pranc. axe) anksčiau buvo vartojamas skrydžių maršrutams įvardyti ([125]). Be to, reikia priminti, kad tai yra pirkimo užsakymais grindžiamas susitarimas. Iš tiesų APFTE galėjo kaip svertą naudoti užsakymus ir atitinkamai mokėjimus „Ryanair“, kad pastaroji išlaikytų savo vykdomų skrydžių į Briuselio Šarlerua, Lidso ir Frankfurto Hano oro uostus dažnumą.

(212) Tai, kad į susitarimus buvo įtrauktas „Ryanair“ įsipareigojimas vykdyti skrydžius, Komisija laiko svarbiu, tikrąjį APFTE ir „Ryanair“ sudarytų susitarimų tikslą – atlyginti „Ryanair“ už tai, kad ji vykdo veiklą Monpeljė oro uoste – įvardijančiu aspektu.

3) Orientavimasis į „Ryanair“ ir AMS, o ne į internetinės rinkodaros paslaugas teikiančias bendroves

(213) Be to, 2013 ir 2017 m. konkursų sąlygos buvo sudarytos taip, kad pirmumas būtų teikiamas „Ryanair“ pasiūlymams, palyginti su įprastomis rinkodaros paslaugų teikėjų paslaugomis.

(214) Išanalizavus po atitinkamų pirkimo konkursų sudarytus rinkodaros susitarimus tapo aišku, kad APFTE nustatyti pagrindiniai konkurso sąlygose nurodyti kriterijai bendrovei AMS teikia pirmumą kitų, įprastų rinkodaros paslaugų teikėjų atžvilgiu būtent dėl įtraukto kriterijaus teikti oro susisiekimo paslaugas maršrutais ir reikalavimo suteikti paslaugos teikėjui priklausančią ir gan dideliu lankomumu pasižyminčią interneto svetainę reklamai internete skelbti.

(215) Nors APFTE buvo sudariusi rinkodaros susitarimus su keliomis oro transporto bendrovėmis, oficiali tyrimo procedūra neatskleidė faktų, leidžiančių daryti išvadą, kad prieš sudarydama oficialioje tyrimo procedūroje nagrinėjamus 2010 m., 2013 m. ir 2017 m. rinkodaros susitarimus APFTE iš tiesų būtų norėjusi sudaryti rinkodaros susitarimus su kitu operatoriumi, o ne bendrovėmis AMS ir „Ryanair“. Kadangi šis faktas svarbus nagrinėjant atrankumą, Komisija mano, kad reikia atsižvelgti ir į paslaugų teikėjo pasirinkimo nukreipimą į AMS, kaip į požymį, patvirtinantį, kad APFTE nesiekė rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio veiklos vykdytojo tikslo. Kaip nurodyta 326 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, siekdama įrodyti atrankųjį rinkodaros susitarimų pobūdį Komisija priėjo prie išvados, jog 2013 m. ir 2017 m. pirkimo konkursai buvo parengti taip, kad juos galėtų laimėti AMS.

(216) Komisija nustatė kelis faktus, patvirtinančius, kad rengdama tų konkursų, po kurių buvo pasirašyti oficialioje tyrimo procedūroje nagrinėjami 2013 m. ir 2017 m. rinkodaros susitarimai, sąlygas, APFTE pirmumą teikė „Ryanair“ paslaugoms.

(217) Prieš sudarant 2013 m. rinkodaros susitarimą, kaip aprašyta 63–73 konstatuojamosiose dalyse, buvo paskelbtas iš keturių pirkimo dalių sudarytas pirkimo konkursas. Šios pirkimo dalys, pavadintos Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso ir Birmingamo pirkimo dalimis, ir konkurso sąlygose nurodytas mažiausias skrydžių dažnumas tiksliai sutapo su paskelbiant konkursą „Ryanair“ teiktomis oro susisiekimo tarp Monpeljė oro uosto ir Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo ir Birmingamo oro uostų paslaugomis. Taigi, konkursas buvo aiškiai skirtas oro transporto bendrovėms, be savo oro susisiekimo paslaugų, siūlančioms ir rinkodaros paslaugas. Tuo metu „Ryanair“ viena vykdė skrydžius nurodytais maršrutais ir tai darė jau kurį laiką (į Birmingamą – nuo 2011 m., į kitus oro uostus – nuo 2010 m.) ([126]). Taigi, akivaizdu, jog pačia konkurso struktūra buvo siekiama, kad laimėtojomis taptų „Ryanair“ ir AMS, o ne pagal siūlomų rinkodaros paslaugų kokybę ir kainą pasirinkti internetinės rinkodaros paslaugų teikėjai.

([125]) Žr. 137 konstatuojamąją dalį.
([126]) Svarbu patikslinti, kad renkantis konkurso pirkimo dalių laimėtoją nuo 2013 m. lapkričio skrydžiai į Birmingamą buvo nutraukti.

(218) Be to, nors 2013 m. rinkodaros susitarimo konkurso 1–4 pirkimo dalių sąlygose nurodytos kelios plačiai apibrėžtos rinkodaros paslaugų, kurias gali siūlyti konkurso dalyviai, kategorijos, iš konkurso sąlygų matyti, kad vienintelė privaloma rinkodaros paslauga yra nuorodos į APFTE interneto svetainę skelbimas rinkodaros paslaugų teikėjo interneto svetainėje ([127]). Taip pat vienintelis privalomas rinkodaros kriterijus, kurį buvo būtina tenkinti – „savo interneto svetainėje teikti nuorodą į APFTE interneto svetainę („go to Montpellier“)“. Tai visiškai atitinka AMS, kuri siūlė reklamos plotą „Ryanair“ interneto svetainėje, verslo modelį. Dėl šio kriterijaus buvo atmesta daug rinkodaros paslaugų teikėjų, kurie galėjo teikti veiksmingas internetinės rinkodaros paslaugas, bet neturėjo nuosavos taip gausiai lankomos interneto svetainės kaip „Ryanair“ interneto svetainė. Taigi, konkurso 1–4 pirkimo dalių sąlygos buvo suformuluotos taip, kad jokia kita bendrovė negalėtų tenkinti atrankos kriterijų geriau nei „Ryanair“ ir AMS.

(219) Lygiai taip pat 2017 m. gegužės 13 d. pirkimo konkurso sąlygose ir 2017 m. susitarime rinkodaros paslaugos, kurias turi teikti pasirinktas paslaugų teikėjas, yra aprašytos abstrakčiai ar net miglotai. Kaip nurodyta 208 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, matyti, jog konkurso sąlygos buvo parengtos taip, kad jį laimėtų „Ryanair“, o ne kuris kitas atsižvelgiant į siūlomas paslaugas ir kainą pasirinktas rinkodaros paslaugų teikėjas.

(220) Be to, kadangi konkurso sąlygos paliko dalyviams didelę laisvę rinktis siūlomų rinkodaros paslaugų savybes, „Ryanair“ ir AMS galėjo pasiūlyti tokias paslaugas, kurios pirmiausia leistų savo interneto svetainėje reklamuoti savo pačių oro susisiekimo su Monpeljė paslaugas ir vertinant pasiūlymus likti už tai nenubaustoms, nes tik „Ryanair“ galėjo tenkinti vienintelę privalomą sąlygą – teikti nuorodą į APFTE interneto svetainę iš „Ryanair“ interneto svetainės.

(221) Kalbant apie 2017 m. susitarimą, reikėtų priminti, kad „Ryanair“ vienintelė vykdė skrydžius į konkurso specifikacijos pirmosiose trijose pirkimo dalyse nurodytus regionus. Be to, kad buvo orientuotasi į „Ryanair“, ko tikėtinumas taip pat įrodytas 189 konstatuojamojoje dalyje, Komisija nemato kitų priežasčių taip tiksliai pasirinkti regionus. Antra vertus, APFTE konkurso analizė rodo, kad paslaugų teikėjo gebėjimas pasiekti konkretaus regiono gyventojus nebuvo lemiamas pasirinkimo kriterijus. Pavyzdžiui, APFTE remiasi „Ryanair“ interneto svetainės lankytojų iš visos Vokietijos, o ne Reino krašto-Pfalco žemės gyventojų apsilankymais „Ryanair“ interneto svetainės versijoje vokiečių kalba. Komisija daro išvadą, kad minėtieji regionai konkurso sąlygose buvo tiksliai nurodyti vien siekiant suteikti AMS pranašumo kitų rinkodaros paslaugų teikėjų atžvilgiu.

(222) 2017 m. konkurso atrankos kriterijų vertinimo koeficientai (paslaugų kaina – 40 %, techninė vertė – 60 %) sudarė galimybę laimėtoju pasirinkti „Ryanair“ net ir gavus mažesnės kainos konkurentų pasiūlymą. 2013 m. konkurso sąlygose kriterijų vertinimo koeficientai dar buvo nustatyti kainos naudai (paslaugų kaina –85 %, techninė vertė nurodžius metodiką – 15 %).

(223) Be to, galiausiai APFTE iš „Ryanair“ įsigytos rinkodaros paslaugos apsiriboja tik „Ryanair“ interneto svetainėje teikiamomis paslaugomis, nors 2017 m. konkurso sąlygose rinkodaros paslaugos buvo įvardytos labai plačiai (ne vien kaip išskirtinai oro transporto bendrovių interneto svetainėse teikiamos paslaugos).

(224) Galiausiai reikėtų pažymėti, kad visi kiti APFTE (o anksčiau – CCIM) sudaryti ir įgyvendinti rinkodaros susitarimai ([128]) (beje, gerokai mažesnėmis sumomis nei su „Ryanair“ ir AMS), apie kuriuos Komisija sužinojo atlikdama šį tyrimą, buvo sudaryti su oro transporto bendrovėmis, o ne su įprastomis internetinės rinkodaros agentūromis.

([127]) Žr. 63 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis, būtent: „d) bet kuriuo atveju bendrovės (turėjo) savo interneto svetainėse teikti nuorodą į APFTE interneto svetainę („go to Montpellier“)“.

([128]) Komisija primena, kad 2017 m. su bendrove <…> pasirašyta sutartis įgyvendinta nebuvo, nes APFTE nepateikė užsakymų; žr. 81 konstatuojamąją dalį.

(225) Subjektas, norintis tik įsigyti rinkodaros paslaugas konkrečios teritorijos reklamai, neturėtų jokių paskatų į su paslaugų teikėju sudarytus susitarimus įtraukti su oro susisiekimo paslaugų teikimu susijusius įsipareigojimus. Be to, jis neturėtų paskatų įtraukti tokių reikalavimų į rinkodaros paslaugų pirkimo konkurso sąlygas.

(226) Įtraukus tokias labai išsamiai išdėstytas sąlygas į rinkodaros paslaugų pirkimo susitarimą, mokėjimais už rinkodaros paslaugas buvo finansiškai remiamas oro susisiekimo paslaugų teikimas. Taigi, buvo iš anksto atmetami rinkodaros paslaugų teikėjai, kurie, nepaisant gebėjimo veiksmingai reklamuoti Monpeljė miestą tikromis rinkodaros kampanijomis, neteikia oro susisiekimo paslaugų.

(227) „Ryanair“ savo ruožtu teigia, kad rinkodaros susitarime numatytas skrydžių vykdymas konkrečiu maršrutu (būtent į Monpeljė) grindžiamas veiksmingos rinkodaros siekiu. Tokiems AMS ir „Ryanair“ klientams kaip APFTE būtų ne taip patrauklu pirkti rinkodaros paslaugas „Ryanair“ interneto svetainėje, jei „Ryanair“ nevykdytų skrydžių į Monpeljė. Tad APFTE renkasi skatinti turistinius srautus, kurie gali padidėti dėl jau vykdomų skrydžių maršrutų.

(228) Taigi, nors šis argumentas būtų tinkamas tokioms AMS ir „Ryanair“ klientėms kaip vietos turizmo įmonės (viešbučiai, turistų lankomos vietos, restoranai, automobilių nuomos bendrovės), iš tiesų siekiančios reklamuoti savo turimas prekes ir paslaugas, kurias jos gali pasiūlyti „Ryanair“ keleiviams, šiuo atveju „Ryanair“ argumentas yra netikslus. „Ryanair“ argumentas grindžiamas prielaida, kad APFTE internetinės rinkodaros kampanijomis nuoširdžiai siekė veiksmingiau reklamuoti Monpeljė regioną. Iš tiesų, kaip buvo įrodyta ([129]), APFTE pirmiausia siekė papildomais, kaip rinkodaros išlaidos pateikiamais mokėjimais išlaikyti „Ryanair“ Monpeljė oro uoste, kad ši vykdytų skrydžius konkrečiais maršrutais ir regionas gautų su „Ryanair“ teikiamomis paslaugomis susijusios ekonominės naudos. Taigi rinkodaros susitarimai buvo naudojami kaip teisinė schema tiems mokėjimams atlikti.

(229) Komisija atkreipė dėmesį, kad nei Prancūzijos institucijos, nei „Ryanair“ nepateikė jokių kiekybinių ar kokybinių kriterijų, kuriais būtų grindžiamas „Ryanair“ skrydžių maršrutų, kaip tinkamiausios rinkodaros priemonės, pasirinkimas, palyginti su kitais reklamos būdais ir kitomis skrydžius į Monpeljė oro uostą vykdančiomis oro susisiekimo bendrovėmis.

4) APFTE nesidomėjimas apčiuopiama rinkodaros kampanijų sėkme

(230) Komisija nenustatė jokių požymių, įrodančių, kad APFTE būtų tyrusi galimą jos naudojamo biudžeto poveikį vertindama į įvairius Šiaurės Europos regionus orientuotas rinkodaros kampanijas, įvairius paslaugų teikėjus ar įvairių rinkodaros paslaugų poveikį arba analizuodama su „Ryanair“ ir AMS sudarytų rinkodaros susitarimų sąnaudas ir gautą naudą – to ji nedarė nei prieš sudarydama susitarimus, nei vėliau. APFTE nesistengė sudaryti rinkodaros susitarimų dėl regionų ir (arba) maršrutų, kuriais skrydžius vykdo „Ryanair“, su kitais operatoriais, ne „Ryanair“ ir AMS, ar sumažinti savo rinkodaros išlaidas. Visi šie faktai patvirtina Komisijos išvadą, kad APFTE sprendimai remti „Ryanair“ sudarant su ja rinkodaros susitarimus buvo priimti neatlikus atitinkamos ekonominių rezultatų analizės.

(231) Galimai APFTE neturėjo kitų galimybių, kaip tik remti „Ryanair“ iš jai suteikto biudžeto. Tai patvirtina ir faktą, kad APFTE nesuabejojo 2017 m. konkurso rezultatais, nors konkurentų pasiūlyta visų pirkimo dalių kaina buvo lygiai po <…> EUR mažesnė nei siūloma „Ryanair“ ([130]).

(232) Iš APFTE nutarimų matyti, kad skirstydama savo rinkodaros biudžetą APFTE visuomet pirmenybę teikė „Ryanair“ skirtiems mokėjimams, o APFTE privačių narių pasiūlytų naujų skrydžių maršrutų skatinimo finansavimo svarstymas priklausė nuo to, ar po mokėjimų bendrovėms „Ryanair“ ir AMS liko lėšų, ir niekad nemėginta iš naujo įvertinti tų rinkodaros susitarimų teikiamos naudos.

([129]) Žr. 26 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis, taip pat 192 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis.
([130]) Žr. 77 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis.

(233) Šiuo atžvilgiu Komisija nenustatė jokių požymių, įrodančių, kad APFTE iš tiesų būtų norėjusi sužinoti, kokią naudą teikia jos finansuojamos rinkodaros kampanijos, kurioms ji, be kita ko, skirdavo daugiau nei [60–70] % savo biudžeto.

(234) Vertinant minėtų oro susisiekimo paslaugų ekonominį poveikį, atsižvelgiama tik į atskrendančių turistų skaičių, nesiaiškinant, kas lėmė jų sprendimą atvykti į regioną, tai yra tikrojo iš „Ryanair“ ir AMS nupirktų rinkodaros paslaugų poveikio. Šiame tyrime nenagrinėjama, koks į regioną atvykusių keleivių skaičius būtų vien dėl to, kad „Ryanair“ vykdo skrydžius iš jų šalies oro uosto į Monpeljė (neskelbiant jokios reklamos „Ryanair“ interneto svetainėje) ([131]).

(235) Be to, neatrodo, kad APFTE būtų domėjusis iš „Ryanair“ ir AMS įsigytų rinkodaros paslaugų rezultatų rodikliais, pavyzdžiui, nuorodos į APFTE interneto svetainę paspaudimų skaičiumi ar per rinkodaros kampaniją nupirktų bilietų skaičiumi. Tokiomis aplinkybėmis reikia pažymėti, jog 2019 m. vasario 12 d. susitikime, kuriame dalyvavo Prancūzijos institucijų atstovas, „Ryanair“ žodžiu nurodė, kad AMS savo klientams, su kuriais buvo sudariusi tokius kaip su APFTE pasirašytus rinkodaros susitarimus, statistinės informacijos, leidžiančios įvertinti rinkodaros kampanijos rezultatus, taigi ir jos veiksmingumą, neteikė. Tai stebina, nes vienas iš internetinės rinkodaros privalumų yra galimybė lengviau išmatuoti rinkodaros kampanijų rezultatus. „Ryanair“, beje, naudoja šį argumentą ataskaitose Komisijai, kad įrodytų savo interneto svetainės, kaip internetinės reklamos erdvės, vertingumą.

(236) Be to, iš „Ryanair“ ir AMS su privačiomis įmonėmis sudarytų rinkodaros susitarimų matyti, kad visiškai įmanoma į tuos susitarimus įtraukti sąlygas, susiejančias rinkodaros paslaugų kainą su faktiniu tomis rinkodaros kompanijomis pritrauktų klientų skaičiumi.

(237) Tokiomis aplinkybėmis Komisija pažymi, jog, nepaisant nuo 2012 m. Monpeljė oro uoste mažėjančio keleivių skaičiaus ([132]), rodančio, jog rinkodaros susitarimai nebuvo veiksmingi, jei to iš tiesų būtų buvę siekta, iš su APFTE veikla susijusių dokumentų ar viešųjų narių dokumentų nematyti, kad APFTE nariai būtų suabejoję su „Ryanair“ ir AMS pasirašytų rinkodaros susitarimų veiksmingumu.

5) Mokėjimų už rinkodaros paslaugas sutapimas su „Ryanair“ skrydžių vykdymo trukme

a) Mokėjimų už rinkodaros paslaugas „Ryanair“ pabaigos sutapimas su bendrovės veiklos nutraukimu oro uoste

(238) Komisija pažymi, kad nuo 2019 m. vasaros sezono „Ryanair“ nebevykdo skrydžių Monpeljė oro uoste, tačiau vykdo skrydžius į Briuselio Šarlerua oro uostą iš Bezjė oro uosto, kuris yra 70 km nuo Monpeljė oro uosto.

(239) Taigi „Ryanair“ veiklos Monpeljė oro uoste pabaiga sutampa su APFTE mokėjimų bendrovėms „Ryanair“ ir AMS pabaiga. Prancūzijos institucijos nurodė, kad paskutinis mokėjimas bendrovėms „Ryanair“ ir AMS buvo atliktas 2019 m. vasarį.

(240) Vis dėlto AMS ir toliau galėtų reklamuoti Monpeljė „Ryanair“ interneto svetainėje. Pagal „Ryanair“ pateiktą rinkodaros koncepciją ([133]) (kurią Komisija atmetė) tai būtų visai naudinga, turint omenyje tai, kad Nimo ir Bezjė oro uostai, iš kurių 2019 m. vasaros sezoną „Ryanair“ skraidino į Šiaurės Europą – Vokietiją (Diuseldorfo Vėcės oro uostą), Belgiją (Briuselio Šarlerua oro uostą) ir Jungtinę Karalystę (Bristolio, Edinburgo, Londono Lutono, Londono Stanstedo, Mančesterio oro uostus) ([134]), yra netoli Monpeljė miesto ir, remiantis „Ryanair“ argumentais, Monpeljė regionas gautų naudos padidėjus tarptautinių ir iš Šiaurės Europos atvykstančių turistų skaičiui.

([131]) BIPE, „Oro transporto socialinis ir ekonominis poveikis Langedoko-Rusijono regione“, 2013 m. balandžio 4 d. (žr. http://montpellier.cci.fr/fichier/retombeesecoaeroportlr2012pdf/download, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.). Taip pat žr. 290 konstatuojamąją dalį.

([132]) Žr. 2 lentelę.

([133]) Žr. 86 ir 274 konstatuojamąsias dalis.

([134]) „Ryanair“ iš Bezjė vykdo šiuos skrydžius į Šiaurės Europą: Diuseldorfo Vėcės, Briuselio Šarlerua, Bristolio, Londono Lutono, Londono Stanstedo, Mančesterio, Edinburgo, Stokholmo Skavstos ir Paryžiaus Bovė oro uostus. Iš Nimo oro uosto „Ryanair“ vykdo skrydžius į Šiaurės Europoje esančius Briuselio Šarlerua, Londono Stanstedo ir Londono Lutono oro uostus.

(241) Taigi, APFTE arba ją pakeitusi teisinė schema prarado paskatą reklamuoti Monpeljė miestą ir jo apylinkes per „Ryanair“ ir AMS.

(242) Todėl Komisija priėjo prie išvados, jog jei rinkodaros susitarimai iš tiesų, kaip buvo deklaruojama, padidino į Monpeljė ir jo teritoriją atvykstančių turistų iš užsienio srautą, APFTE ar vietoje jos įsteigta organizacija būtų suinteresuota išlaikyti rinkodaros susitarimus su „Ryanair“ ir AMS, kad skatintų į regioną per Bezjė ir Nimo oro uostus atvykstančių tarptautinių maršrutų keleivių srautus.

b) Birmingamui skirtos rinkodaros kampanijos trukmės sutapimas su skrydžių maršruto Monpeljė–Birmingamas vykdymo trukme

(243) Be to, Komisija primena, kad su Birmingamu susiję rinkodaros santykiai, kuriais remiantis 2011 m. balandžio 20 d. ir 2010 m. rugsėjo 16 d. buvo pasirašyti susitarimų priedai ir bendrovėms „Ryanair“ ir AMS skirti papildomi mokėjimai, užsimezgė tą mėnesį, kai „Ryanair“ pradėjo vykdyti skrydžius iš Monpeljė oro uosto į Birmingamą.

(244) Komisija taip pat mano, jog papildomas APFTE siekio finansuoti „Ryanair“ veiklą, o ne investuoti į rinkodarą tiesiogine prasme požymis yra faktas, kad 2013 m. konkurso „Birmingamo“ pirkimo dalies (pagal kurią „Ryanair“ vykdė skrydžius nuo 2011 m. ir juos nutraukė laikotarpiu tarp konkurso specifikacijos paskelbimo ir rinkodaros susitarimų sudarymo) sutartis galiausiai sudaryta nebuvo ([135]).

6) „Ryanair“ taikoma praktika kitose bylose

(245) Komisija atkreipia dėmesį, jog rinkodaros susitarimai, pagal kuriuos mokama bendrovei „Ryanair“ siekiant ją išlaikyti konkrečiame regioniniame oro uoste, naudojami ne pirmą kartą: iš oficialios tyrimo procedūros byloje SA.33961 dėl Nimo oro uosto matyti, kad gerokai sumažėjus vieno maršruto vietų užpildymui „Ryanair“ darė spaudimą atitinkamiems viešiesiems subjektams nupirkti papildomų rinkodaros paslaugų grasindama nutraukti skrydžius tuo maršrutu, jei finansinis įnašas nebus padidintas konkrečia suma ([136]). Komisijos oficiali tyrimo procedūra byloje SA.26500 ([137]) dėl Altenburgo Nobico oro uosto atskleidė, kad po to, kai oro uosto operatorius atsisakė pervesti bendrovei „Ryanair“ prašomą sumą kaip įmoką už rinkodaros paslaugas sudarant 2011 m. vasaros sezono tvarkaraštį, ši 2011 m. kovo mėn. nutraukė veiklą Altenburgo Nobico oro uoste ([138]).

ii) *„Ryanair“ ir AMS teikiamos rinkodaros paslaugos negali veiksmingai reklamuoti Monpeljė ir jo apylinkių*

(246) Net jeigu būtų galima daryti prielaidą, jog rinkodaros susitarimai turėjo „Ryanair“, AMS ir APFTE deklaruotą poveikį tarptautinių maršrutų keleivių srautams, Komisija mano, kad motyvai paskirti didžiąją APFTE biudžeto dalį [60–70 %] vien bendrovėms „Ryanair“ ir AMS ir vien iš Briuselio Šarlerua, Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo ir Birmingamo oro uostų atvykstantiems keleiviams nėra pakankamai ekonomiškai pagrįsti.

(247) Kaip paaiškinta paskesniame skyriuje, nei APFTE iš „Ryanair“ ir AMS nupirktų rinkodaros kampanijų realus poveikis, nei „Ryanair“ deklaruotas galimas didžiausias poveikis neatitinka APFTE, kaip rinkos ekonomikos sąlygomis veikiančio pirkėjo, sumokėtos kainos.

([135]) Žr. 207 konstatuojamąją dalį.

([136]) 2014 m. liepos 23 d. Komisijos sprendimas dėl valstybės pagalbos SA.33961 (2012/C) (ex 2012/NN), kurią Prancūzija suteikė Nimo, Izeso ir Le Vigano prekybos ir pramonės rūmams ir bendrovėms „Veolia Transport Aéroport de Nîmes“, „Ryanair“ ir „Airport Marketing Services“ (OL L 113, 2016 4 27, p. 32), 102, 547 ir 548 konstatuojamosios dalys.

([137]) 2014 m. spalio 15 d. Komisijos sprendimas (ES) 2016/287 dėl valstybės pagalbos Nr. SA.26500 (2012/C) (ex 2011/NN, ex CP 227/2008), kurią Vokietija suteikė „Flughafen Altenburg-Nobitz GmbH“ ir „Ryanair Ltd.“ (OL L 59, 2016 3 4, p. 22).

([138]) Žr. 2018 m. gruodžio 13 d. Bendrojo Teismo sprendimo Ryanair ir AMS / Komisija, T-165/16, EU:T:2018:952, 258 punktą.

1) „Ryanair“ ir AMS kaip rinkodaros paslaugų teikėjų pasirinkimas nėra pakankamai ekonomiškai pagrįstas

a) Rinkodaros kampanijos apsiriboja „Ryanair“ interneto svetaine ir jos klientais

(248) 2010 m. susitarime ir jo prieduose aiškiai nustatyta, kad rinkodaros paslaugos teikiamos vien per „Ryanair“ interneto svetainę ir kad „Ryanair“ privalo vykdyti skrydžius į Monpeljė oro uostą maršrutais iš Frankfurto Hano, Briuselio Šarlerua ir Lidso Bradfordo oro uostų ([139]). Vienintelis privalomasis 2013 m. pirkimo konkurso kriterijus – teikti nuorodą iš rinkodaros paslaugų teikėjo interneto svetainės į APFTE interneto svetainę ir tam tikru dažnumu vykdyti skrydžius ([140]). Be to, nors 2017 m. konkurso sąlygose rinkodaros paslaugos buvo įvardytos labai plačiai (ne vien kaip išskirtinai oro transporto bendrovių interneto svetainėse teikiamos paslaugos), galiausiai APFTE paslaugas pasirinko remdamasi tik „Ryanair“ interneto svetainės lankomumu.

(249) Komisija atkreipia dėmesį, kad „Ryanair“ Monpeljė oro uoste niekuomet nevežė daugiau nei 137 030 keleivių per metus, o remiantis „Montpellier Tourisme“ svetainėje paskelbtais duomenimis, Monpeljė regionas per metus pritraukia 5 milijonus turistų (2017 m. duomenys) ([141]).

(250) Dar labiau stebina tai, kad „Ryanair“ ir AMS teikiamos ir APFTE už didžiąją jos biudžeto dalį [60–70 %] nupirktos paslaugos apima tik Monpeljė populiarinimą, susijusį su „Ryanair“ vykdomais skrydžiais, vien „Ryanair“ sklaidos priemonėse.

b) „Ryanair“ klientai nėra regionui pati įdomiausia rinka ekonominės naudos aspektu

(251) „Ryanair“ teigia ([142]), kad rinkodaros kampanijos turėtų pakeisti pusiausvyrą tarp Monpeljė gyvenančių keleivių ir Monpeljė lankančių keleivių iš užsienio bendrame keleivių skaičiuje, iš anksto nustatytame „Ryanair“ taikomoje *yield management* tarifų politikoje ([143]).

(252) Taigi, potencialus didžiausias su „Ryanair“ keliaujančių turistų skaičius yra mažas. Svarbu paminėti, kad „Ryanair“ užimama rinkos dalis niekuomet neviršijo [10–20] % visų Monpeljė oro uosto keleivių skaičiaus ir nuo 2012 m. nuolat mažėjo. Net darant prielaidą, kad rinkodaros susitarimai ir turėjo „Ryanair“ deklaruojamą poveikį, toks keleivių srautas būtų galėjęs tik šiek tiek padidinti oro uosto tarptautinių maršrutų keleivių skaičių.

(253) Be to, Prancūzijos institucijų atliktas tyrimas, kuriuo siekta įrodyti, kad teritorinės bendrijos atliko APFTE veiksmų ekonominių rezultatų analizę ([144]) įrodo, kad tarp į Langedoko-Rusijono regioną atskrendančių keleivių „Ryanair“ keleiviai nebuvo daugiausiai išleidžiantys regione ([145]).

([139]) Žr. 56, 59 ir 60 konstatuojamąsias dalis.
([140]) Žr. 65 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis.
([141]) Žr. https://www.montpellier-tourisme.fr/Preparer-Reserver/Pro-Presse/Chiffres-cles-Observatoire, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.
([142]) Žr. 273 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis.
([143]) Žr. 56 išnašą.
([144]) BIPE, „Oro transporto socialinis ir ekonominis poveikis Langedoko-Rusijono regione“, 2013 m. balandžio 4 d. (http://montpellier.cci.fr/fichier/retombeesecoaeroportlr2012pdf/download, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.).
([145]) Tyrimo 32 puslapyje nurodyta, kad iš 261 mln. atskridusių keleivių išleistų eurų „Ryanair“ skrydžių keleiviai kartu išleido 28 mln. eurų (12 mln. eurų išleido iš Briuselio Šarlerua oro uosto atskridę keleiviai, 7 mln. eurų – iš Frankfurto Hano oro uosto atskridę keleiviai, 5 mln. eurų – iš Birmingamo oro uosto atskridę keleiviai, 4 mln. eurų – iš Lidso Bradfordo oro uosto atskridę keleiviai), o iš Paryžiaus Orli oro uosto atskridę keleiviai išleido 80 mln. eurų, iš Paryžiaus Ruasi oro uosto – 63 mln. eurų, iš Londono Gatviko oro uosto atskridę keleiviai – 25 mln. eurų (dar daugiau nei 7 mln. eurų išleido iš Londono Lutono oro uosto atskridę keleiviai).

(254) Prancūzijos institucijos nepateikė ir informacijos, galinčios įrodyti, kad „Ryanair“ keleiviai būtų buvę pati patrauk-liausia tikslinė rinka augimo ateityje galimybių atžvilgiu.

(255) Galiausiai Komisija pažymi, kad didžiausią Monpeljė ir apylinkių klientų turistinių ir verslo kelionių dalį sudaro vietos, o ne užsienio keleiviai. Iš Monpeljė Vidužemio jūros metropolijos turizmo ir kongresų biuro 2017 m. veiklos ataskaitos ([146]) matyti, kad didžiąją dalį ekonominės naudos Monpeljė Vidužemio jūros metropolija gavo iš šalies turistų: iš 1 552 245 nakvynių viešbučiuose užsienio turistų nakvynės sudarė tik 23 %; iš 682 528 nakvynių apartamentuose užsienio turistų nakvynės sudarė tik 10 %.

c) „Ryanair“ teikiamos rinkodaros paslaugos APFTE padarė labai nedidelį poveikį

(256) Be to, Komisija atkreipė dėmesį, kad net iš „Ryanair“ ir AMS siūlomų paslaugų APFTE pasirinko įsigyti tokias rinkodaros paslaugas, kurios negali būti aiškinamos siekiu populiarinti regioną.

(257) Pagal su APFTE sudarytus rinkodaros susitarimus „Ryanair“ ir AMS teikiamos internetinės rinkodaros paslaugos apsiribojo pranešimų ir nuorodos su Monpeljė kryptimi susijusiame puslapyje skelbimu „Ryanair“ interneto svetainėje ir nuorodos į APFTE nurodytą interneto svetainę skelbimu bendrovės Anglijai, Vokietijai, Nyderlandams ir Belgijai (prancūzų ir nyderlandų kalbomis) skirtų svetainės versijų pradiniuose puslapiuose.

(258) Vis dėlto „Ryanair“ interneto svetainės puslapis, susijęs su Monpeljė kryptimi, daugiausia skirtas asmenims, kurie jau yra apsisprendę naudotis „Ryanair“ teikiamomis skrydžių Monpeljė maršrutu paslaugomis arba gali planuoti jomis naudotis. Kitaip tariant, „Ryanair“ interneto svetainėje pateikta informacija apie Monpeljė vargiai gali pritraukti naujų klientų.

(259) Šiuo klausimu naudinga pažymėti, kad „Ryanair“ pateiktų ir tarp privačių, su oro uostu nesusijusių bendrovių ir AMS sudarytų rinkodaros susitarimų rinkodaros vertė grindžiama galimybe parduoti turizmo prekes ar paslaugas „Ryanair“ skrydžių keleiviams. Šie potencialūs keleiviai laikomi galinčiais keliauti į konkretaus maršruto oro uostą po apsilankymo „Ryanair“ interneto svetainėje (kur pirko bilietus, žiūrėjo galimus skrydžius ir pan.) ir dėl šios priežasties yra tikslinė skatinančių pirkti kokią nors prekę ar paslaugą paskirties oro uoste rinkodaros žinučių auditorija.

(260) Taigi, „Ryanair“ rinkodaros vertė nukreipta į „Ryanair“ klientus, kurie jau yra pasirinkę paskirties oro uostą arba kurių lankymasis „Ryanair“ interneto svetainėje rodo, kad jie gali pasirinkti konkretų oro uostą, ir ja siekiama paskatinti įsigyti turizmo paslaugą atvykimo vietoje. Tokiomis aplinkybėmis Komisija neatmeta galimybės, kad „Ryanair“ interneto svetainėje teikiamos AMS rinkodaros paslaugos gali būti vertingos kai kurioms norinčioms parduoti savo prekes ar paslaugas „Ryanair“ klientams įmonėms, pavyzdžiui, automobilių nuomos bendrovėms ar žygius po regioną rengiančioms bendrovėms. Vis dėlto tai netinka regiono valdžios institucijai, kuri pirmiausia turi pasiekti, kad potencialūs turistai susidomėtų regionu. APFTE tokios rinkodaros kampanijos teikia labai mažai naudos arba neteikia jokios naudos.

d) Iš galimų „Ryanair“ paslaugų APFTE pasirinktos konkrečios paslaugos teikia dar mažiau naudos

(261) Be to, rinkodaros susitarimuose minimi tik „Ryanair“ interneto svetainės Anglijai, Vokietijai, Nyderlandams ir Belgijai (prancūzų ir nyderlandų kalbomis) skirtų versijų pradiniai puslapiai. Šis papildomas požymis rodo, kad rinkodaros paslaugos iš esmės buvo skirtos reklamuoti „Ryanair“ skrydžiams iš Monpeljė oro uosto į skrydžių maršrutų, kuriuos „Ryanair“ įsipareigojo vykdyti, oro uostus, kurių keleivių traukos zonos yra Vokietijoje, Belgijoje, Nyderlanduose ir Jungtinėje Karalystėje.

([146]) INSEE duomenimis pagrįstos ataskaitos 42 ir 43 puslapiai, https://www.montpellier-tourisme.fr/Media/Files/Observatoire/Rapport-d-activite-2017 (žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.).

(262) Taigi, konkrečių „Ryanair“ ir AMS teikiamų rinkodaros paslaugų pasirinkimas nėra grindžiamas kokiu nors regiono plėtros siekiu, išskyrus siekį subsidijuoti „Ryanair“ vykdomus skrydžius.

(263) Komisija primena, jog APFTE įstatuose nurodyta, kad asociacijos veiklos tikslas yra „teritorijoje skatinti ir plėtoti turizmą, taip pat verslo turizmą, sudarant reklamos sutartis, perkant reklamą internete ir rinkodaros paslaugas ar kitomis reklamos priemonėmis, pavyzdžiui dalyvaujant mugėse ir parodose, ir taip pritraukti klientų iš užsienio“ ([147]).

(264) Vis dėlto, remiantis APFTE įstatais arba Prancūzijos institucijų ar „Ryanair“ pateiktomis analizėmis, APFTE pirmiausia turėjo orientuotis į aiškiai nurodytų Šiaurės Europos regionų (Valonijos regiono, Reino krašto-Pfalco žemės, Jorkšyro ir Midlandso grafysčių) keleivius ir ignoruoti kitas panašias rinkas, pavyzdžiui, 209 konstatuojamojoje dalyje nurodytus kaimyninius regionus.

(265) Tokiomis aplinkybėmis reikia pažymėti, kad „Ryanair“ teigia, jog rinkodaros susitarimai prisideda prie prekės ženklo „Monpeljė“ kūrimo (angl. *brand building*). Jei „Ryanair“ rinkodaros paslaugos suteikė naudos Monpeljė regiono prekės ženklo kūrimui už „Ryanair“ interneto svetainės ribų, APFTE būtų galėjusi panaudoti rinkodarą „Ryanair“ interneto svetainėje veiksmingiau.

(266) Tai yra jei rinkodaros paslaugomis buvo siekiama reklamuoti Monpeljė miestą ir regioną visiems turistams ir verslininkams, galintiems susidomėti regionu nepriklausomai nuo galimybės pasiekti Monpeljė tik „Ryanair“ vykdomais skrydžiais, tikėtina, jog APFTE būtų prašiusi, kad nuoroda į jos pasirinktą interneto svetainę būtų skelbiama „Ryanair“ interneto svetainės pradiniuose puslapiuose visomis kalbomis ar bent jau dauguma jų, o ne keturiomis nurodytomis kalbomis, kurios atitinka „Ryanair“ iš Monpeljė vykdomų skrydžių maršrutus. Iš tiesų „Ryanair“ interneto svetainės pradinis puslapis turi daugiau kaip 20 kalbų variantų. Pavyzdžiui, buvo galima įtraukti pradinius svetainės puslapius italų, ispanų ir katalonų kalbomis ir taip pasiekti potencialius keliautojus iš Italijos ar Ispanijos (Ispanijos siena yra dvi valandos skrydžio nuo Monpeljė, į šias dvi šalis tiesioginius skrydžius iš Monpeljė vykdo kitos oro susisiekimo bendrovės) arba įtraukti „Ryanair“ interneto svetainės versiją skandinavų kalbomis (skirtą Skandinavijos, į kurią iš Monpeljė vykdo tiesioginius skrydžius kitos oro transporto bendrovės, turistams). Ispanijos ar Italijos turistai yra ganėtinai patrauklūs potencialūs klientai; remiantis „Montpellier Tourisme“ svetainėje paskelbtais 2017 m. duomenimis, tarp nakvojusiųjų regiono viešbučiuose turistai iš Ispanijos užima pirmą vietą, o tarp nakvojusiųjų apartamentuose – antrą. Pastarojoje kategorijoje turistai iš Italijos užima ketvirtą vietą ([148]).

(267) Vis dėlto nagrinėjamu atveju pasirinktos tokios rinkodaros priemonės, kad APFTE finansuojamos rinkodaros kampanijos taikomos tik „Ryanair“ Monpeljė oro uoste teikiamoms oro susisiekimo paslaugoms. Atsižvelgdama į visa tai, Komisija daro išvadą, kad, priešingai, nei tvirtina „Ryanair“ ir AMS, su „Ryanair“ pasirašyti rinkodaros susitarimai nepadeda kurti prekės ženklo „Monpeljė“.

e) Šiose rinkodaros kampanijose ignoruojami turistai, į kuriuos nėra orientuotos „Ryanair“ oro susisiekimo paslaugos

(268) Kaip įrodyta ankstesniame skyriuje, APFTE nupirktos paslaugos negali pasiekti visų „Ryanair“ klientų. Be to, oficiali tyrimo procedūra, ypač „Ryanair“ pateikta informacija, parodė, kad AMS teikiamų rinkodaros paslaugų nauda apsiriboja „Ryanair“ aprėptimi, tad pritraukia daugiausia potencialius „Ryanair“ klientus ir nepasiekia kitų potencialių turistų, kurie neatitinka „Ryanair“ klientų profilio, tai yra jų kilmės, transporto priemonės pasirinkimo ar vartojimo įpročių.

([147]) Įstatų 3 straipsnis.

([148]) Interneto svetainėje https://www.montpellier-tourisme.fr/Preparer-Reserver/Pro-Presse/Chiffres-cles-Observatoire paskelbti duomenys (žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.).

(269) Kalbant apie geografinį orientavimąsi, Komisija primena, kad didžiausią Monpeljė ir apylinkių klientų turistinių ir verslo kelionių dalį sudaro vietos, o ne užsienio keleiviai ([149]). Be to, su „Ryanair“ ir AMS sudarytuose rinkodaros susitarimuose, kuriems skirta daugiau nei [60–70] % APFTE biudžeto, ignoruojami užsienio turistai, vykstantys ne iš Vokietijos, Belgijos ar Didžiosios Britanijos. Pavyzdžiui, susitarimais ignoruojami turistai iš Ispanijos, Italijos ar Jungtinių Amerikos Valstijų, nors jie pagal minėtus statistinius duomenis labai prisideda prie Monpeljė Vidužemio jūros metropolijos gaunamos finansinės naudos ([150]). Taip pat tai, kad iš potencialių klientų iš Vokietijos, Didžiosios Britanijos ar Belgijos atsirenkami Valonijos regiono, Reino krašto-Pfalco žemės, Jorkšyro grafystės ar Birmingamo klientai, ignoruojant likusius, daug gyventojų turinčius Vokietijos, Jungtinės Karalystės ar Belgijos regionus ([151]), nerodo siekio plėtoti turizmą.

(270) Be to, „Ryanair“ rinkodaros kampanijos nėra orientuotos į potencialius vietos ar užsienio turistus, besirenkančius kitas oro transporto bendroves ar kitokias transporto priemones, pavyzdžiui, traukinius (Monpeljė prijungtas prie greitųjų traukinių (TGV) tinklo ir yra tiesioginiai reisai į Paryžių, Briuselį ar Ispaniją), autobusus ar automobilius. Daugiau su šiuo aspektu susijusių požymių pateikia pati „Ryanair“, nurodydama, kad daug klientų kreipiasi tiesiai į jos interneto svetainę, neieškodami paieškos sistemose. Be to, „Ryanair“ nurodė, jog jos interneto svetainės atmetimo rodiklis mažas, taigi svetainės pradinio puslapio lankytojai linkę pasilikti svetainėje ir pasižiūrėti kitus puslapius, o ne iškart ją palikti. Tai reiškia, kad dauguma „Ryanair“ interneto svetainės lankytojų svetainę naudoja norėdami konkrečiai įsigyti lėktuvo bilietų, o ne ieškoti galimų kelionių krypčių.

(271) Be to, „Ryanair“ daugiausia pritraukia mažų kainų ieškančius keleivių, todėl didžioji keliaujančiųjų prabangiai dalis lieka nuošalyje.

2) Rinkodaros kampanijos nepadarė „Ryanair“ deklaruoto poveikio

(272) APFTE tvirtina, kad „Ryanair“ ir AMS rinkodaros kampanijomis buvo reklamuojamas Monpeljė ir jo apylinkės, siekiant padidinti regiono ekonominius rezultatus.

(273) „Ryanair“ ir AMS savo ruožtu teigia, kad rinkodaros susitarimai iš esmės nedarė poveikio maršrutų vietų užpildymui, o tik regione apsilankančių „Ryanair“ keleivių daliai. Vis dėlto Komisija dėl toliau nurodytų požymių nėra tikra dėl tokio rinkodaros susitarimų poveikio.

(274) Komisija primena, kad „Ryanair“ aiškino rinkodaros susitarimų teikiamą naudą šitaip: oro uostas ar regionas turėtų būti suinteresuotas sudaryti tokį susitarimą, viena vertus, siekdamas pagerinti oro uosto matomumą ir jo prekės ženklo vertę (brand building, kaip vadina „Ryanair“), antra vertus, konkrečiai norėdamas padidinti iš išorės atvykstančių keleivių dalį (lyginant turistų ar verslo keleivių skaičių su Monpeljė regione gyvenančių vietinių keleivių skaičiumi), nes tokiu atveju regionas gautų augiau ekonominės naudos.

(275) Tokiomis aplinkybėmis, kai siekiama padidinti atvykstančių keleivių dalį, „Ryanair“ nurodo, kad rinkodaros susitarimai nelabai padeda užpildyti konkretaus skrydžio maršruto vietas (angl. load factor), o jų užpildymą iš esmės lemia „Ryanair“ vykdoma tarifų politika yield management. Antra vertus, rinkodaros kampanijos turėtų padėti padidinti iš užsienio atvykstančių keleivių skaičių bendroje tarifų politikos yield management nulemtoje „Ryanair“ keleivių dalyje. Kabėdama apie rinkodaros įtaką keleivių sudėčiai, „Ryanair“ teigia, kad paprastai vietinių maršrutų keleivių ir iš užsienio atvykstančių keleivių kiekviename skrydyje, kuriam netaikomas rinkodaros susitarimas, yra maždaug vienodai. Taigi, oro uosto arba regiono rinkodaros kampanijos „Ryanair“ interneto svetainėje teikiama nauda būtų iš užsienio atvykstančių keleivių dalies padidėjimas.

([149]) Žr. 255 konstatuojamąją dalį.

([150]) Šioje ataskaitoje „pirmasis užsienio turistų nakvynių viešbučiuose penketukas“ atrodo taip: Ispanija, 2) Didžioji Britanija, 3) Vokietija, 4) Jungtinės Amerikos Valstijos, 5) Belgija; „pirmasis užsienio turistų nakvynių apartamentuose penketukas“ yra toks: 1. Belgija, 2. Ispanija, 3. Vokietija, 4. Italija, 5. Didžioji Britanija.

([151]) Taip pat žr. 209 konstatuojamąją dalį.

(276) Vis dėlto Komisija primena, kad pirmiau minėti požymiai įrodė, jog su APFTE sudarytų rinkodaros susitarimų tikslas buvo ne populiarinti Monpeljė maršrutą rinkodaros kampanijomis, o, kaip nurodyta 189 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, išlaikyti „Ryanair“ Monpeljė oro uoste. Tai reiškia, kad tikrasis rinkodaros susitarimų reklaminis poveikis sutartį sudariusioms šalims rūpėjo mažai, ir paaiškina, kodėl APFTE pasirinko „Ryanair“ ir AMS, nors ekonominiu požiūriu, kaip įrodyta 248 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, toks pasirinkimas nebuvo pagrįstas.

(277) Šių požymių pakanka išvadai, kad APFTE ar jos viešiesiems nariams iš tiesų „Ryanair“ ir AMS teikiamos paslaugos nebuvo reikalingos ([152]). Nepaisant to, Komisija nori išvardyti per oficialią tyrimo procedūrą nustatytus su konkrečiu rinkodaros susitarimo poveikiu susijusius požymius, juolab kad šį klausimą „Ryanair“ minėjo savo pastabose.

(278) Iš tiesų oficiali tyrimo procedūra atskleidė keletą paskesniuose skyriuose aprašytų požymių, įrodančių, kad tikrasis rinkodaros kampanijų reklaminis poveikis buvo menkas.

a) Konkreti rinkodaros kampanijų regionui suteikta nauda lieka neaiški

(279) Pirma, Komisija iš oficialios tyrimo procedūros daro išvadą, kad, priešingai, nei teigia „Ryanair“ ir APFTE, konkreti rinkodaros kampanijų regionui suteikta nauda lieka neaiški.

(280) Oficiali tyrimo procedūra nepatvirtino, kad klientai, iš tiesų siekiantys reklamuoti šį regioną reklaminėmis, su konkrečiu oro uostu nesusijusiomis priemonėmis, būtų susidomėję būtent „Ryanair“ ir AMS teikiamomis rinkodaros paslaugomis už APFTE sumokėtą kainą.

(281) Be to, vertindama APFTE įsigytas rinkodaros kampanijų paslaugas Komisija atkreipia dėmesį, jog nėra konkrečios rinkodaros kampanijų suteiktos naudos kiekybinių rodiklių, bet yra *prima facie* požymių, rodančių, jog APFTE sudaryti rinkodaros susitarimai nepadarė įtakos iš užsienio atvykstančių turistų dalies didėjimui ar prekės ženklo kūrimui.

b) Konkrečios rinkodaros kampanijų teikiamos naudos kiekybinių rodiklių nebuvimas

(282) Kaip nurodyta 229 konstatuojamojoje dalyje, Komisija atkreipia dėmesį, kad nėra elementų, kurie kiekybiškai įrodytų deklaruojamą APFTE su „Ryanair“ ir AMS sudarytų rinkodaros susitarimų poveikį.

(283) „Ryanair“ tvirtina, kad rinkodaros susitarimai turėjo teigiamą poveikį Monpeljė regionui, tebūnie tik jo oro uostui, nes padidino iš užsienio atvykstančių keleivių skaičių, taip pat prisidėjo prie prekės ženklo kūrimo ir darė įtaką būsimiems potencialių keleivių sprendimams. Vis dėlto „Ryanair“ teigia, kad šio poveikio neįmanoma išmatuoti ir jo negalima įrodyti pasitelkus statistinius duomenis.

(284) Kalbėdama apie pagrindinį savo deklaruojamą rinkodaros susitarimų poveikį – į Monpeljė oro uostą iš užsienio atvykstančių keleivių dalies padidinimą – „Ryanair“ apsiriboja tvirtinimu, kad tas poveikis yra šioje verslo srityje žinomas reiškinys ir kad jis yra akivaizdus. Nepaisant to, „Ryanair“ nepateikė jokių konkrečių įrodymų, leidžiančių Komisijai išmatuoti teigiamą jos rinkodaros kampanijų poveikį Monpeljė oro uostui.

([152]) Žr. 2018 m. gruodžio 13 d. Bendrojo Teismo sprendimo *Ryanair ir AMS / Komisija*, T-165/16, ECLI:EU:T:2018:952, 258 punktą.

(285) Apibendrinant pažymėtina, jog nei „Ryanair“, nei Prancūzijos institucijos nepateikė įrodymų, kad APFTE sudaryti rinkodaros susitarimai būtų padidinę užsienio turistų skaičių „Ryanair“ į Monpeljė oro uostą vykdomuose skrydžiuose.

(286) Komisija pažymi, kad tokiomis aplinkybėmis, nors kalbama apie internetinės rinkodaros paslaugas, „Ryanair“, net ir paraginta Komisijos, negalėjo pateikti statistinių duomenų ar rezultatų rodiklių, leidžiančių išmatuoti su APFTE sudarytų rinkodaros susitarimų poveikį (pavyzdžiui, palyginti Vidužemio jūros kryptimis keliaujančių užsienio turistų dalis esant ir nesant rinkodaros susitarimų). Reikia priminti, kad, „Ryanair“ teigimu, AMS neteikia savo klientams statistinių duomenų, kurie leistų išmatuoti internetinių rinkodaros kampanijų rezultatus, taigi, ir įvertinti tų rinkodaros kampanijų veiksmingumą ([153]).

c) *Prima facie* požymiai ir rinkodaros kampanijų poveikio nebuvimas

(287) Be to, oficiali tyrimo procedūra atskleidė keletą požymių, *prima facie* rodančių APFTE sudarytų rinkodaros susitarimų poveikio iš užsienio atvykstančių turistų daliai ir prekės ženklo kūrimui nebuvimą.

(288) „Ryanair“ remiasi principu, kad, be rinkodaros susitarimų, iš Monpeljė regiono kilusių keleivių ir užsienio keleivių dalis savaip nulemdavo jos tarifų politika *yield management* ([154]), pagal kurią išvykstantys keleiviai neskiriami nuo atvykstančių. Rinkodaros susitarimų teikiama nauda turėtų padidinti iš užsienio atvykstančių turistų skaičių tarifų politikos *yield management* nulemtame bendro „Ryanair“ keleivių skaičiaus dalyje.

(289) Taigi, „Ryanair“ argumentu neatsižvelgiama į vietos veiksnius, lemiančius didelį Monpeljė regiono patrauklumą turistams, palyginti su Reino krašto-Pfalco žeme, Valonijos regionu, Jorkšyro ir Midlandso grafystėmis, ir jų įtaką turistiniams srautams tarp Monpeljė ir Frankfurto Hano, Lidso Bradfordo, Birmingamo ir Briuselio Šarlerua oro uostų. Monpeljė įsikūręs jau dešimtmečius pasaulio turistų dėl Vidužemio jūros kranto (87 km ilgio pakrantės su daugybe smėlio paplūdimių), aukštumų, vynuogynų, architektūros ir kultūros paveldo, turizmo infrastruktūros ir, palyginti su Šiaurės Europa, švelnaus klimato, vertinamame regione. Užsienio turistai ir antrinių gyvenamųjų būstų Hero departamente savininkai iš užsienio, daugiausia iš Šiaurės Europos, ypač Belgijos, Šveicarijos, Vokietijos, Nyderlandų, Jungtinės Karalystės, lankėsi Monpeljė regione ir prieš „Ryanair“ pradedant vykdyti veiklą Monpeljė oro uoste ([155]). Be to, Monpeljė regionas turistams iš Reino krašto-Pfalco žemės, Valonijos regiono, Jorkšyro ir Midlandso grafysčių yra gerokai patrauklesnis nei minėtieji regionai turistams iš Monpeljė, ypač vasarą. Nė vienas iš šių Šiaurės Europoje įsikūrusių regionų negali pasiūlyti tiek daug ir tokių įvairių turistinių vietų ir panašių į Monpeljė klimato ir geografinių sąlygų. Taigi, keleivių srautai į Monpeljė savaime didesni nei iš Monpeljė į kitus regionus. Šie srautai į Monpeljė atitinka paklausą, kuri egzistavo ir iki rinkodaros susitarimų sudarymo. Tai rodo, kad atvykusių turistų dalis tarp visų „Ryanair“ skrydžiais į Monpeljė oro uostą atvykusių keleivių natūraliai yra didesnė nei Monpeljė kelionę pradėjusių ir į Frankfurto Hano, Briuselio Šarlerua, Lidso Bradfordo ar Birmingamo oro uostus vykstančių keleivių, ypač vasarą.

(290) Be to, atrodo, kad kalbėdama apie užsienio turistų dalies poveikį prekės ženklo kūrimui „Ryanair“ nori savo, kaip oro transporto bendrovės, veikimo regioniniame oro uoste naudą pateikti kaip deklaruojamą sudarytų rinkodaros susitarimų poveikį tam regionui, neišskirdama konkrečių priežastinių ryšių. „Ryanair“ pateikė argumentų ir dokumentų, turinčių įrodyti teigiamą jos buvimo oro uoste poveikį ekonominei to oro uosto plėtrai ir jo prekės ženklo kūrimui. Šie duomenys rodo, jog iš užsienio atvykstančių turistų skaičius galimai padidėjo tiesiog dėl to, kad

([153]) Taip pat žr. 235 konstatuojamąją dalį.
([154]) Žr. 56 išnašą.
([155]) Pavyzdžiui, remiantis Jean Rieauacu straipsniu „La Gran Motas – miestas ir turistinis centras“ (Norois, 2000, Poitiers, t. 47, Nr. 187, p. 341–352), greta Monpeljė esančiame La Gran Mote 1996–1999 m. daugiausia lankėsi turistai iš Belgijos, Šveicarijos, Vokietijos, Nyderlandų ir Didžiosios Britanijos. 2006 m. beveik 60 % užsieniečių turimų antrinių gyvenamųjų būstų Hero departamente (iš viso maždaug 5 500 antrinių gyvenamųjų būstų) priklausė belgams, vokiečiams ar britams (*Geneviève Prady*, „Antriniai gyvenamieji būstai: 30 000 savininkų gyvena užsienyje“, *les cahiers Transport Aménagement en Languedoc-Roussillon* (Langedoko-Rusijono transporto ir žemės naudojimo žurnalai), Nr. 32, 2006 m. gruodis).

„Ryanair“ vykdė skrydžius regioniniame oro uoste. Komisija pažymi, kad šiomis aplinkybėmis „Ryanair“ argumentai yra susiję tik su jos konkrečiame oro uoste vykdoma veikla. Atitinkamai šie argumentai nėra tinkami nurodant konkrečią rinkodaros kampanijų naudą regionui. Antra vertus, „Ryanair“ pateikta informacija apie savo veiklos regioniniame oro uoste poveikį veikiau rodo, kad rinkodaros susitarimai neturėjo papildomos reikšmingos įtakos konkrečių iš užsienio atvykstančių turistų daliai ar prekės ženklo kūrimui. Todėl akivaizdu, kad pirmiausia „Ryanair“ klientų kelionės tikslo pasirinkimas priklauso nuo jos vykdomų tiesioginių skrydžių, atsižvelgiant į tai, kad ji naudoja vien tik tiesioginiais skrydžių maršrutais grindžiamą verslo modelį point to point (iš taško į tašką). Tokiomis aplinkybėmis papildomas rinkodaros susitarimas neturi reikšmingos pridėtinės vertės atvykstančių turistų srautui.

iii) *Jei rinkodaros paslaugos buvo veiksmingos, naudingiausios jos buvo „Ryanair“*

(291) Kaip yra nurodžiusi anksčiau, Komisija abejoja dėl teigiamo su „Ryanair“ pasirašytų rinkodaros susitarimų poveikio APFTE ir jos viešiesiems finansuotojams. Jei rinkodaros susitarimai būtų turėję poveikį, visų pirma jie būtų buvę naudingiausi „Ryanair“. Darant prielaidą, kad rinkodaros kampanijos galėjo paskatinti „Ryanair“ klientus įsigyti lėktuvo bilietus į Monpelję, toks poveikis pirmiausia būtų buvęs naudingas pačiai oro transporto bendrovei ir reikštų pastangas reklamuoti savo pačios paslaugas, o tai turėtų daryti pati bendrovė.

(292) Nors Komisija ir abejoja dėl konkretaus su „Ryanair“ pasirašytų rinkodaros susitarimų poveikio, galimas jų poveikis gali būti dvejopas. Pirma, rinkodaros akcija gali padėti geriau užpildyti vietas lėktuvuose, antra – ji gali padėti pakeisti pusiausvyrą tarp į Monpeljė atvykstančių keleivių ir Monpeljė regione gyvenančių keleivių.

(293) Kalbant apie didesnį vietų lėktuve užimtumą, Komisija atkreipia dėmesį, kad iš „Ryanair“ viešų ataskaitų matyti, jog, siekdama užkariauti rinką, bendrovė taiko agresyvią kainų politiką ([156]). Taikydama savo tarifų politiką (*yield management*) ([157]), „Ryanair“ gali geriau užpildyti vietas lėktuvuose.

(294) „Ryanair“ tarifų politikos *yield management* tikslas – paskatinti potencialius klientus pasirinkti konkretų skrydžio maršrutą už „Ryanair“ tinkamiausią kainą. Pagrindinis tokios „Ryanair“ tarifų politikos elementas – nustatyti, kokią didžiausią kainą keleivis pasiruošęs sumokėti už lėktuvo bilietą, surinkti optimalų lėktuvo keleivių skaičių, taip maksimaliai padidinti savo pajamas ir užkariauti Europos rinką ([158]). „Ryanair“ kainos didžiausios paklausos sezono ir mažos paklausos sezono metu labai skiriasi. Tai reiškia, kad iš didžiausios paklausos sezono metu keliaujančių keleivių „Ryanair“ uždirba daugiau nei iš keliaujančių mažos paklausos sezono metu.

(295) Vadinasi, ypač vasarą, kai turistų srautai natūraliai krypsta į pietus, tai yra į šiltą ir saulėtą pajūrį, „Ryanair“ suinteresuota skraidinti kuo daugiau keleivių, pasiruošusių mokėti didžiausios paklausos sezono kainą. Šiuo atžvilgiu vertėtų atkreipti dėmesį, kad 2010–2019 m. kiekvieno aptariamo maršruto skrydžių dažnumas vasaros sezono metu buvo didesnis už dažnumą žiemos sezono metu.

([156]) Žr. 2011 m. metinės „Ryanair“ ataskaitos 44 puslapį: „Kai „Ryanair“ pradeda vykdyti skrydžius naujais maršrutais, pradžioje vietų lėktuve užpildymas paprastai būna mažesnis nei jau vykdomuose skrydžių maršrutuose, o tokių maršrutų reklamos ir kitokio populiarinimo išlaidos – paprastai didesnės, todėl galimi pradiniai veiklos nuostoliai, galintys turėti neigiamą materialinį poveikį bendrovės veiklos rezultatams ir pareikalauti nemažai lėšų. Be to, negalima būti tikriems, kad „Ryanair“ pigių skrydžių paslaugos įsitvirtins tarp naujų skrydžių maršrutų. Taip pat „Ryanair“ periodiškai rengia specialias nuolaidų tarifų kampanijas, visų pirma susijusias su naujų skrydžių maršrutų atidarymu. Reklaminiai tarifai gali padidinti vietų lėktuve užimtumą ir jų galiojimo laikotarpiu sumažinti „Ryanair“ tuose skrydžių maršrutuose gaunamą naudą ir pajamas iš keleivių. Žr. 4 punktą „Informacija apie bendrovę – maršrutų sistema, skrydžių tvarkaraščiai ir kainos“. Dėl plėtros „Ryanair“ planuoja kitą didelių lėšų poreikį, įskaitant lėšas orlaiviams įsigyti ar užstatus įsigyjant papildomų „Boeing 737-800“ orlaivių. Negalima užtikrinti, kad „Ryanair“ turės pakankamai lėšų tokioms išlaidoms ir investicijoms, o jei ji negalės sėkmingai išplėtoti savo skrydžių maršrutų sistemos, ateityje jos pajamos gali nustoti didėti.„ (https://www.ryanair.com/doc/investor/2011/Annual_Report_2011_Final.pdf, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.) Taip pat žr. 2000 m. metinės “Ryanair“ ataskaitos 7 puslapį.

([157]) Žr. 56 išnašą.

([158]) Taip pat žr. 56 išnašą.

(296) Darant prielaidą, kad rengdama konkretaus regiono, į kurį vykdo skrydžius, rinkodaros kampaniją, „Ryanair“ taip pat turėtų būti suinteresuota populiarinti tą kryptį, nes galėtų pardavinėti bilietus didžiausios paklausos sezono kainomis ir taip tiesiogiai gauti naudos iš rinkodaros kampanijos, jei ši būtų veiksminga. Net nepasirašiusi rinkodaros susitarimo „Ryanair“ pati būtų suinteresuota gabenti daugiau norinčių aplankyti Monpeljė ir jo apylinkes turistų.

(297) Be to, bet kokia rinkodaros akcija gali padėti pritraukti keleivių, kurie nesusiviliotų vien kaina ar kurie nebūtų planavę keliauti su „Ryanair“ į Monpeljė, jei nebūtų susidūrę su rinkodaros akcija. Keleivių pritraukimas rinkodaros akcijomis sumažintų „Ryanair“ patiriamą spaudimą pritraukti keleivių vien taikant savo kainų politiką, kad užpildytų skrydžių maršrutų vietas.

(298) Taigi, jei APFTE parduotos paslaugos turėjo poveikį, tas poveikis galėjo padidinti „Ryanair“ pajamas ir pelną, nes „Ryanair“ būtų turėjusi mažiau mažinti bilietų kainą, kad užpildytų daugiau vietų lėktuvuose.

(299) Kadangi 2013 m. ir 2017 m. konkursų sąlygos paliko dalyviams didelę laisvę rinktis siūlomų rinkodaros paslaugų savybes, „Ryanair“ ir AMS galėjo siūlyti tokias paslaugas, kurios pirmiausia leistų reklamuoti savo interneto svetainėje savo pačių oro susisiekimo su Monpeljė paslaugas ir vertinant pasiūlymus likti už tai nenubaustoms, nes tik „Ryanair“ galėjo tenkinti vienintelę privalomą sąlygą – teikti nuorodą į APFTE interneto svetainę iš „Ryanair“ interneto svetainės.

(300) Be to, iš „Ryanair“ metinių ataskaitų ir per oficialią tyrimo procedūrą jos pateiktų dokumentų matyti, kad bendrovė turi rinkodaros išlaidų ([159]), kurios leidžia jai pritraukti keleivių ir taip padengti dalį nuolatinių sąnaudų.

(301) Kalbant apie rinkodaros kampanijų poveikį užsienio ir vietos turistų skaičių pusiausvyrai, „Ryanair“ nepateikė informacijos apie pagal šią tipologiją iš vieno keleivio gaunamą pelną. Vis dėlto sunku patikėti, kad padidinti turistų skaičių turinti rinkodaros kampanija neturėtų jokio teigiamo poveikio maršrutų vietų užpildymui ar bilietų kainoms, o tokiu atveju „Ryanair“ turėtų gauti naudos iš konkretaus skrydžių maršruto vietų užpildymo ir pelningumo.

(302) Galiausiai iš „Ryanair“ metinių ataskaitų matyti, kad bendrovė gauna vis daugiau ir daugiau „papildomų pajamų“, kurias kartu su pardavimu lėktuve skrydžio metu ir papildomomis paslaugomis (draudimo ir pan.) sudaro pajamos iš su trečiosioms šalimis, pavyzdžiui, viešbučių sektoriaus partneriais ar automobilių nuomotojais, sudarytų rinkodaros susitarimų.

([159]) Žr. 2000 m. metinės „Ryanair“ ataskaitos 8 puslapį ir 2011 m. metinės „Ryanair“ ataskaitos 44 puslapį.

(303) Nors „Ryanair“ tvirtina, kad gali nuolat užpildyti maršrutų vietas, pagal jos metines ataskaitas naujų skrydžių maršrutų vietų užpildymas yra ne toks didelis ([160]), todėl, norint kompensuoti nepakankamai užpildytas vietas, reikalingos papildomos išlaidos rinkodarai.

(304) Be to, Komisija pažymi, jog kitos oficialios tyrimo procedūros dėl valstybės pagalbos rodo, jog „Ryanair“ anksčiau darė spaudimą regioniniams oro uostams, jei jos maršrutų vietos būdavo nepakankamai užpildomos, skatindama oro uostų valdytojus didinti rinkodaros biudžetą, kad padidėtų maršrutų vietų užimtumas, arba kompensuoti dėl nepakankamo vietų užimtumo patirtus nuostolius ([161]).

iv) *Išvada dėl APFTE tikrojo poreikio pirkti iš „Ryanair“ ir AMS rinkodaros paslaugas buvimo*

(305) Remdamasi pirmiau išdėstytais požymiais, Komisija daro išvadą, kad nei APFTE, nei jos viešieji nariai neturėjo tikrojo poreikio pirkti iš „Ryanair“ ir AMS tas paslaugas, kuriomis pateisinami „Ryanair“ atliekami mokėjimai už jos vykdomus skrydžius, be to, tos rinkodaros paslaugos iš tiesų negalėjo padėti siekti APFTE viešosios politikos tikslų.

b) **Įrodymų, kad APFTE sumokėta kaina atitinka rinkos kainą, nebuvimas**

(306) Komisija primena, jog siekiant sužinoti, ar buvo suteiktas pranašumas, nepakanka nustatyti, kad APFTE neturėjo tikrojo poreikio sudaryti rinkodaros susitarimus. Šiuo atveju nėra svarbu nustatyti, ar pagal rinkodaros susitarimus sumokėta kaina atitiko rinkos kainą, nes suteiktos paslaugos neatitinka realių rinkodaros paslaugų, o veikiau yra oro susisiekimo paslaugų teikimo subsidija.

(307) Bet kurio atveju, kadangi „Ryanair“ pateikė šiuos argumentus savo pastabose dėl sprendimo pradėti oficialią tyrimo procedūrą, Komisija norėtų pažymėti, kad oficiali tyrimo procedūra neatskleidė požymių, leidžiančių spręsti, jog APFTE už „Ryanair“ ir AMS rinkodaros paslaugas sumokėta kaina atitiko rinkos kainą.

(308) Anot „Ryanair“, AMS paslaugos buvo teikiamos už rinkos kainą. Pagrįsdama savo poziciją, „Ryanair“ pateikia tokius motyvus:

— viešųjų pirkimų taisyklių laikymasis turėjo užtikrinti, kad kainos atitiktų rinkos kainas,

— AMS kainos buvo grindžiamos „Ryanair“ interneto svetainės populiarumu,

— AMS kainos, palyginti su kitų rinkodaros paslaugų teikėjų kainomis, buvo palankios, o paslaugos pranašesnės už kitų rinkodaros paslaugų teikėjų paslaugas,

— „Ryanair“ nurodytos kainos buvo rinkos kainos, kaip įrodė „Ryanair“ užsakymu ekonominės analizės įmonės atlikta ekonominė analizė, kurioje „Ryanair“ kainoraštis buvo lyginamas su kitų rinkodaros paslaugų teikėjų kainomis.

([160]) Žr. 2011 m. metinės „Ryanair“ ataskaitos 44 puslapį: „Kai „Ryanair“ pradeda vykdyti skrydžius naujais maršrutais, pradžioje vietų lėktuve užpildymas paprastai būna mažesnis nei jau vykdomuose skrydžių maršrutuose, o tokių maršrutų reklamos ir kitokio populiarinimo išlaidos – paprastai didesnės, todėl galimi pradiniai veiklos nuostoliai, galintys turėti neigiamą materialinį poveikį bendrovės veiklos rezultatams ir pareikalauti nemažai lėšų. Be to, negalima būti tikriems, kad „Ryanair“ pigių skrydžių paslaugos įsitvirtins tarp naujų skrydžių maršrutų. Taip pat „Ryanair“ periodiškai rengia specialias nuolaidų tarifų kampanijas, visų pirma susijusias su naujų skrydžių maršrutų atidarymu. Reklaminiai tarifai gali padidinti vietų lėktuve užimtumą ir jų galiojimo laikotarpiu sumažinti „Ryanair“ tuose skrydžių maršrutuose gaunamą naudą ir pajamas iš keleivių. Žr. 4 punktą „Informacija apie bendrovę – maršrutų sistema, skrydžių tvarkaraščiai ir kainos“. Dėl plėtros „Ryanair“ planuoja kitą didelių lėšų poreikį, įskaitant lėšas orlaiviams įsigyti ar užstatus įsigyjant papildomų „Boeing 737-800“ orlaivių. Negalima užtikrinti, kad „Ryanair“ turės pakankamai lėšų tokioms išlaidoms ir investicijoms, o jei ji negalės sėkmingai išplėtoti savo skrydžių maršrutų sistemos, ateityje jos pajamos gali nustoti didėti.“ (https://www.ryanair.com/doc/investor/2011/Annual_Report_2011_Final.pdf, žiūrėta 2019 m. liepos 1 d.). Taip pat žr. 2000 m. metinės „Ryanair“ ataskaitos 9 puslapį.

([161]) 2014 m. liepos 23 d. Komisijos sprendimas dėl valstybės pagalbos SA.33961 (2012/C) (ex 2012/NN), kurią Prancūzija suteikė Nimo, Izeso ir Le Vigano prekybos ir pramonės rūmams ir bendrovėms „Veolia Transport Aéroport de Nîmes“, „Ryanair“ ir „Airport Marketing Services“ (OL L 113, 2016 4 27, p. 32), 102, 547 ir 548 konstatuojamosios dalys.

i) *APFTE ekonominės naudos analizės, kainų palyginimo ar siekio sumažinti išlaidas nebuvimas*

(309) Kaip nurodyta 230 konstatuojamojoje dalyje, Komisija nerado jokio požymio, įrodančio, kad APFTE būtų atlikusi ekonominės naudos analizę, palyginusi kainas ar pademonstravusi siekį sumažinti iš „Ryanair“ ir AMS perkamų rinkodaros kampanijų išlaidas.

(310) Komisija pažymi, kad 2013 m. ir 2017 m. susitarimams pasirašyti buvo surengti pirkimo konkursai, o 2010 m. susitarimai, jų priedai ir vienas po kito sudaryti susitarimai dėl pratęsimo buvo pasirašyti neskelbiant konkurso. Visų pirma kalbant apie 2010 m. susitarimo pasirašymą neatrodo, kad APFTE būtų norėjusi sumažinti pageidaujamų rinkodaros paslaugų pirkimo kainą.

(311) Be to, kaip nurodyta 225 konstatuojamojoje dalyje, subjektas, norintis tik įsigyti rinkodaros paslaugas konkrečios teritorijos reklamai, neturėtų jokių paskatų į su paslaugų teikėju sudarytus susitarimus įtraukti su oro susisiekimo paslaugų teikimu susijusių įsipareigojimų. Be to, jis neturėtų paskatų įtraukti tokių reikalavimų į rinkodaros paslaugų pirkimo konkurso sąlygas. Įtraukus tokias sąlygas į sutartis ir konkurso sąlygas, be objektyvios priežasties gerokai apribojamas perkamas rinkodaros paslaugas galinčių teikti bendrovių skaičius ([162]). Papildomi su oro susisiekimo paslaugomis susiję reikalavimai gali padidinti rinkodaros paslaugų kainą, palyginti su rinkodaros susitarimo, kuriame tokios sąlygos nenustatytos, kaina.

ii) *Konkurso paskelbimas neužtikrina rinkos kainos*

(312) Priešingai, nei tvirtina „Ryanair“, Komisija daro išvadą, kad šiuo atveju net surengtas pirkimo konkursas neužtikrino rinkos kainos.

(313) Pirma, kaip įrodyta 186 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, iš tiesų buvo paskelbtas konkursas dėl viešojo finansavimo suteikimo. Komisija primena, kad tokiomis aplinkybėmis konkurso rengimas neleidžia atmesti prielaidos dėl pranašumo suteikimo ([163]).

(314) Antra, remdamasi abiejų konkursų paskelbimo ir sutarčių sudarymo aplinkybėmis, Komisija daro išvadą, jog šie konkursai negalėjo užtikrinti rinkos kainos, nes buvo parengti taip, kad „Ryanair“ ir AMS buvo idealios kandidatės ir todėl galėjo nurungti kitus kandidatus ([164]). Iš tiesų 2013 m. konkurse nebuvo nė vieno konkurento, pateikusio pasiūlymus dėl pirkimo dalių, susijusių su „Ryanair“. Nesant konkurentų pasiūlymų, nustatyti, ar „Ryanair“ ir AMS pasiūlyme buvo pateikta rinkos kaina, neįmanoma. Dėl 2017 m. konkurso Komisija pažymi, kad konkurento pateiktų su „Ryanair“ susijusių pirkimo dalių pasiūlymų sumos buvo lygiai <…> EUR didesnės nei „Ryanair“ pasiūlymų dėl kiekvienos konkurso dalies sumos, nepaisant to, kad „Ryanair“ ir jos konkurento siūlomos paslaugos labai skyrėsi. Nei 2013 m., nei 2017 m. pirkimo konkursai neleidžia atsakyti į klausimą, ar „Ryanair“ ir AMS teikė APFTE paslaugas už rinkos kainą.

(315) Be to, Komisija primena, kad kai buvo skelbiami 2013 m. ir 2017 m. konkursai, ji jau buvo viešai pranešusi apie savo ketinimą skirti dėmesio tarp „Ryanair“ ir AMS su regioniniais oro uostais tiesiogiai sudarytiems rinkodaros susitarimams.

(316) Galiausiai „Ryanair“ negalėjo nurodyti atvejo, kai ji ir AMS būtų laimėjusios rinkodaros paslaugų konkursą regione, kuriame „Ryanair“ neteikė oro susisiekimo paslaugų ir kuris būtų leidęs susidaryti aiškesnę nuomonę apie atitinkamą regiono rinkodaros tiesiogine prasme kainą ([165]).

iii) *„Ryanair“ pateikta lyginamoji analizė nepatvirtina rinkos kainos*

(317) Be to, „Ryanair“ tvirtina, kad APFTE už jos ir AMS paslaugas sumokėta kaina yra tų rinkodaros paslaugų rinkos kaina.

([162]) Taip pat žr. Pranešimo dėl pagalbos sąvokos 96 konstatuojamąją dalį.
([163]) Žr. Pranešimo dėl pagalbos sąvokos 89 konstatuojamąją dalį.
([164]) Taip pat žr. 150 ir paskesnes konstatuojamąsias dalis.
([165]) „Ryanair“ pateikto pavyzdžio Komisija nepripažino, nes rinkodaros paslaugų pirkimo konkursas buvo surengtas regione, kuriame „Ryanair“ vykdė skrydžius dviejuose oro uostose.

(318) Iš oficialios tyrimo procedūros Komisija daro išvadą, jog „Ryanair“ argumentai negali įrodyti, kad buvo mokama rinkos kaina.

(319) Savo teiginiui pagrįsti „Ryanair“ užsakė iš ekonominių tyrimų įmonės analizę ir ši, palyginusi kitų internetinės rinkodaros paslaugų teikėjų kainas, priėjo prie išvados, kad AMS rinkodaros susitarimai buvo sudaryti rinkos kainomis.

(320) Vis dėlto Komisija nemano, kad ši analizė leistų tinkamai nustatyti, ar APFTE mokėjo bendrovėms „Ryanair“ ir AMS rinkos kainą. Iš tiesų „Ryanair“ pateiktame tyrime lyginamos tik bendrosios, iš kelių rinkodaros paslaugų teikėjų kainoraščių (angl. *rate card*) paimtos kainos, neatsižvelgiant į nustatant galutinę kainą pritaikomas nuolaidas. Taigi, remdamasi oficialia tyrimo procedūra Komisija daro išvadą, kad nuolaidų taikymas kainoraščiuose nurodytoms kainoms rinkoje yra įprastas ir kad rinkodaros susitarimams taikomos nuolaidos, priklausomai nuo sutarties, net ir už tos pačios bendrovės paslaugas gali labai skirtis. Taigi, lyginant rinkodaros paslaugų kainas negalima nepaisyti tokio veiksnio kaip nuolaidos, tad „Ryanair“ pateiktame tyrime turėjo būti į jas atsižvelgta.

(321) Be to, „Ryanair“ pateiktas tyrimas rodo, kad nėra tiesioginio ryšio tarp tiesiog interneto svetainės lankytojų skaičiaus ir vieno reklaminio skelbimo kainos, grindžiamos kaina už tūkstantį parodymų (CPM) ([166]) toje interneto svetainėje. Komisija primena, kad, remiantis rinkos ekonomika, kaina, kurią klientas yra pasirengęs sumokėti už rinkodaros paslaugą, priklauso nuo tikėtinos investicijos grąžos. „Ryanair“ pateiktame tyrime lygintų bendrovių ir jų kainų už tūkstantį parodymų negalima lyginti neatsižvelgus į kitus veiksnius, kurių, beje, tyrime nepaisyta, pavyzdžiui, į interneto svetainės lankytojo pirkimo įpročius. „Ryanair“ pateiktame tyrime nėra jokių konkrečių duomenų, kad būtų atsižvelgta į šį veiksnį. Iš tiesų tyrime lyginamos labai skirtingos interneto svetainės, sumos ir svetainių, kuriose orientuojamasi į labai skirtingus klientus, kurių galimybė ir ketinimas pirkti yra daugiau ar mažiau akivaizdūs, lankomumas. Tarp pasirinktų pavyzdžių vienos interneto svetainės orientuojasi į klientus, norinčius tiesiogiai įsigyti lėktuvo bilietus, kitos – į klientus, kurie tiesiog planuoja keliauti.

(322) Be to, Komisija pažymi, kad jai paprašius „Ryanair“ pateiktų kitų dvišalių rinkodaros susitarimų, kurių turinys yra konfidencialus, trukmė, apimtis ir sumos skiriasi. Taigi, šioje rinkoje kainos nėra skaidrios.

(323) Be to, Komisija pabrėžia, jog išanalizavus 2017 m. konkurso 4 ir 5 pirkimo dalių pasiūlymus matyti, kad regiono reklamą panašaus lankomumo interneto svetainėse, pavyzdžiui, priklausančiose geležinkelių bendrovėms SNCF ar RENFE, galima įsigyti už gerokai mažesnę kainą.

(324) Galiausiai net jei ir buvo galima atlikti lyginamąją APFTE sudarytų rinkodaros susitarimų analizę (nors Komisijos atlikta oficiali tyrimo procedūra to nepatvirtino), ta lyginamoji analizė negali įrodyti, kad APFTE sumokėjo rinkos kainą. Atsižvelgiant į tikrąją tų rinkodaros susitarimų sudarymo priežastį, kuri išsamiai įrodyta (192) ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse, lyginamoji analizė tik įrodė, kad „Ryanair“ ir AMS pagal rinkodaros susitarimus išmokėtos pagalbos pakako siekiant užtikrinti „Ryanair“ paslaugų Monpeljė oro uoste teikimą.

7.1.3.5. I š v a d a

(325) Atsižvelgdama į visas aplinkybes ir faktus, Komisija mano, kad nagrinėjamais rinkodaros susitarimais „Ryanair“ suteikiamas ekonominis pranašumas.

([166]) Anot „Ryanair“, rinkodaros kampanijų „Ryanair“ interneto svetainėje kainos grindžiamos CPM.

7.1.4. *Atrankumas*

(326) Nagrinėjamos priemonės yra tarp APFTE ir bendrovių „Ryanair“ ir AMS sudaryti dvišaliai susitarimai, kurių sąlygos nėra viešos ir kurie nebuvo sudaryti APFTE nustatytomis ir „Ryanair“ konkurentėms taikomomis pirkimo sąlygomis.

(327) Prancūzija tvirtina, kad tai, jog 2013 m. ir 2017 m. susitarimai buvo sudaryti po konkursų, įrodo atrankumo nebuvimą, nes konkursuose galėjo dalyvauti visos norinčios bendrovės.

(328) „Ryanair“ nepateikė argumentų dėl pačių rinkodaros susitarimų atrankumo, tik užsiminė bendros rinkodaros susitarimų ir oro uosto paslaugų sutarčių analizės prielaidoje. Toje prielaidoje „Ryanair“ kaltina Komisiją neatlikus tyrimo ir nenustačius, ar kitos Monpeljė oro uoste skrydžius vykdyti norinčios oro transporto bendrovės galėjo pasinaudoti tokiomis pat sąlygomis.

(329) Nagrinėjami rinkodaros susitarimai yra individualios pagalbos priemonės, nes buvo sudaryti remiantis pagalbos schema pagal Tarybos reglamento (ES) 2015/1589 ([167]) 1 straipsnio d punktą: „bet kuris teisės aktas, pagal kurį bendrai ir abstrakčiai teisės aktuose apibrėžtoms įmonėms netaikant kitų įgyvendinimo priemonių galima teikti individualią pagalbą, ir bet kuris teisės aktas, pagal kurį vienai arba kelioms įmonėms gali būti teikiama su konkrečiu projektu nesusijusi ir neribotam laikotarpiui skirta pagalba, ir (arba) neriboto dydžio pagalba“.

(330) 2010 m. rinkodaros susitarimas (taip pat jo priedai ir susitarimai dėl pratęsimo) su AMS buvo sudarytas tiesiogiai, nepaskelbus išankstinio konkurso ir nebuvo grindžiamas 2015 m. liepos 13 d. Tarybos reglamento (ES) 2015/1589, nustatančio išsamias Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 108 straipsnio taikymo taisykles, 1 straipsnio d punkto reikalavimus atitinkančiomis nuostatomis.

(331) Iš tiesų 2010 m. birželio 24 d. APFTE generalinės asamblėjos steigiamojo posėdžio protokole aiškiai atskleistas ketinimas tęsti anksčiau su „Ryanair“ ir AMS pasirašytus susitarimus dėl šių maršrutų ir biudžeto, neieškant alternatyvaus paslaugų teikėjo ir nenustatant tokio tipo mokėjimų taisyklių.

(332) Kalbant apie 2013 m. ir 2017 m. rinkodaros susitarimus, Komisija nemano, kad tokius konkursus, kokius surengė APFTE, iš tiesų galėjo laimėti kiti paslaugų teikėjai.

(333) Komisija priminė, kad per laikotarpį, kai buvo sudaryti 2010 m. ir 2013 m. susitarimai, Komisija priėmė sprendimus pradėti oficialias tyrimo procedūras ir vėliau priėmė šiose bylose galutinius nepalankius sprendimus ir dėl Nimo, Po ir Angulemo oro uostų sudarytų rinkodaros susitarimų su „Ryanair“ ir AMS. Taigi, Komisijos ketinimas išanalizuoti. ar tokie rinkodaros susitarimai atitinka valstybės pagalbos taisykles, ir tai, kad susijusiems veikėjams buvo būtina nutraukti ar bent jau paslėpti tokią praktiką, buvo akivaizdūs.

(334) Iš APFTE protokolų ir ataskaitų matyti, jog, 2013 m. pabaigoje baigiant galioti 2010 m. rinkodaros susitarimui APFTE jautėsi privalanti paskelbti pirkimo konkursą dėl naujų rinkodaros susitarimų, kad nepažeistų Europos Sąjungos viešųjų pirkimų taisyklių. APFTE taip pat norėjo užtikrinti, kad „Ryanair“ išlaikytų „srautus“ – t. y. „Ryanair“ vykdomais skrydžiais į Frankfurto Hano, Briuselio Šarlerua, Lidso Bradfordo ir Birmingamo oro uostus keliaujančių turistų srautus. Tai paaiškina, kodėl konkurso sąlygos buvo orientuotos į skrydžių maršrutus, o ne į internetinės reklamos paslaugas ([168]).

([167]) 2015 m. liepos 13 d. Tarybos reglamentas (ES) 2015/1589, nustatantis išsamias Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 108 straipsnio taikymo taisykles (OL L 248, 2015 9 24, p. 9).

([168]) Žr. 2013 m. liepos 4 d. APFTE biuro ataskaitos 1 puslapį: „[APFTE pirmininkas] nurodė, kad, baigiant galioti 2010 m. su bendrove „Airport Marketing Services“ sudarytam susitarimui, APFTE privalo paskelbti internetinių rinkodaros paslaugų pirkimo konkursą“, ir 2 puslapį: „baigiant galioti su bendrove „Airport Marketing Services“ sudarytam susitarimui, konkursas buvo skelbiamas tik dėl šiame susitarime aptartų srautų kiekvienam maršrutui atskirai.“

(335) Kaip įrodyta 63 ir paskesnėse konstatuojamosiose dalyse bei 202 konstatuojamojoje dalyje, 2013 m. iki 2017 m. konkursų sąlygos buvo parengtos taip, kad būtų palankios „Ryanair“ ir AMS teikiamoms paslaugoms ir būtų galima tęsti mokėjimus „Ryanair“, kad ši ir toliau vykdytų veiklą Monpeljė oro uoste. Įtraukus įsipareigojimą vykdyti skrydžius konkrečiais maršrutais ir nurodžius konkrečius regionus bei privalomas rinkodaros paslaugas, joks kitas paslaugų teikėjas, išskyrus „Ryanair“ (nei rinkodaros, nei oro transporto bendrovė), tuose konkursuose konkuruoti su „Ryanair“ negalėjo.

(336) Iš tiesų 2013 m. „Ryanair“ vienintelė pateikė su savo vykdomais skrydžių maršrutais susijusių konkurso 1–4 pirkimo dalių pasiūlymus. Bet „Ryanair“ nepateikė 5 pirkimo dalies pasiūlymo (kurio orientacinė kaina buvo gerokai mažesnė už 1–4 pirkimo dalių orientacines kainas), kuri nebuvo susijusi su „Ryanair“ maršrutu (tuo maršrutu iš Monpeljė skrydžius jau vykdė kita oro transporto bendrovė).

(337) Dėl 2017 m. pirkimo konkurso Komisija primena, kad APFTE įgyvendino tik su „Ryanair“ po šio konkurso dėl pirmų trijų pirkimo dalių (kurių tikslinės kainos buvo gerokai didesnės už 4–7 pirkimo dalių tikslines kainas) sudarytus susitarimus. Atsižvelgiant į šį faktą, likusios pirkimo dalys atrodo kaip butaforija, kad „Ryanair“ pasirinkimas konkurso laimėtoja atrodytų įtikimesnis. Be to, dėl šių trijų pirkimo dalių pateikto konkuruojančio pasiūlymo, kurio rinkodaros paslaugos buvo visiškai kitokios, kiekvienos pirkimo dalies kaina buvo lygiai <…> EUR didesnė, o APFTE tas vienodas kainų skirtumas klausimų nesukėlė. Be to, APFTE savo sprendimą laimėtoja pasirinkti „Ryanair“ grindė tuo, kad pastarosios rinkodaros pasiūlymas galėjo geriau pasiekti norimus klientus, nors „Ryanair“ pasiūlytos rinkodaros paslaugos iš tiesų nebuvo orientuotos į konkurso sąlygose nurodytus regionus (Valonijos regioną, Jorkšyro grafystę, Reino kraštą-Pfalco žemę). Vertinant „Ryanair“ pagal rinkodaros susitarimus iš tiesų suteiktas paslaugas, orientavimasis į regionus apsiriboja reklaminio skelbimo skelbimu „Ryanair“ interneto svetainės versijose konkrečiomis kalbomis ar skirtose konkrečioms šalims (Anglijai, Vokietijai, Nyderlandams ir Belgijai (prancūzų ir nyderlandų kalbomis) skirtose svetainėse), o tai rodo, kad buvo orientuojamasi veikiau į šalis nei regionus.

(338) Komisija mano, kad, esant tokioms aplinkybėms, 2013 m. ir 2017 m. pirkimo konkursai negalėjo ir užtikrinti vienodų „Ryanair“ ir kitų bendrovių konkurencijos sąlygų ir nebuvo tam skirti.

(339) Remdamasi išvardytais teiginiais, Komisija daro išvadą, kad 2013 m. ir 2017 m. konkursų sąlygos iš anksto skatino konkurso laimėtoja pasirinkti „Ryanair“ ir renkantis 1–3 pirkimo dalių laimėtoją pritaikyti kriterijai buvo skirti tik „Ryanair“ pasirinkti.

(340) Todėl Komisija mano, kad 2010 m., 2013 m. ir 2017 m. rinkodaros susitarimai, taip pat jų priedai ir susitarimai dėl pratęsimo yra unikalios priemonės, dėl kurių šalys susitarė individualiai, apimančios specifines sąlygas, kuriose netaikomos viešai skelbiamos ar kaip nors kitaip APFTE nustatytos ir naudojamos kainos. Bendrovėms „Ryanair“ ir AMS buvo suteiktas ekonominis pranašumas, kurio jos nebūtų įgijusios įprastomis rinkos sąlygomis. Remiantis nusistovėjusia teismų praktika, reikia manyti, kad individualios priemonės, kuriomis tų priemonių gavėjui suteikiamas pranašumas pagal Sutarties 107 straipsnio 1 dalį, yra atrankios ([169]).

(341) Todėl Komisija daro išvadą, kad 2010 m., 2013 m. ir 2017 m. rinkodaros susitarimais, taip pat atitinkamais jų priedais ir susitarimai dėl pratęsimo „Ryanair“ suteiktas ekonominis pranašumas yra atrankus.

([169]) Žr. 2015 m. birželio 4 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Komisija / MOL*, C-15/14 P, ECLI:EU:C:2015:362, 60 ir paskesnius punktus. Žr. 2016 m. birželio 30 d. Teisingumo Teismo sprendimo Komisija / Belgija, C-270/15 P, ECLI:EU:C:2016:489, 49 punktą. Taip pat žr. 2018 m. gruodžio 13 d. Bendrojo Teismo sprendimo Ryanair ir Airport Marketing Services / Komisija, T-53/16, ECLI:EU:T:2018:943, 165 ir paskesnius punktus ir 2018 m. gruodžio 13 d. Bendrojo Teismo sprendimo Ryanair ir Airport Marketing Services / Komisija, T-165/15, ECLI:EU:T:2018:953, 402 ir paskesnius punktus.

7.1.5. *Poveikis valstybių narių tarpusavio prekybai ir konkurencijos iškraipymas*

(342) Jeigu dėl valstybės narės suteiktos finansinės pagalbos vykdant Sąjungos vidaus prekybą įmonės padėtis pagerėja, palyginti su kitomis konkuruojančiomis įmonėmis, turi būti laikoma, kad pagalba daro įtaką šiai prekybai. Remiantis nusistovėjusia teismų praktika ([170]), iškraipančia konkurenciją priemonė laikoma jau tada, kai pagalbos gavėjas konkuruoja su kitomis įmonėmis konkurencijai atvirose rinkose.

(343) Šiuo atveju „Ryanair“ konkuruoja su kitomis oro transporto bendrovėmis ES vidaus oro susisiekimo rinkoje, kuriai būdinga aktyvi konkurencija tarp oro transporto bendrovių. Iškraipydami konkurenciją tarp vidaus rinkoje veiklą vykdančių oro transporto bendrovių, nagrinėjami susitarimai taip pat gali iškraipyti valstybių narių tarpusavio prekybą. Be to, „Ryanair“ argumentai dėl pranašumo buvimo rodo, kad Didžiosios Britanijos, Ispanijos, Prancūzijos ar Italijos regioniniai oro uostai konkuravo siekdami pritraukti „Ryanair“, o „Ryanair“ požiūriu, tie oro uostai galėjo būti pakeisti vieni kitais ([171]). Pagalbos suteikimas siekiant pritraukti „Ryanair“ į konkretų regioninį oro uostą taip pat gali iškraipyti konkurenciją tarp Europos Sąjungos viduje veikiančių oro uostų.

(344) Tuo remdamasi Komisija daro išvadą, kad nagrinėjami susitarimai daro įtaką valstybių narių tarpusavio prekybai ir iškraipo konkurenciją.

7.1.6. *Išvada dėl pagalbos buvimo*

(345) Atsižvelgdama į šias aplinkybes, Komisija daro išvadą, kad nagrinėjamos priemonės yra bendrovei „Ryanair“ suteikta valstybės pagalba pagal SESV 107 straipsnio 1 dalį.

7.2. **Pagalbos suderinamumas su vidaus rinka**

(346) Prancūzija nepateikė priemonių suderinamumo su vidaus rinka analizės, nes laikosi nuomonės, kad nagrinėjami mokėjimai nėra valstybės pagalba. Komisija, savo ruožtu, neturi duomenų, galinčių rodyti, kad nagrinėjamos priemonės yra suderinamos su vidaus rinka. Vieninteliu galimo suderinamumo pagrindu būtų galima laikyti SESV 107 straipsnio 3 dalies c punktą, kaip jis išaiškintas 2014 m. gairėse dėl veiklos pradžios pagalbos oro transporto bendrovėms (5.2 skirsnis).

(347) Tokiomis aplinkybėmis svarbu priminti, kad 2010 m. rugsėjo 16 d. rinkodaros susitarimas, jo priedas ir du įsipareigojimo pratęsti 2010 m. susitarimą raštai, taip pat 2013 m. lapkričio 22 d. rinkodaros susitarimai buvo sudaryti iki 2014 m. gairių paskelbimo. Vertinant iki 2014 m. gairių įsigaliojimo suteiktos pagalbos suderinamumą su vidaus rinka, pažymėtina, jog 2014 m. aviacijos gairių 174 punkte nurodytos taikomos pagalbos suteikimo metu galiojusios taisyklės, t. y. 2005 m. Bendrijos gairės dėl oro uostų finansavimo ir valstybės pagalbos oro transporto bendrovių veiklai iš regioninių oro uostų pradėti ([172]) (toliau – 2005 m. gairės). Antra vertus, 2017 m. gegužės 19 d. rinkodaros susitarimui taikomos 2014 m. gairės.

(348) 2005 m. gairėse ir 2014 m gairėse aiškiai nurodomos teismų praktikoje ir ankstesnėje Komisijos sprendimų priėmimo praktikoje išdėstytos suderinamumo su vidaus rinka sąlygos. Taigi, oro transporto bendrovėms suteiktą veiklos pagalbą Komisija gali paskelbti suderinama su vidaus rinka, jeigu ji padeda plėtoti mažus oro uostus, aiškiai didindama su naujais maršrutais susijusį transporto srautą; jeigu pagalba yra būtina, t. y. nesusijusi su maršrutu, kuriuo ta pati ar kita oro transporto bendrovė jau teikia paslaugas, arba su panašiu maršrutu ([173]); jeigu pagalbos teikimo laikotarpis ribotas, o maršrutas, dėl kurio suteikta pagalba, veikiausiai taps pelningas ([174]); jeigu suma susijusi su aiškiu transporto srauto didinimu; jeigu pagalba suteikta skaidriai ir nediskriminuojant ir nesusieta su kitų rūšių pagalba ir jeigu išmokėtos sumos atitinka proporcingumo principus ([175]).

([170]) 1998 m. balandžio 30 d. Bendrojo Teismo sprendimas Vlaamse Gewest (Flandrijos regionas) / Komisija, T-214/95, ECLI:EU:T:1998:77.

([171]) Žr. 2019 m. sausio 15 d. „Ryanair“ pastabų nekonfidencialų variantą: „Ryanair“ Europoje gali rinktis iš daugybės oro uostų. Didžiosios Britanijos, Ispanijos, Prancūzijos ar Italijos regioniniai oro uostai konkuruoja dėl „Ryanair“ maršrutų ir pajėgumo ir, „Ryanair“ požiūriu, tie oro uostai gali būti pakeisti vieni kitais. Šis oro uostas ir kiti oro uostai yra tokie panašūs, kad to panašumo pakanka rinkos ekonomikos dalyvio testo reikmėms.“

([172]) Komisijos komunikatas „Bendrijos gairės dėl oro uostų finansavimo ir valstybės pagalbos oro transporto bendrovių veiklai iš regioninių oro uostų pradėti“ (OL C 312, 2005 12 9, p. 1).

([173]) Žr. 2005 m. gairių 71–75 punktus ir 79 punkto b ir c papunkčius, taip pat 2014 m. gairių 139, 140, 141 ir 151 punktus.

([174]) Žr. 2005 m. gairių 79 punkto b, d ir i papunkčius, taip pat 2014 m. gairių 147 punktą.

([175]) Žr. 2005 m. gairių 79 punkto g ir h papunkčius ir 80 punktą, taip pat 2014 m. gairių 101, 150, 152 ir 153 punktus.

(349) Taigi, šiuo atveju nė vienas iš nagrinėjamų rinkodaros susitarimų minėtųjų sąlygų netenkina.

(350) Atsižvelgdama į šias aplinkybes, Komisija daro išvadą, kad nagrinėjamais susitarimais suteikta valstybės pagalba yra nesuderinama su vidaus rinka.

7.3. **Pagalbos neteisėtumas**

(351) Kaip nustatyta SESV 108 straipsnio 3 dalyje, „[a]pie visus ketinimus suteikti ar pakeisti pagalbą Komisija turi būti laiku informuojama, kad ji galėtų pateikti savo pastabas. <…> Atitinkama valstybė narė savo pasiūlytų priemonių neįgyvendina tol, kol nepriimamas galutinis sprendimas.“

(352) Šiuo atveju atrodo, kad nagrinėjami susitarimai buvo sudaryti nepranešus Komisijai.

(353) Vis dėlto Komisija nerado teisinio pagrindo, pagal kurį Prancūziją būtų galima atleisti nuo pareigos pranešti apie šią pagalbą.

(354) Tad Komisija mano, kad pagal 2010 m., 2013 m. ir 2017 m. rinkodaros susitarimus, taip pat jų priedus ir susitarimus dėl pratęsimo bendrovei „Ryanair“ atlikti mokėjimai yra pažeidžiant SESV 108 straipsnio 3 dalį suteikta pagalba.

8. **PAGALBOS SUSIGRĄŽINIMAS**

(355) Remiantis SESV, Komisija, nustačiusi, jog pagalba nėra suderinama su vidaus rinka, nusprendžia, kad atitinkama valstybė narė tokią pagalbą panaikintų ar pakeistų ([176]). Remiantis nusistovėjusia Europos Sąjungos teismų praktika, valstybės narės įsipareigojimas nutraukti pagalbą, kurią Komisija laiko nesuderinama su vidaus rinka, skirtas anksčiau buvusiai padėčiai atkurti ([177]).

(356) Tokiomis aplinkybėmis Europos Sąjungos teismai mano, kad šis tikslas laikomas pasiektu, kai paramos gavėjas grąžina su vidaus rinka nesuderinamos pagalbos sumas. Sugrąžindamas pagalbą, jos gavėjas praranda vidaus rinkoje prieš konkurentus įgytą pranašumą ir atkuriama prieš pagalbos išmokėjimą buvusi padėtis ([178]).

(357) Remiantis šios teismų praktikos pavyzdžiu, Reglamento (ES) 2015/1589 16 straipsnio 1 dalyje nustatyta, kad „[j]eigu esant neteisėtai pagalbai priimami neigiami sprendimai, Komisija nusprendžia, kad suinteresuotoji valstybė narė turi imtis visų priemonių, kurios būtinos, kad pagalba būtų išieškota iš gavėjo“.

(358) Todėl, atsižvelgiant į tai, kad nagrinėjama pagalba įgyvendinta pažeidžiant SESV 108 straipsnio 3 dalį, be to, laikoma nesuderinama, ji visa turi būti susigrąžinta, siekiant atkurti prieš pagalbos suteikimą vidaus rinkoje buvusią padėtį. Pagalba susigrąžinama už laikotarpį nuo jos perdavimo gavėjui momento iki faktinio susigrąžinimo dienos. Susigrąžintinai sumai taikomos palūkanos, mokamos iki visos pagalbos susigrąžinimo dienos.

(359) Bendroves „Ryanair“ ir AMS Komisija laiko vienu ekonominiu subjektu ([179]). Todėl „Ryanair“ ir AMS yra solidariai atsakingos už APFTE kiekvienai iš jų išmokėtos pagalbos sumos grąžinimą.

(360) Remiantis Komisijos turimomis žiniomis, šio sprendimo priėmimo dieną turi būti sugrąžintos APFTE faktiškai „Ryanair“ ar jos patronuojamajai bendrovei AMS 2010–2019 m. pagal per šį laikotarpį sudarytus rinkodaros susitarimus sumokėtos sumos, nurodytos 4 lentelėje (žr. 82 konstatuojamąją dalį).

([176]) 1973 m. liepos 12 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Komisija / Vokietija*, 70/72, ECLI:EU:C:1973:87, 13 punktas.
([177]) 1990 m. kovo 21 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Belgija / Komisija*, C-142/87, ECLI:EU:C:1990:125, 66 punktas.
([178]) 1999 m. birželio 17 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Belgija / Komisija*, C-75/97, ECLI:EU:C:1999:311, 64 ir 65 punktai.
([179]) Žr. 156 konstatuojamąją dalį.

9. **IŠVADOS**

(361) Komisija konstatuoja, kad Prancūzija neteisėtai įgyvendino tarp APFTE ir bendrovių „Ryanair“ ir AMS 2010–2018 m. sudarytus rinkodaros susitarimus, pažeisdama SESV 108 straipsnio 3 dalį. Kadangi pagal šiuos rinkodaros susitarimus bendrovėms „Ryanair“ ir AMS sumokėtos sumos yra su vidaus rinka nesuderinama pagalba, ji visa turi būti susigrąžinta, siekiant atkurti prieš pagalbos suteikimą vidaus rinkoje buvusią padėtį,

PRIĖMĖ ŠĮ SPRENDIMĄ:

1 straipsnis

Tarp APFTE ir „Ryanair“ ir jos patronuojamosios bendrovės „Airport Marketing Services“ 2010–2018 m. sudarytais rinkodaros susitarimais, konkrečiai 2010 m. rugsėjo 16 d. susitarimu, 2013 m. lapkričio 22 d. susitarimais ir 2017 m. gegužės 19 d. susitarimais (taip pat jų priedais ir susitarimais dėl pratęsimo), Prancūzijos įgyvendintos priemonės yra bendrovei „Ryanair“ ir jos patronuojamajai bendrovei „Airport Marketing Services“ suteikta neteisėta ir su vidaus rinka nesuderinama valstybės pagalba pagal SESV 107 straipsnio 1 dalį.

2 straipsnis

1. Prancūzija privalo iš pagalbos gavėjo susigrąžinti 1 straipsnyje nurodytą pagalbą.

2. „Ryanair“ ir „Airport Marketing Services“ laikomos vienu ekonominiu subjektu, todėl yra solidariai atsakingos už APFTE kiekvienai iš jų išmokėtos pagalbos sumos grąžinimą.

3. Susigrąžinamoms sumoms taikomos palūkanos, skaičiuojamos nuo sumų išmokėjimo pagalbos gavėjams dienos iki jų faktinio susigrąžinimo dienos.

4. Palūkanos skaičiuojamos nuo pagrindinės sumos ir susikaupusių palūkanų pagal Reglamento (EB) Nr. 794/2004 V skyrių ir Reglamentą (EB) Nr. 271/2008, iš dalies keičiantį reglamentą (EB) Nr. 794/2004.

5. Nuo pranešimo apie šį sprendimą dienos Prancūzija nutraukia visą nebaigtą mokėti pagalbą, nurodytą 1 straipsnyje.

3 straipsnis

1. 1 straipsnyje nurodyta pagalba susigrąžinama nedelsiant ir veiksmingai.

2. Prancūzija užtikrina, kad šis sprendimas būtų įgyvendintas per keturis mėnesius nuo pranešimo apie jį dienos.

4 straipsnis

1. Per du mėnesius nuo pranešimo apie šį sprendimą Prancūzija Komisijai pateikia šią informaciją:

a) visą sumą (pagrindinę sumą ir palūkanas), kurią reikia susigrąžinti iš gavėjų;

b) išsamų jau taikomų ir numatomų taikyti priemonių, kad būtų laikomasi šio sprendimo, apibūdinimą;

c) dokumentus, kuriais įrodoma, kad pagalbos gavėjams nurodyta grąžinti pagalbą.

2. Prancūzija praneša Komisijai apie nacionalinių priemonių, kurių imtasi šiam sprendimui įgyvendinti, taikymo eigą, kol bus visiškai susigrąžinta 1 straipsnyje nurodyta pagalba. Komisijos paprašyta, ji nedelsdama pateikia informaciją apie priemones, kurių jau imtasi ir kurių planuojama imtis, kad būtų įvykdytas šis sprendimas. Prancūzija taip pat pateikia išsamius duomenis apie pagalbos sumas ir palūkanas, kurias pagalbos gavėjai jau grąžino.

5 straipsnis

Šis sprendimas skirtas Prancūzijos Respublikai.

Priimta Briuselyje 2019 m. rugpjūčio 2 d.

Komisijos vardu
Margrethe VESTAGER
Komisijos narė