KOMISIJOS SPRENDIMAS

2007 m. rugpjūčio 6 d.

dėl Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo netaikymo tam tikroms paslaugoms pašto sektoriuje Suomijoje, išskyrus Alandų salas

(pranešta dokumentu Nr. C(2007) 3700)

(Tekstas autentiškas tik suomių ir švedų kalbomis)

(Tekstas svarbus EEE)

(2007/564/EB)

EUROPOS BENDRIJŲ KOMISIJA,

atsižvelgdama į Europos bendrijos steigimo sutartį,

atsižvelgdama į 2004 m. kovo 31 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2004/17/EB dėl subjektų, vykdančių veiklą vandens, energetikos, transporto ir pašto paslaugų sektoriuose, vykdomų pirkimų tvarkos derinimo [1], ypač į jos 30 straipsnio 4 ir 6 dalis,

atsižvelgdama į 2007 m. vasario 9 d. Suomijos elektroniniu paštu pateiktą prašymą,

pasikonsultavusi su Viešųjų sutarčių patariamuoju komitetu,

kadangi:

I. FAKTAI

(1) 2007 m. vasario 9 d. Suomija pagal Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 4 dalį Komisijai elektroniniu paštu atsiuntė prašymą. Komisija 2007 m. kovo 21 d., 2007 m. balandžio 18 d. ir 2007 m. gegužės 15 d. elektroniniuose laiškuose paprašė papildomos informacijos, kurią Suomijos valdžios institucijos atsiuntė 2007 m. balandžio 4 d., 2007 m. balandžio 24 d. ir 2007 m. gegužės 16 d. elektroniniuose laiškuose.

(2) Bendrovės *Suomen Posti Oyj*, kuri 2007 m. birželio 1 d. pakeitė pavadinimą į *Itella Oyj* (toliau – Suomijos paštas), vardu Suomijos pateiktas prašymas yra susijęs su tam tikromis pašto ir ne pašto paslaugomis Suomijoje, išskyrus Alandų salas. Prašyme nurodytos šios paslaugos:

a) vidaus ir tarptautinės adresuotų laiškų (vartotojo vartotojui, vartotojo įmonei, įmonės įmonei bei įmonės vartotojui);

b) adresuoto reklaminio pašto;

c) neadresuoto reklaminio pašto;

d) vidaus ir tarptautinės standartinių pašto siuntinių (įmonės įmonei);

e) vidaus ir tarptautinės standartinių pašto siuntinių (įmonės vartotojui);

f) vidaus ir tarptautinės vartotojų standartinių pašto siuntinių (vartotojo vartotojui bei vartotojo įmonei);

g) vidaus ir tarptautinės greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių;

h) ankstyvo laikraščių pristatymo;

i) standartinio laikraščių pristatymo;

j) lengvųjų krovinių (vadinamųjų atskirų siuntų) ir kitų krovinių vežimo;

k) sandėliavimo;

l) logistikos paslaugos pagal sutartis;

m) mišriųjų reklaminio pašto sprendimų;

n) spausdinimo;

o) duomenų valdymo;

p) elektroninių sandorių;

q) filatelijos.

[1] OL L 134, 2004 4 30, p. 1. Direktyva su paskutiniais pakeitimais, padarytais Tarybos direktyva 2006/97/EB (OL L 363, 2006 12 20, p. 107).

(3) Prašyme pateiktos nepriklausomos nacionalinės institucijos *Kilpailuvirasto/Konkurrensverket* (Suomijos konkurencijos institucijos) išvados, kuri, viena vertus, nemato „jokios konkrečios priežasties nesutikti suteikti 30 straipsnyje minimų netaikymo nuostatų…“, nors, antra vertus, teigia, kad „reikia nepamiršti, kad Suomijos pašto korporacija vis dar labai stipri tradicinės pagrindinės veiklos, t. y. laiškų, paketų ir kitų adresuotų siuntų surinkimo ir paskirstymo, rinkoje, nors Suomijoje visas pašto sektorius pagal Pašto operacijų įstatymą buvo atvertas konkurencijai jau 1994 m. Nepaisant to, tradicinio pagrindinio Suomijos pašto korporacijos verslo neveikia konkurencija…“

II. TEISĖS SISTEMA

(4) Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnyje numatyta, kad sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti vykdyti vieną iš veiklos rūšių, kurioms taikoma Direktyva 2004/17/EB, ta direktyva netaikoma, jei valstybėje narėje, kurioje ji yra vykdoma, tokią veiklą tiesiogiai veikia konkurencija rinkose, į kurias patekti nėra jokių apribojimų. Tiesioginį konkurencijos poveikį reikėtų vertinti remiantis objektyviais kriterijais, atsižvelgiant į konkretaus sektoriaus savitas ypatybes. Patekimas į rinką laikomas neribojamu, jei valstybė narė įgyvendino ir taikė atitinkamus Bendrijos teisės aktus, atveriančius tą sektorių ar jo dalį.

(5) Kadangi Suomija įgyvendino ir taikė 1997 m. gruodžio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 97/67/EB dėl Bendrijos pašto paslaugų vidaus rinkos plėtros bendrųjų taisyklių ir paslaugų kokybės gerinimo [1], turėtų būti laikoma, kad patekimas į rinką neribojamas pagal Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 3 dalies pirmą pastraipą. Tiesioginis konkurencijos poveikis konkrečioje rinkoje turėtų būti vertinamas remiantis įvairiais kriterijais, iš kurių nė vienas nėra lemiamas *per se*.

(6) Rinkų, kurioms taikomas šis sprendimas, atžvilgiu kriterijus, į kurį reikia ypač atsižvelgti, yra pagrindinių rinkos dalyvių užimama rinkos dalis. Kitas kriterijus – koncentracijos tose rinkose laipsnis. Kadangi skirtingos veiklos, kuriai taikomas šis sprendimas, sąlygos skiriasi, tiriant konkurencinę padėtį reikėtų atsižvelgti į tai, kad skirtingose rinkose ji yra skirtinga.

(7) Nors tam tikrais atvejais galėtų būti numatytos siauresnės rinkos apibrėžtys, šiame sprendime tiksli tiesiogiai susijusios rinkos apibrėžtis Suomijos pateiktame prašyme išvardytų paslaugų atžvilgiu gali likti atvira, jei analizės rezultatai yra vienodi, neatsižvelgiant į tai, ar analizėje remiamasi siauresne, ar platesne apibrėžtimi.

(8) Sprendimas nepažeidžia konkurencijos taisyklių taikymo.

III. VERTINIMAS

Paslaugos, kurioms netaikoma Direktyva 2004/17/EB

(9) Pagal Direktyvos 2004/17/EB 6 straipsnio 2 dalies c punktą logistikos paslaugoms, tokioms kaip sandėliavimas ir logistikos paslaugos pagal sutartis, ir pridėtinės vertės paslaugoms, tokioms kaip spausdinimo, duomenų valdymo ir elektroninių sandorių paslaugos, ta direktyva taikoma su sąlyga, kad tokias paslaugas teikia subjektai, kurie taip pat teikia pašto paslaugas pagal Direktyvos 2004/17/EB 6 straipsnio 2 dalies b punktą. Remiantis Komisijos turima informacija, Suomijoje ta sąlyga nėra išpildoma sandėliavimo, spausdinimo, duomenų valdymo ir elektroninių sandorių paslaugų atžvilgiu. Taigi Direktyva 2004/17/EB tokioms paslaugoms teikti Suomijoje netaikoma.

Paslaugos, kurioms netaikoma Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis

Adresuotų laiškų paslaugos

(10) Kiek tai susiję su vartotojų laiškais (vidaus ir tarptautinės adresuotų laiškų, siunčiamų vartotojo vartotojui bei vartotojo įmonei, paslaugos), Suomijos paštas užima 100 % rinkos. Nustatyta, kad verslo laiškų rinkos dalis svyruoja nuo 85 % (vidaus ir tarptautinės adresuotų laiškų, siunčiamų įmonės įmonei, paslaugos) iki 95 % (vidaus ir tarptautinės adresuotų laiškų, siunčiamų įmonės vartotojui, paslaugos) ir nė vienas jo konkurentas neužima daugiau nei 10 % rinkos. Pagal turimą informaciją Suomijos pašto tarptautinių adresuotų laiškų paslaugų (gautų ir išsiųstų laiškų) rinkos dalis yra tokia

[1] OL L 15, 1998 1 21, p. 14. Direktyva su paskutiniais pakeitimais, padarytais Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (EB) Nr. 1882/2003 (OL L 284, 2003 10 31, p. 1).

pat kaip ir vidaus paslaugų. Pasak Suomijos valdžios institucijų, tos paslaugos yra tiesiogiai veikiamos konkurencijos, pirma, dėl konkurencinio spaudimo, kurį kelia galimybė pakeisti „tradicinių“ popierinių laiškų paslaugas elektroninės komunikacijos priemonėmis (pvz., elektroninis paštas ar trumposios žinutės) ir, antra, dėl esamo neribojamo patekimo į rinką gali atsirasti galimų naujų dalyvių. Dėl pakeitimo reikėtų atsižvelgti į tai, kad pagal EB konkurencijos taisykles pakeičiamumas turėtų būti analizuojamas, *inter alia*, pagal produktų savybes, kainą ir kliūtis, susijusias su paklausos prisitaikymu prie galimų pakaitinių produktų. Popierinio pašto ir elektroninės komunikacijos savybės labai skiriasi, o pereiti nuo popierinio prie elektroninio pašto yra didelių kliūčių ([1]). Tai rodo, kad elektroninė komunikacija priklauso kitokių produktų rinkai, todėl ji negali sudaryti tiesioginės konkurencijos Suomijos pašto adresuotų laiškų paslaugoms. Be to, atrodytų, kad pagrindinis išaugusio naudojimosi elektroniniu paštu poveikis iš esmės sumažins bendrą popierinio pašto rinkos dydį, o ne sudarys konkurenciją joje. Pavyzdžiui, remiantis pateikta informacija, Suomijos pašto reakcija į išaugusią Suomijos bankų išrašomų elektroninių sąskaitų rinką buvo pasiūlyti elektronines paslaugas ir nesiimti jokios iniciatyvos dėl „tradicinės“ popierinės komunikacijos. Antra, kalbant apie galimą konkurenciją, svarbu, kad visas pašto sektorius yra atviras konkurencijai nuo 1994 m., tačiau iki šiol konkurentams net labiausiai konkurencingame rinkos segmente (vidaus ir tarptautinės adresuotų laiškų, siunčiamų įmonės įmonei, paslaugos) tenka tik 15 % bendros rinkos. Taigi nėra rodiklių, kad galima konkurencija numatomoje ateityje vaidins didelį vaidmenį. Laikantis nepriklausomos nacionalinės institucijos *Kilpailuvirasto/-Konkurrensverket* (Suomijos konkurencijos institucijos) išvadų, reikėtų apibendrinti, kad šioje konstatuojamojoje dalyje nagrinėtos paslaugos Suomijoje nėra tiesiogiai veikiamos konkurencijos. Todėl Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti vykdyti tą veiklą Suomijoje.

Adresuoto reklaminio pašto paslaugos

(11) Adresuoto reklaminio pašto, kuris šiame sprendime reiškia pristatomą adresuotą paštą, kurio tikslas – rinkodaros komunikacijos, sektoriuje Suomijos paštas užima 90 % rinkos ir nė vienas jo konkurentas neturi didesnės nei 10 % rinkos dalies. Atsižvelgiant į tokią didelę koncentraciją šioje rinkoje ir į tai, kad nėra jokių kitų rodiklių, kad padėtis kitokia, turėtų būti daroma išvada, kad adresuoto reklaminio pašto paslaugos Suomijoje nėra tiesioginiai veikiamos konkurencijos. Todėl Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti vykdyti tą veiklą Suomijoje.

([1]) Pavyzdžiui, apytikriai viena trečioji Suomijos namų ūkių nėra prisijungę prie interneto. Be to, teigiama, kad „daugiau kaip pusė“ Suomijos gyventojų turi galimybę naudotis elektroniniu paštu namuose, kas, priešingai, reiškia, kad beveik pusė neturi tokios galimybės namuose.

Vidaus ir tarptautinės vartotojų standartinių pašto siuntinių (vartotojo vartotojui bei vartotojo įmonei) paslaugos

(12) Šių paslaugų atžvilgiu Suomijos pašto padėtis yra gana stipri – jis užima 80 % rinkos ([2]). Didžiausio (ir vienintelio reikšmingo) Suomijos pašto konkurento rinkos dalis faktiškai apima likusius 20 % ([3]). Laikantis Suomijos konkurencijos institucijos išvadų, reikėtų daryti išvadą, kad nagrinėjamų paslaugų kategorija Suomijoje nėra tiesiogiai veikiama konkurencijos. Todėl Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti vykdyti tą veiklą Suomijoje.

Ankstyvas laikraščių pristatymas

(13) Ši paslauga apibrėžiama kaip rytinis laikraščių, leidžiamų mažiausiai 3 kartus per savaitę, pristatymas septynias dienas per savaitę. Šios paslaugos atžvilgiu apskaičiuota, kad Suomijos pašto rinkos dalis sudaro maždaug tris ketvirčius (74 %), o jo didžiausio konkurento – maždaug 10 %. Atsižvelgiant į tai, kad Suomijos pašto rinkos dalis yra didelė ir net didžiausio jo konkurento rinkos dalis – santykinai maža, galima daryti išvadą, kad ankstyvas laikraščių pristatymas Suomijoje nėra tiesiogiai veikiamas konkurencijos. Todėl Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti vykdyti tą veiklą Suomijoje.

Standartinis laikraščių pristatymas

(14) Kadangi Suomijos paštas užima 100 % rinkos, jis yra vienintelis šių paslaugų teikėjas. Kadangi laikraščiai pristatomi tuo pačiu metu kaip ir laiškai ir tais pačiais maršrutais, kuriais teikiamos 10 konstatuojamojoje dalyje nagrinėjamos adresuoto pašto paslaugos, konkurencinei padėčiai galioja ta pati išvada visų pirma dėl to, kad spausdintų laikraščių ir elektroninės komunikacijos savybės čia dar labiau skiriasi. Dėl šių priežasčių turėtų būti daroma išvada, kad standartinis laikraščių pristatymas Suomijoje nėra tiesiogiai veikiamas konkurencijos. Todėl Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims, skirtoms suteikti galimybę pradėti vykdyti tą veiklą Suomijoje.

([2]) Apskaičiuota Suomijos pašto rinkos dalis lieka ta pati, t. y. 80 %, nepaisant to, ar rinka apibrėžiama kaip „vartotojo vartotojui“, ar „vartotojo įmonei“, taip pat nepaisant to, ar rinka yra vidaus, ar tarptautinė.

([3]) Kitaip tariant, šio konkurento dalis sudaro mažiau kaip ketvirtadalį, palyginti su Suomijos pašto.

Mišrieji reklaminio pašto sprendimai

(15) Remiantis pranešimu ir papildoma informacija, kurią pateikė Suomijos valdžios institucijos, mišrieji reklaminio pašto sprendimai yra vertinami kaip skirtingi įvairių paslaugų deriniai, pvz., spausdinimo, adresavimo ir tikslinių grupių nustatymo, kopijavimo ir (elektroninio) grįžtamojo ryšio paslaugos, derinamos su adresuoto ir (arba) neadresuoto reklaminio pašto paslaugomis ([1]). Tikslus paslaugų derinys priklauso nuo individualių klientų poreikių. Vertinant atskirai, apskaičiuota Suomijos pašto kai kurių paslaugų, kurios gali būti priskiriamos prie mišriųjų sprendimų, rinkos dalis gana nemažai skiriasi: adresuoto reklaminio pašto – 90 %, neadresuoto reklaminio pašto – 41 %, spausdinimo paslaugų – 36 %, duomenų valdymo paslaugų (įskaitant atgalinio ryšio paslaugas) – 4 %. Tai rodytų, jog konkurencinė padėtis negali būti vienoda, nepaisant pasirinkto paslaugų derinio. Be to, gali būti laikoma, kad neadresuotas reklaminis paštas yra tiesiogiai veikiamas konkurencijos, nors taip nėra adresuoto reklaminio pašto atveju. Kadangi negali būti nustatyta, kurios paslaugos gali būti grupuojamos, jei vienas ar daugiau klientų nusprendžia jų prašyti, sprendimas dėl teisinio režimo, taikomo mišriesiems sprendimams, sudarytų esminį teisinį neapibrėžtumą. Tokiomis aplinkybėmis mišriesiems reklaminio pašto sprendimams, kaip apibrėžta Suomijos pranešime, sprendimas pagal Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnį negali būti taikomas kaip vienai paslaugų kategorijai.

Paslaugos, kurioms taikoma Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalis

Neadresuoto reklaminio pašto paslaugos

(16) Šioje rinkoje Suomijos pašto užimama rinkos dalis pagal apskaičiavimus yra 41 %. Atsižvelgiant į koncentraciją šioje rinkoje, kai didžiausio konkurento užimama rinkos dalis pagal apskaičiavimus sudaro maždaug 30 %, šie veiksniai gali būti naudojami kaip tiesioginės konkurencijos rodiklis.

Vidaus ir tarptautinės standartinių pašto siuntinių (įmonės įmonei) paslaugos

(17) Vidaus standartinių pašto siuntinių (įmonės įmonei) paslaugų sektoriuje Suomijos pašto užimama apskaičiuota rinkos dalis sudaro 35 %. Remiantis turima informacija, Suomijos pašto rinkos dalis tarptautinių paslaugų sektoriuje yra mažesnė nei vidaus paslaugų ir sudaro nuo 13 iki 15 %. Atsižvelgiant į tai, kad bendros dviejų didžiausių konkurentų rinkos dalys vidaus paslaugų atžvilgiu pagal apskaičiavimus sudaro 28 %, ir tai iš esmės nesiskiria nuo Suomijos pašto rinkos dalies, daroma išvada, kad ši veikla yra tiesiogiai veikiama konkurencijos.

Vidaus ir tarptautinės standartinių pašto siuntinių (įmonės vartotojui) paslaugos

(18) Suomijos pašto vidaus paslaugų rinkos dalis sudaro 63 % – tai yra santykinai aukštas lygis *per se*. Remiantis turima informacija, tarptautinių paslaugų sektoriuje Suomijos pašto rinkos dalis yra mažesnė nei vidaus paslaugų ir sudaro nuo 13 iki 15 %. Tačiau vidaus paslaugų sektoriuje didžiausio konkurento rinkos dalis (37 %) sudaro daugiau nei pusę, palyginti su Suomijos pašto – esant tokiam lygiui, gali būti laikoma, kad konkurentas galėtų daryti nemažą konkurencinį spaudimą Suomijos paštui. Todėl į šiuos veiksnius reikėtų atsižvelgti kaip į tiesioginės konkurencijos rodiklį.

Vidaus ir tarptautinės greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių paslaugos

(19) Šioje rinkoje Suomijos paštas neužima didžiausios rinkos dalies, ji yra tik 10 % ir kelis kartus mažesnė už didžiausio konkurento, kurio rinkos dalis yra nuo trečdalio iki pusės visos rinkos. Todėl į šiuos veiksnius reikėtų atsižvelgti kaip į tiesioginės konkurencijos vidaus ir tarptautinių greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių paslaugų sektoriuje rodiklį.

Lengvųjų ir kitų krovinių paslaugos

(20) Lengvųjų krovinių paslaugų, kurios apibrėžiamos kaip atskirų siuntų nuo 35 iki 2 500 kg vežimas transporto vienetuose, rinkoje ir kitų krovinių, apibrėžiamų kaip per 5 000 kg sveriančių sunkiųjų konteinerinių krovinių arba nuo 2 500 iki 5 000 kg sveriančių sunkiųjų konteinerinių krovinių vežimo paslaugos, rinkoje Suomijos pašto užimama rinkos dalis pagal apskaičiavimus sudaro 6,7 % (lengvųjų krovinių paslaugų rinkos) ir 1,7 % (kitų

([1]) Pateiktoje papildomoje informacijoje paslauga, kuri gali būti įtraukta į „mišriųjų reklaminio pašto sprendimų“ sąvoką, yra reklamos turinio kūrimas. Tačiau tokios paslaugos nėra nei tiesiogiai susijusi veikla pagal Direktyvos 2004/17/EB 6 straipsnį, nei teikiama Suomijos pašto ar jos pavaldžiųjų bendrovių, todėl jos nebuvo nagrinėjamos.

krovinių rinkos). Tokios rinkos dalys yra kelis kartus mažesnės už dviejų didžiausių konkurentų bendras rinkos dalis. Lengvųjų krovinių paslaugų rinkoje dviejų didžiausių konkurentų užimamos rinkos dalys pagal apskaičiavimus sudaro atitinkamai 51 % ir 30 %, t. y. apskaičiuota bendra dalis sudaro 81 %. Kitų krovinių rinkoje dviejų didžiausių konkurentų užimama apskaičiuota bendra rinkos dalis sudaro 92 % (atitinkamai 80 % ir 12 %). Todėl į šiuos veiksnius reikėtų atsižvelgti kaip į tiesioginės konkurencijos rodiklį.

Logistikos paslaugos pagal sutartis

(21) Kaip teigiama 9 konstatuojamojoje dalyje, logistikos paslaugoms pagal sutartis, kurios apibrėžiamos kaip užsakomosios logistikos paslaugos ir susijusių duomenų sistemų, taikomosios logistikos ir konsultavimo paslaugos, Direktyva 2004/17/EB taikoma tik tiek, kiek tokias paslaugas teikia subjektai, kurie taip pat teikia pašto paslaugas pagal jos 6 straipsnio 2 dalies b punktą. Remiantis turima informacija, Suomijos paštas yra vienintelis toks subjektas šioje Suomijos rinkoje. Logistikos paslaugų pagal sutartis rinkoje Suomijos pašto dalis yra labai maža, nes sudaro vos 1 %. Todėl į tai galima atsižvelgti kaip į tiesioginės konkurencijos rodiklį.

Filatelijos paslaugos

(22) Be Suomijos pašto, kuris leidžia pašto ženklus Suomijoje (išskyrus Alandų salas), filatelijos paslaugų rinkoje veikia dar dvi rinkos dalyvių kategorijos: pašto ženklų prekiautojai ir (pašto ženklų) aukcionus rengiančios įmonės. Bendroje Suomijos filatelijos paslaugų (teikiamų prekiautojų ar aukcionus rengiančių įmonių) rinkoje Suomijos pašto užimama rinkos dalis pagal apskaičiavimus sudaro 50 %, o dviejų didžiausių pašto ženklų prekiautojų toje rinkoje bendra rinkos dalis sudaro 20 %, ir dviejų didžiausių aukcionus rengiančių įmonių bendra dalis visoje rinkoje sudaro 12 %. Taigi šių keturių rinkos dalyvių bendrai užimamos rinkos dalis (32 %) pagal apskaičiavimus sudaro daugiau nei pusę, palyginti su Suomijos pašto (50 %). Be to, jei pašto ženklų prekiautojų ir aukcionus rengiančių įmonių teikiamos paslaugos vertinamos atskirai, dviejų didžiausių kiekvienos iš šių dviejų kategorijų rinkos dalyvių bendra rinkos dalis pagal apskaičiavimus yra gerokai didesnė. Pašto ženklų prekiautojų bendra užimama dalis sudaro 55 % prekybos pašto ženklais rinkos, o pašto ženklų aukcionus rengiančių įmonių – 75 % pašto ženklų aukcionų rinkos. Todėl į šiuos veiksnius reikėtų atsižvelgti kaip į tiesioginės konkurencijos filatelijos paslaugų sektoriuje rodiklį, nesvarbu, ar laikoma, kad rinka yra bendra, ar kad prekybos pašto ženklais ir pašto ženklų aukcionų rinkos yra atskiros.

IV. IŠVADOS

(23) Atsižvelgiant į 9–22 konstatuojamosiose dalyse išnagrinėtus veiksnius, turėtų būti laikoma, kad Suomijoje, išskyrus Alandų salas, laikomasi Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalyje nustatytos tiesioginės konkurencijos sąlygos šių paslaugų atžvilgiu:

a) neadresuoto reklaminio pašto;

b) vidaus ir tarptautinių standartinių pašto siuntinių (įmonės įmonei);

c) vidaus ir tarptautinių standartinių pašto siuntinių (įmonės vartotojui);

d) vidaus ir tarptautinių greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių;

e) lengvųjų krovinių (vadinamųjų atskirų siuntų) ir kitų krovinių vežimo;

f) logistikos paslaugų pagal sutartis;

g) filatelijos.

(24) Kadangi pripažįstama, kad neribojamo patekimo į rinką sąlygos laikomasi, Direktyva 2004/17/EB neturėtų būti taikoma, kai perkantieji subjektai pasirašo sutartis, skirtas sutekti galimybę Suomijoje, išskyrus Alandų salas, teikti paslaugas, išvardytas 23 konstatuojamosios dalies a–g punktuose; ji taip pat neturėtų būti taikoma, kai rengiami projekto konkursai siekiant vykdyti tokią veiklą Suomijoje.

(25) Šis sprendimas yra pagrįstas teisine ir esama 2007 m. vasario–gegužės mėn. padėtimi, kaip rodo Suomijos Respublikos pateikta informacija. Jei teisinė ar esama padėtis gerokai pasikeistų ir dėl to nebūtų laikomasi Direktyvos 2004/17/EB 30 straipsnio 1 dalies taikymo sąlygų, šis sprendimas gali būti persvarstytas,

PRIĖMĖ ŠĮ SPRENDIMĄ:

1 straipsnis

Direktyva 2004/17/EB netaikoma perkančiųjų subjektų pasirašomoms sutartims, kurios skirtos suteikti galimybę Suomijoje, išskyrus Alandų salas, teikti tokias paslaugas:

a) neadresuoto reklaminio pašto;

b) vidaus ir tarptautines standartinių pašto siuntinių (įmonės įmonei);

c) vidaus ir tarptautines standartinių pašto siuntinių (įmonės vartotojui);

d) vidaus ir tarptautines greitųjų ir pasiuntinių pristatomų pašto siuntinių;

e) lengvųjų krovinių (vadinamųjų atskirų siuntų) ir kitų krovinių vežimo;

f) logistikos paslaugas pagal sutartis;

g) filatelijos.

2 straipsnis

Šis sprendimas skirtas Suomijos Respublikai.

Priimta Briuselyje, 2007 m. rugpjūčio 6 d.

Komisijos vardu

Charlie McCREEVY

Komisijos narys