Judikatūras krājums

VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (ceturtā palāta)

2013. gada 11. decembrī*

Konkurence — Koncentrācija — Eiropas interneta saziņas pakalpojumu tirgus — Lēmums, ar kuru koncentrācija atzīta par saderīgu ar kopējo tirgu — Acīmredzamas kļūdas vērtējumā — Pienākums norādīt pamatojumu

Lieta T-79/12

Cisco Systems Inc. , Sanhosē [*San Jose*], Kalifornija (Amerikas Savienotās Valstis),

Messagenet SpA , Milāna (Itālija),

ko pārstāv *L. Ortiz Blanco*, *J. Buendía Sierra*, *A. Lamadrid de Pablo* un *K. Jörgens*, advokāti,

prasītājas,

pret

Eiropas Komisiju, ko pārstāv *N. Khan*, *S. Noë* un *C. Hödlmayr*, pārstāvji,

atbildētāja,

ko atbalsta

Microsoft Corp. , Sietla (*Seattle*), Vašingtona (Amerikas Savienotās Valstis), ko pārstāv *G. Berrisch*, advokāts,

persona, kas iestājusies lietā,

par prasību atcelt Komisijas 2011. gada 7. oktobra Lēmumu C(2011) 7279, ar kuru uzņēmumu koncentrācija, kuras rezultātā *Microsoft Corp.* iegūst *Skype Global Sàrl* (Lieta COMP/M.6281 – *Microsoft*/*Skype*), atzīta par saderīgu ar iekšējo tirgu un Eiropas Ekonomikas zonas (EEZ) līgumu.

VISPĀRĒJĀ TIESA (ceturtā palāta)

šādā sastāvā: S. Papasavs [*S. Papasavvas*], kurš pilda priekšsēdētāja pienākumus, tiesneši M. van der Vaude [*M. van der Woude*] (referents) un K. Veters [*C. Wetter*],

sekretāre S. Spiropula [*S. Spyropoulos*], administratore,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2013. gada 29. maija tiesas sēdi,

pasludina šo spriedumu.

* Tiesvedības valoda – angļu.

Spriedums

Tiesvedības rašanās fakti

Lietas dalībnieki

1 Prasītājas – *Cisco Systems Inc.* (turpmāk tekstā – "*Cisco*") un *Messagenet SpA* – ir uzņēmumi, kas tostarp nodrošina interneta saziņas pakalpojumus un programmatūru attiecīgi uzņēmumiem un plašai sabiedrībai.

2 *Microsoft Corp.* izstrādā, attīsta un tirgo dažādiem informātikas iekārtu veidiem paredzētu plašu programmatūras produktu klāstu. Šīs preces ietver interneta saziņas pakalpojumus un programmatūru.

3 *Skype Global Sàrl* (turpmāk tekstā – "*Skype*") sniedz interneta saziņas un programmatūras pakalpojumus. Šie produkti ļauj nosūtīt tūlītējas ziņas, veikt audiozvanus un videosaziņu internetā.

Administratīvais process

4 2011. gada 2. septembrī *Microsoft* atbilstoši Padomes 2004. gada 20. janvāra Regulas (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (OV L 24, 1. lpp.) 4. pantam paziņoja par koncentrāciju, ar kuru tā plānoja iegūt kontroli pār *Skype*.

5 Prasītājas piedalījās Eiropas Komisijas vadītajā izmeklēšanā. Šajā ziņā *Cisco* pat pirms oficiālā paziņojuma par *Microsoft* veikto koncentrāciju 2011. gada 1. augustā piedalījās sanāksmē ar Komisiju, 2011. gada 12. un 18. augustā atbildēja uz tās jautājumiem un pēc tam, 2011. gada 9. septembrī, iesniedza papildu atbildes. Uz pārējiem Komisijas 2011. gada 13. septembrī uzdotajiem jautājumiem *Cisco* atbildēja, 2011. gada 14. septembrī sniedzot papildu informāciju videokonferencē un 2011. gada 19. un 26. septembrī – rakstveida apsvērumus. *Messagenet* 2011. gada 20. septembrī Komisijai nosūtīja rakstveida apsvērumus, 2011. gada 4. oktobrī piedalījās telefonkonferencē un tajā pašā dienā iesniedza papildu informāciju.

6 2011. gada 7. oktobrī Komisija, piemērojot Regulas Nr. 139/2004 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu, pieņēma Lēmumu C(2011) 7279, ar kuru uzņēmumu koncentrācija, kuras rezultātā *Microsoft* iegūst *Skype* (Lieta COMP/M.6281 – *Microsoft*/*Skype*), atzīta par saderīgu ar iekšējo tirgu un Eiropas Ekonomikas zonas (EEZ) līgumu (turpmāk tekstā – "apstrīdētais lēmums").

Apstrīdētā lēmuma saturs

7 Apstrīdētajā lēmumā Komisija uzskatīja, ka ir jānošķir saziņas pakalpojumi internetā, kas paredzēti klientiem – plašai sabiedrībai (turpmāk tekstā – "patērētāju saziņa") un tie, kas paredzēti klientiem, t.i., uzņēmumiem (turpmāk tekstā – "profesionāļu saziņa") (apstrīdētā lēmuma 10.–17. apsvērums). Komisija neuzskatīja, ka konkurences analīzes nolūkā tai ir jāveic detalizētāka katras no šīm divām saziņas kategorijām segmentācija, jo tā uzskatīja, ka paziņotais darījums nerada draudus konkurencei pat attiecībā uz visšaurāk definētajiem tirgiem (apstrīdētā lēmuma 18.–63. apsvērums). Tādējādi Komisija veica savu analīzi, izvērtējot koncentrācijas ietekmi uz abiem tās identificētajiem tirgiem.

8 Attiecībā uz tirgu ģeogrāfisko dimensiju, tā kā Komisija uzskatīja, ka darījums – pat attiecībā uz visšaurāko iespējamo tirgu, proti, Eiropas Ekonomikas zonas (EEZ) tirgu, – nerada draudus konkurencei, tā neformulēja nostāju par precīzu atsauces ģeogrāfiskā tirgus definīciju (apstrīdētā lēmuma 64.–68. apsvērums).

9 Attiecībā uz koncentrācijas horizontālo ietekmi uz patērētāju saziņas tirgu Komisija pēc tirgus raksturīgo pazīmju izvērtēšanas (apstrīdētā lēmuma 69.–95. apsvērums) norādīja uz visšaurākajiem iespējamajiem segmentiem, attiecībā uz kuriem pastāv vislielākā *Microsoft* un *Skype* pakalpojumu pārklāšanās, proti, tūlītēju ziņu, kas sūtītas no *Windows* operētājsistēmā (turpmāk tekstā – "*Windows*") funkcionējošiem personālajiem datoriem (turpmāk tekstā – "*PC*"), segmentu, audiozvanu, kas veikti no *Windows* vidē funkcionējošiem *PC*, segmentu un videosaziņas, kas veiktas no šāda paša veida *PC*, segmentu. Komisija uzskatīja, ka darījums nerada pamatotas šaubas attiecībā uz tā saderīgumu ar iekšējo tirgu pat šajos šaurajos segmentos (apstrīdētā lēmuma 96.–132. apsvērums). Konkrēti, attiecībā uz videosaziņas no *Windows* vidē funkcionējošiem *PC* segmentu (turpmāk tekstā – "šaurs tirgus"), kurā jaunizveidotā uzņēmuma tirgus daļa ar *Skype* un *Microsoft* pakalpojumiem, kas sniegti ar preču zīmi "Windows Live Messenger" (turpmāk tekstā – "*WLM*"), būtu no 80 līdz 90 %, Komisija uzskatīja, ka *Microsoft* saskartos ar konkurences spiedienu.

10 Apstrīdētajā lēmumā ir arī analizēts jautājums, vai koncentrācija, it īpaši ņemot vērā nozīmīgo stāvokli, kas tādām *Microsoft* precēm kā *Windows*, *Windows Internet Explorer* navigators un *Microsoft Office* programmatūra ir citos informātikas programmatūras tirgos, radītu konglomerāta ietekmi uz patērētāju saziņas tirgu. Komisija šajā ziņā uzskatīja, ka jaunajam uzņēmumam būtu spēja, bet tas netiektos izmantot šo stāvokli, lai radītu šķēršļus konkurencei par labu *Skype* un *Microsoft* produktiem, samazinot šo produktu savstarpējo izmantojamību ar konkurējošajiem produktiem vai piemērojot vairāku pakalpojumu apvienošanas vienā vai saistītās pārdošanas praksi. Komisijas ieskatā, pat ja jaunizveidotais uzņēmums censtos piemērot tādu norobežošanas stratēģiju, pret konkurenci vērstā iedarbība būtu ierobežota, pat neesoša (apstrīdētā lēmuma 133.–170. apsvērums).

11 Attiecībā uz koncentrācijas horizontālo ietekmi uz profesionāļu saziņas tirgu Komisija secināja, ka darījums nerada pamatotas šaubas par tā saderību ar iekšējo tirgu. *Skype* tirgus daļas šajā tirgū esot ierobežotas un jaunizveidotais uzņēmums nekļūtu par tirgus līderi pat visšaurākajos tirgus segmentos, kuros *Skype* esot mazāk aktīva (apstrīdētā lēmuma 177.–202. apsvērums).

12 Apstrīdētajā lēmumā ir arī atbildēts uz noteiktām bažām, kuras tradicionālie telekomunikāciju operatori un citi profesionāļu saziņas pakalpojumu piegādātāji izteica izmeklēšanā par iespējamu konglomerāta ietekmi uz profesionāļu saziņas tirgu, uzskatot, ka šīs bažas neesot pamatotas (apstrīdētā lēmuma 203.–221. apsvērums). Daļa šo bažu attiecās uz iespēju, ka jaunizveidotais uzņēmums varētu radīt privileģētu *Skype* klientu apvienošanu ar klientiem, kuri piesaistīti *Lync*, kas ir *Microsoft* izveidota saziņas programmatūra, kura paredzēta uzņēmumiem un kura jaunajam uzņēmumam esot piešķīrusi ievērojamas priekšrocības salīdzinājumā ar uzņēmumiem, kuri izmanto zvanu centrus. Tomēr saskaņā ar apstrīdēto lēmumu jaunajam uzņēmumam neesot spējas un tas netiecoties īstenot izslēgšanas stratēģiju, kurai katrā ziņā nebūtu pret konkurenci vērstu seku (apstrīdētā lēmuma 213.–221. apsvērums).

Tiesvedība un lietas dalībnieku prasījumi

13 Ar prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2012. gada 15. februārī, prasītājas cēla šo prasību.

14 Ar atsevišķu dokumentu, kas iesniegts tajā pašā dienā, prasītājas iesniedza pieteikumu par lietas izskatīšanu paātrinātā procesā saskaņā ar Vispārējās tiesas reglamenta 76.a pantu un, pakārtoti, par lietas izskatīšanu prioritāri reglamenta 55. panta 2. punkta izpratnē.

15 2012. gada 22. martā Vispārējā tiesa nolēma noraidīt pieteikumu par lietas izskatīšanu paātrinātā procesā. Turklāt Vispārējā tiesa neapmierināja pieteikumu par lietas izskatīšanu prioritāri.

16 Ar 2012. gada 23. maija rīkojumu Vispārējās tiesas ceturtās palātas priekšsēdētājs apmierināja *Microsoft* pieteikumu par iestāšanos lietā, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2012. gada 2. martā.

17 2012. gada 29. maijā lietas dalībnieki tika informēti par to, ka saskaņā ar reglamenta 47. panta 1. punktu nav nepieciešama otrreizēja procesuālo rakstu apmaiņa.

18 2012. gada 11. jūlijā *Microsoft* iesniedza savu iestāšanās rakstu. 2012. gada 24. oktobrī prasītājas un Komisija iesniedza savus apsvērumus par minēto procesuālo rakstu.

19 2012. gada 12. septembrī Vispārējā tiesa, veicot procesa organizatoriskos pasākumus, lietas dalībniecēm uzdeva rakstiskus jautājumus. Lietas dalībnieces uz šiem jautājumiem atbildēja noteiktajā termiņā.

20 Ņemot vērā, ka divi palātas locekļi nevarēja piedalīties lietas izskatīšanā, Vispārējās tiesas priekšsēdētājs, piemērojot reglamenta 32. panta 3. punktu, norīkoja divus citus tiesnešus, lai papildinātu palātu.

21 Pamatojoties uz tiesneša referenta ziņojumu, Vispārējā tiesa nolēma uzsākt mutvārdu procesu un, veicot procesa organizatoriskos pasākumus, personai, kas iestājusies lietā, uzdeva vienu rakstisku jautājumu, aicinot uz to atbildēt tiesas sēdē. Persona, kas iestājusies lietā, šo lūgumu izpildīja.

22 Lietas dalībnieku paskaidrojumi un to atbildes uz Vispārējās tiesas uzdotajiem mutvārdu jautājumiem tika uzklausīti 2013. gada 29. maija tiesas sēdē.

23 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— noteikt procesa organizatoriskos pasākumus, kurus Vispārējā tiesa uzskatītu par vajadzīgiem, un, it īpaši, uzdot Komisijai iesniegt Vispārējai tiesai visus dokumentus saistībā ar sarunām starp Komisiju un darījuma pusēm par iespējamām saistībām attiecībā uz savstarpēju izmantojamību;

— atcelt apstrīdēto lēmumu;

— piespriest Komisijai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

24 Komisijas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību kā daļēji nepieņemamu un pārējā daļā – kā nepamatotu;

— piespriest prasītājām atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

25 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājām atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

26 Prasības pamatojumam prasītājas izvirza divus pamatus saistībā ar acīmredzamām kļūdām vērtējumā, kuras Komisija esot pieļāvusi Regulas Nr. 139/2004 2. un 6. panta īstenošanā, un pienākuma norādīt pamatojumu, kāds tas izriet no LESD 296. panta, pārkāpumu. Pirmais pamats attiecas uz koncentrācijas horizontālās ietekmes uz patērētāju saziņas tirgu vērtējumu. Otrais pamats ir saistīts ar Komisijas pieļautajām kļūdām ietekmes uz profesionāļu saziņas tirgu, kas piemistu iespējamajai *Skype* lietotāju bāzes apvienošanai ar *Lync* pakalpojumiem, vērtējumā.

27 Šo abu pamatu izklāsta ievadā prasītājas norāda argumentus saistībā ar pierādīšanas pienākumu, kas gulstas uz Komisiju, piemērojot Regulu Nr. 139/2004, un šajā jomā Vispārējās tiesas veiktās tiesiskuma pārbaudes intensitāti.

28 Formāli ar atsevišķu dokumentu neceļot iebildi par nepieņemamību, pamatojoties uz reglamenta 114. pantu, Komisija iebildumu rakstā norāda, ka *Cisco* nav intereses celt prasību, ar pirmo prasības pamatu lūdzot atcelt apstrīdēto lēmumu, un ka *Messagenet* nav prasības tiesību attiecībā uz visu prasību.

Par pieņemamību

29 Attiecībā uz *Cisco* prasības pieņemamību Komisija, kuru atbalsta persona, kas iestājusies lietā, neapstrīd, ka apstrīdētais lēmums *Cisco* skar individuāli un tieši un tātad šajā ziņā tai ir tiesības celt prasību par šo tiesību aktu, bet tā uzskata, ka *Cisco* nav intereses celt prasību par šo lēmumu, jo tas attiecas uz patērētāju saziņas tirgu, un līdz ar to pirmais pamats ir nepieņemams. Proti, ciktāl šis pamats ir vērsts uz to, lai tiktu konstatēts, ka Komisija esot pieļāvusi acīmredzamu kļūdu vērtējumā attiecībā uz koncentrācijas konkurences ietekmi uz tirgu, kurā *Cisco* nav dalībniece, konkrētajā gadījumā – patērētāju saziņas tirgu, minētā pamata izvirzīšana tai nevarot sniegt priekšrocības. Komisija uzskata, ka prasītājām nav tiesību izvirzīt pamatus vienīgi likuma interesēs.

30 Attiecībā uz *Messagenet* Komisija, kuru atbalsta persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka *Messagenet* nelielā līdzdalība administratīvajā procesā nav pietiekama, lai tai tiktu atzītas tiesības celt prasību par apstrīdēto lēmumu. Tā turklāt uzskata, ka *Messagenet* līdzdalībai minētajā procesā nav nekādas ietekmes uz apstrīdētā lēmuma saturu un ka tā šī paša procesa laikā nav tikusi identificēta kā *Skype* konkurente. Tiesas sēdē Komisija precizēja, ka *Messagenet* pat nenodrošina programmatūru videosaziņai.

31 Komisija un persona, kas iestājusies lietā, no minētā secina, ka pirmais pamats, ciktāl tas attiecas uz *Cisco*, ir nepieņemams, un ka prasība, ciktāl tā attiecas uz *Messagenet*, ir nepieņemama pilnībā.

32 Prasītājas apstrīd Komisijas argumentus par prasības pieņemamību.

33 Attiecībā uz *Cisco* prasības pieņemamību ir jāatgādina, ka ar LESD 263. panta ceturto daļu jebkurai personai, kas nav šī akta adresāts, ir atļauts celt prasību par šī akta atcelšanu, ja tas viņu skar individuāli un tieši.

34 Saskaņā ar judikatūru jautājums par prasītāja tiesībām celt prasību tiek izvērtēts saistībā ar apstrīdētā akta ietekmi uz viņa juridisko situāciju tādējādi, ka, pirmkārt, minēto prasītāju apstrīdētais akts skar tieši (šajā ziņā skat. Tiesas 1990. gada 26. jūnija spriedumu lietā C-152/88 *Sofrimport*/Komisija, *Recueil*, I-2477. lpp., 9. punkts, un Vispārējās tiesas 1994. gada 24. marta spriedumu lietā T-3/93 *Air France*/Komisija, *Recueil*, II-121. lpp., 80. punkts) un, otrkārt, šis akts viņu skar individuāli (šajā ziņā skat. Tiesas 1963. gada 15. jūlija spriedumu lietā 25/62 *Plaumann*/Komisija, *Recueil*, 197. lpp., 223. punkts). Savukārt prasītāja tiesības celt prasību netiek noteiktas atkarībā no pamatiem, ko tas izvirza savas prasības pamatojumam.

35 Tā tas ir arī attiecībā uz jautājumu, vai prasītājam ir interese celt prasību. Šī interese izriet no sekām, kādas apstrīdētā akta atcelšanai varētu būt uz prasītāja tiesisko stāvokli (Tiesas 1986. gada 24. jūnija spriedums lietā 53/85 *AKZO Chemie* un *AKZO Chemie UK*/Komisija, *Recueil*, 1965. lpp., 21. punkts, un Vispārējās tiesas 1999. gada 25. marta spriedums lietā T-102/96 *Gencor*/Komisija, *Recueil*, II-753. lpp., 40. punkts). Šai interesei ir jābūt pastāvošai un faktiskai, tā tiek novērtēta attiecībā uz dienu, kad prasība tiek celta, un pastāv tikai tad, ja prasības rezultātā var rasties labums lietas dalībniekam, kurš cēlis prasību (skat. Vispārējās tiesas 2006. gada 4. jūlija spriedumu lietā T-177/04 *easyJet*/Komisija, Krājums, II-1931. lpp., 40. punkts un tajā minētā judikatūra).

36 Šajā gadījumā dienā, kad *Cisco* cēla prasību, tai bija pastāvoša un faktiska interese panākt apstrīdētā lēmuma atcelšanu, jo ar šo lēmumu tika atļauta koncentrācija, kurā bija iesaistīts viens no tās galvenajiem konkurentiem, kas varēja ietekmēt prasītājas tirgus situāciju. Līdz ar to nevar tikt apstrīdēta šīs prasītājas interese celt prasību par apstrīdētā lēmuma rezolutīvo daļu (šajā ziņā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *easyJet*/Komisija, 41. punkts).

37 Lai gan ir taisnība, ka Vispārējai tiesai ir jāiebilst pret to, ka prasītājs atsaucas uz pamatiem, kurus tam nav intereses izvirzīt (šajā ziņā skat. Tiesas 1983. gada 30. jūnija spriedumu lietā 85/82 *Schloh*/Padome, *Recueil*, 2105. lpp., 13. un 14. punkts), tā tas nav attiecībā uz šajā lietā prasītāju izvirzīto pirmo pamatu. Proti, šis pamats tieši attiecas uz koncentrācijas horizontālās ietekmes vērtējumu un līdz ar to – uz vienu no apstrīdētā lēmuma rezolutīvās daļas pamatiem. Tā kā *Cisco* ir tiesības celt prasību par šo rezolutīvo daļu, tai ir arī tiesības apstrīdēt pamatus un argumentācijas elementus, kuru dēļ Komisija ir pieņēmusi šo rezolutīvo daļu (šajā ziņā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *easyJet*/Komisija, 41. punkts).

38 Turklāt ir jāatgādina, ka konkurences attiecību starp prasītāju uzņēmumu un uzņēmumiem, kuri ir koncentrācijas dalībnieki, neesamība obligāti nenozīmē, ka prasītāja uzņēmuma celtā prasība ir nepieņemama, it īpaši, ja šis uzņēmums darbojas uzņēmumiem, kuri ir koncentrācijas dalībnieki, tuvā tirgū (šajā ziņā skat. Vispārējās tiesas 2003. gada 30. septembra spriedumu lietā T-158/00 *ARD*/Komisija, *Recueil*, II-3825. lpp., 78.–95. punkts).

39 Abi prasītāju izvirzītie pamati savu prasību pamatojumam ir cieši saistīti. Tā otrais pamats balstās uz premisu, saskaņā ar kuru jaunizveidotais uzņēmums izmantos savu ietekmīgo stāvokli patērētāju saziņas tirgū, tostarp attiecībā uz videosaziņu, lai izlīdzinoši kropļotu konkurences nosacījumus profesionāļu saziņas tirgū. Prasītājas norāda, ka saskaņā ar šādu pašu loģiku koncentrācijas ekonomiskais mērķis attiecībā uz patērētāju saziņas tirgu daļēji ir izskaidrojams ar ienesīguma iespēju profesionāļu saziņas tirgū.

40 Attiecībā uz *Messagenet* tiesībām celt prasību ir jāsecina, ka *Cisco* un *Messagenet* ir cēlušas vienu un to pašu prasību. Saskaņā ar šobrīd iedibināto judikatūru attiecībā uz vienu un to pašu prasību, ja vienam no prasītājiem ir tiesības celt prasību, pārējo prasītāju tiesības celt prasību nav jāpārbauda, izņemot, ja pastāv procesuālās ekonomijas apsvērumi (šajā ziņā skat. Tiesas 1993. gada 24. marta spriedumu lietā C-313/90 *CIRFS* u.c./Komisija, Krājums, I-1125. lpp., 31. punkts, un Vispārējās tiesas 2007. gada 9. jūlija spriedumu lietā T-282/06 *Sun Chemical Group* u.c./Komisija, Krājums, II-2149. lpp., 50.–52. punkts). Šajā lietā, pat pieņemot, ka *Messagenet* prasības pieņemamības atsevišķa pārbaude atklātu, ka tai nav prasības tiesību, Vispārējai tiesai tomēr ir jāizvērtē prasība pilnībā. Tādējādi nepastāv procesuālās ekonomijas apsvērumi, kas attaisnotu, ka Vispārējā tiesa novirzās no konkrētās judikatūras.

41 Tādēļ Komisijas argumentācija attiecībā uz pieņemamību ir jānoraida un prasība ir jāatzīst par pieņemamu.

Par lietas būtību

Par Komisijas pierādīšanas pienākumu un pārbaudes tiesā intensitāti

42 Vispirms prasītājas izvirza vairākus argumentus saistībā ar pierādīšanas pienākumu, kas gulstas uz Komisiju tās veiktajā koncentrāciju pārbaudē, un šajā jomā Vispārējās tiesas īstenotās tiesiskuma pārbaudes intensitāti.

43 Prasītājas norāda, ka atšķirībā no lēmumiem, kas pieņemti saskaņā ar Regulas Nr. 139/2004 8. pantu, Komisijai, kad tā lemj saskaņā ar šīs regulas 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu, nav rīcības brīvības. Tiesiskuma pārbaude, kas Vispārējai tiesai jāveic attiecībā uz lēmumiem, kuri pieņemti, pamatojoties

uz šo pēdējo minēto tiesību normu, neattiecoties uz jautājumu, vai pārbaudāmā koncentrācija būtiski traucē konkurencei iekšējā tirgū, bet gan uz to, vai koncentrācija objektīvi izraisa pamatotas šaubas, kas rada nepieciešamību pēc papildu pārbaudes. Prasītājas uzskata, ka šī veida pārbaudei būtu jāatbilst tai, kuru valsts atbalsta jomā veic Vispārējā tiesa attiecībā uz lēmumiem, ar kuriem Komisija nolemj uzsākt vai neuzsākt procedūru saskaņā ar LESD 108. panta 2. punktu. Vispārējā tiesa tātad nevar vienīgi pārbaudīt, vai Komisija ir pieļāvusi acīmredzamu kļūdu vērtējumā. Tai, tieši pretēji, būtu jāizvērtē, vai Komisija, nepastāvot pamatotām šaubām, varēja secināt, ka apstrīdētā koncentrācija nerada problēmas konkurencei pat visšaurākajā iespējamajā tirgū.

44 Komisija, kuru atbalsta persona, kas iestājusies lietā, apstrīd šos argumentus.

45 Ir jāatgādina, ka tad, kad Komisija analizē koncentrāciju Regulas Nr. 139/2004 2. panta izpratnē, tā veic pirmo izmeklēšanas posmu, lai noteiktu, vai koncentrācija izraisa pamatotas šaubas par tās saderību ar iekšējo tirgu saskaņā ar šīs regulas 6. panta 1. punktu. Ja tā secina, ka konkrētā koncentrācija rada šādas šaubas, Komisija uzsāk izmeklēšanas otro posmu, kura noslēgumā tai ir jāizlemj, vai Regulas Nr. 139/2004 8. panta izpratnē koncentrācija būtiski traucē konkurencei iekšējā tirgū.

46 Lai gan ir taisnība, ka atšķirībā no Regulas Nr. 139/2004 8. panta šīs regulas 6. pants attiecas uz pamatotu šaubu esamību vai neesamību attiecībā uz paziņotās koncentrācijas saderību ar iekšējo tirgu, tomēr Komisijai abos gadījumos ir jābalstās uz tiem pašiem novērtēšanas kritērijiem, kas ir paredzēti šīs regulas 2. pantā. Līdzīgi, bet pretēji tam, ko norāda prasītājas, pierādīšanas standarts attiecībā uz lēmumiem, kas pieņemti saskaņā ar Regulas Nr. 139/2004 6. pantu, nav augstāks nekā tiem, kas pieņemti saskaņā ar šīs regulas 8. pantu. Proti, neatkarīgi no tā, vai Komisija, kā tas ir šajā lietā, atļauj koncentrāciju pēc pārbaudes pirmā posma beigām vai pēc pārbaudes otrā posma, noteiktais pierādīšanas standarts ir identisks. Atbilde uz jautājumu par to, vai Komisija var lemt, pamatojoties uz Regulas Nr. 139/2004 6. pantu vai saskaņā ar 8. pantu, tādējādi ir atkarīga no pierādījumu pieejamības laikā, bet nevis no to pakāpes, kā arī tas tostarp izriet no Regulas Nr. 139/2004 preambulas 35. apsvēruma.

47 Attiecībā uz pierādīšanas standartu no Tiesas 2008. gada 10. jūlija sprieduma lietā C-413/06 P *Bertelsmann* un *Sony Corporation of America*/*Impala* (Krājums, I-4951. lpp., 50.–53. punkts) izriet, ka Komisijai principā ir jāformulē nostāja, vai nu atļaujot koncentrāciju, par kuru tai ir jālemj, vai arī to aizliedzot, atkarībā no tās vērtējuma par konkrētajam darījumam piedēvējamo ekonomisko iznākumu, kura iespējamība ir vislielākā. Tātad, kā norāda Komisija, runa ir par varbūtību izvērtējumu, nevis, kā apgalvo prasītājas, par Komisijas pienākumu bez saprātīgām šaubām pierādīt, ka koncentrācija nerada konkurences problēmas.

48 Šajā ziņā Komisija pamatoti atgādina, ka Regula Nr. 139/2004 nebalstās uz prezumpciju par koncentrācijas nesaderību ar iekšējo tirgu. Koncentrāciju pārbaudes kārtība tātad nevar tikt salīdzināta ar pārbaudes kārtību, kas ieviesta ar LESD 107. un 108. pantu un kas balstās uz aizliegumu un atkāpju sistēmu.

49 Protams, prasītājas tikpat pamatoti secina, ka ar Regulas Nr. 139/2004 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu Komisijai nav piešķirta rīcības brīvība attiecībā uz papildu izmeklēšanas otrā posma uzsākšanu, kad tā saskaras ar pamatotām šaubām par koncentrācijas saderību ar iekšējo tirgu. Proti, kad Komisijai ir pamatotas šaubas par kādas koncentrācijas saderību ar iekšējo tirgu, tai ir jāuzsāk izmeklēšanas otrais posms. Tomēr, pat ja jēdziens "pamatotas šaubas" atklāj objektīvu raksturu, Komisija pamatoti atgādina, ka tomēr pirms lēmuma saskaņā ar Regulas Nr. 139/2004 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu pieņemšanas tai ir jāveic komplicēta ekonomiskā analīze un ka tai šajā ziņā ir noteikta novērtējuma brīvība, kas Vispārējai tiesai ir jāņem vērā (Vispārējās tiesas 2003. gada 3. aprīļa spriedums lietā T-119/02 *Royal Philips Electronics*/Komisija, *Recueil*, II-1433. lpp., 77. punkts).

50 Līdz ar to gan attiecībā uz lēmumiem, kas pieņemti saskaņā ar Regulas Nr. 139/2004 6. pantu, gan attiecībā uz tiem, kas pieņemti, pamatojoties uz 8. pantu, judikatūrā ir paredzēta identiska tiesas pārbaudes pakāpe. Abos gadījumos, kā apgalvo Komisija, Savienības tiesas veiktajā pārbaudē par Komisijas komplicētajām ekonomiskajām analīzēm ir jāpārbauda vienīgi, vai ir ievēroti procesa noteikumi un sniegts pamatojums, faktu precizitāte, kā arī acīmredzamu kļūdu vērtējumā un pilnvaru nepareizas izmantošanas neesamība. Šajā ziņā ir jāatgādina, ka Savienības tiesai ir ne tikai jāpārbauda iesniegto pierādījumu precizitāte pēc būtības, to ticamība un saskanība, bet arī tas, vai šie pierādījumi veido atbilstošo datu kopumu, kas ir jāņem vērā, izvērtējot sarežģītu situāciju, un vai tie pamato no tiem izdarītos secinājumus (attiecībā uz lēmumiem, kuri pieņemti saskaņā ar Regulas Nr. 139/2004 8. pantu, skat. Tiesas 2005. gada 15. februāra spriedumu lietā C-12/03 P Komisija/*Tetra Laval*, Krājums, I-987. lpp., 39. punkts, un attiecībā uz lēmumiem, kuri pieņemti saskaņā ar Regulas Nr. 139/2004 6. pantu, – iepriekš minēto spriedumu lietā *Sun Chemical Group* u.c./Komisija, 60. punkts).

Par pirmo pamatu saistībā ar koncentrācijas horizontālo ietekmi uz patērētāju saziņas tirgu

51 Saskaņā ar apstrīdēto lēmumu *Skype* darbība patērētāju saziņas jomā pārklājas ar *Microsoft* veiktajām darbībām ar *WLM*. Šī pārklāšanās tostarp attiecas uz videosaziņu, kas veikta no *Windows* vidē funkcionējošiem *PC* un kas veido šauru tirgu. Šajā šaurajā tirgū *WLM* pieder 30 līdz 40 %, bet *Skype* – 40 līdz 50 % tirgus daļu, tādējādi koncentrācijas rezultātā apvienotā tirgus daļa būtu no 80 līdz 90 % (apstrīdētā lēmuma 97.–102. un 109. apsvērums).

52 Komisija tomēr uzskatīja, ka šī apvienošana nerada pamatotas šaubas par koncentrācijas saderību ar iekšējo tirgu. Pirmkārt, tā šajā ziņā uzskatīja, ka tirgus daļas būtiski nenorāda uz konkurētspēju strauji augošā tirgū un ka tiktāl, ciktāl videosaziņas pakalpojumi tiek piedāvāti bez maksas, jebkurš mēģinājums noteikt cenu mudinātu patērētājus mainīt pakalpojuma sniedzēju. Tā tas būtu arī tad, ja koncentrācijas rezultātā radies uzņēmums pārstātu veikt jaunievedumus, jo patērētāji pievēršot lielu uzmanību produktu inovācijai. Otrkārt, jaunais uzņēmums izjūtot konkurences spiedienu gan no jaunienācējiem tirgū, gan no tajā esošajiem operatoriem, tostarp *Google* un *Facebook*. Treškārt, pieprasījums pēc *WLM* nodrošinātās videosaziņas būtiski samazinoties. Turklāt *WLM* tirgus daļa attiecībā uz planšetdatoriem un viedtelefoniem (*smartphones*) esot ļoti ierobežota, lai gan runa ir par strauji augošām lietošanas jomām. Ceturtkārt, tīkla ietekmi, ko varētu radīt koncentrācija, samazinot tas, ka lietotājiem ir tendence sazināties nelielās nošķirtās grupās un viņi izmanto dažādus operatorus. Šie faktori parādot vieglumu, ar kādu lietotāju grupas migrē uz citiem saziņas pakalpojumiem.

53 Prasītājas uzskata, ka, lai gan Komisija pareizi ir piemērojusi Pamatnostādnes par horizontālo apvienošanos novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par koncentrāciju (OV 2004, C 31, 5. lpp.; turpmāk tekstā – "pamatnostādnes par horizontālajām koncentrācijām") un ievērojusi savu agrāko lēmumpieņemšanas praksi, tai esot bijis vairāk jāizvērtē koncentrācijas pret konkurenci vērstās sekas. Tās uzskata, ka Komisijai esot bijis jāanalizē, vai šīs problēmas varētu tikt atrisinātas, nosakot nosacījumus, lai nodrošinātu jaunā uzņēmuma un konkurējošo pakalpojumu sniedzēju piedāvāto saziņas pakalpojumu savstarpējo izmantojamību. Apstiprinot darījumu pirmajā posmā, neprasot uzņemties saistības šajā ziņā, Komisija, atturoties izvirzīt pamatotas šaubas par konkrēto darījumu, esot pieļāvusi vairākas acīmredzamas kļūdas vērtējumā.

54 Šī pirmā pamata atbalstam prasītājas būtībā izvirza trīs iebildumus.

55 Pirmkārt, prasītājas pārmet Komisijai, ka tā neesot ņēmusi vērā tīkla ietekmi uz patērētāju saziņas tirgiem, tostarp tās, kas esot radušās šaurā tirgū. Prasītāju ieskatā Komisijas veiktā tīkla seku analīze esot pretrunā tās agrākajai lēmumpieņemšanas praksei un Komisija, nepaskaidrojot iemeslus, kādēļ tā novirzījusies no šīs prakses, esot pārkāpusi tās pienākumu norādīt pamatojumu.

56 Otrkārt, prasītājas precizē, ka būtiskas tirgus daļas apvienošana ar tirgu, kura koncentrācijas pakāpe saskaņā ar Herfindāla-Hiršmana indeksu (turpmāk tekstā – "HHI") ir 7340, ir uzskatāma vismaz par spēcīgu norādi par konkurences problēmu esamību, kas pamatoja papildu izmeklēšanas uzsākšanu, jo apstrīdētajā lēmumā izvirzītie argumenti neietekmēja šo abu elementu pierādījuma spēku. Visbeidzot, apstrīdētajā lēmumā nebija ietverts neviens pierādījums par patērētāju iespējām mainīt pakalpojumu sniedzēju, ja jaunais uzņēmums pārtrauktu veikt inovācijas vai nodrošināt savstarpēju izmantojamību ar citiem konkurējošiem pakalpojumiem.

57 Treškārt, prasītājas uzskata, ka Komisija nepareizi ir novērtējusi konkurences spiedienu, kuram ir pakļauts jaunais uzņēmums.

58 Komisija un persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka prasītāju argumenti ir nepamatoti.

59 No Regulas Nr. 139/2004 2. panta izriet, ka vienīgi koncentrācijas, kas būtiski traucē efektīvu konkurenci iekšējā tirgū vai tās būtiskā daļā, tostarp dominējoša stāvokļa radīšanas vai stiprināšanas dēļ, ir jāatzīst par nesaderīgām ar iekšējo tirgu.

60 Attiecībā uz horizontālajām koncentrācijām pamatnostādnēs par horizontālajām koncentrācijām ir aprakstīti kritēriji, kurus Komisija plāno piemērot, lai noteiktu, vai ar koncentrāciju izpildīti visi Regulas Nr. 139/2004 2. pantā paredzētie aizliedzošie nosacījumi. No šo pamatnostādņu 22. punkta izriet, ka šie nosacījumi var būt īstenojušies tostarp, kad koncentrācijas rezultātā tiek likvidēti būtiski konkurences ierobežojumi uz koncentrācijas dalībniekiem, kuri tādējādi būtu palielinājuši tirgus spēju, neizmantojot darbību saskaņošanu.

61 Saskaņā ar pamatnostādņu par horizontālajām koncentrācijām 8. punktu tas, ka vienam vai vairākiem uzņēmumiem ir palielināta tirgus spēja, var radīt kaitējumu konkurencei, ja šī spēja ļauj koncentrācijas rezultātā izveidotajam uzņēmumam rentabli paaugstināt cenas, samazināt produkciju, ierobežot izvēli, pazemināt preču vai pakalpojumu kvalitāti, mazināt novatorismu vai citādi ietekmēt konkurences rādītājus.

62 Saskaņā ar judikatūru pierādīšanas pienākums par to, ka koncentrācija rada šādu kaitējumu konkurencei, ir Komisijai (šajā ziņā skat. Vispārējās tiesas 2005. gada 21. septembra spriedumu lietā T-87/05 *EDP*/Komisija, Krājums, II-3745. lpp., 61. punkts). Ir arī jāatgādina, ka, ja Komisija balstās uz rīcību, ko tās ieskatā koncentrācijas rezultātā apvienotais uzņēmums veiks nākotnē, tai, pamatojoties uz pārliecinošiem pierādījumiem, un ar pietiekamu ticamības pakāpi ir jāpierāda, ka šī rīcība tiešām tiks veikta (Vispārējās tiesas 2005. gada 14. decembra spriedums lietā T-210/01 *General Electric* /Komisija, Krājums, II-5575. lpp., 464. punkts).

63 Ciktāl Komisijai ir jāveic uz nākotni vērsta analīze, kurā jāņem vērā vairāki ekonomiskie faktori, tai ir novērtējuma brīvība, kas Vispārējai tiesai ir jāņem vērā, īstenojot savu pārbaudi. Tas tomēr nenozīmē, ka Vispārējai tiesai, kā tas konstatēts iepriekš 50. punktā, ir jāatturas no Komisijas veiktās ekonomiska rakstura informācijas interpretācijas pārbaudes.

64 Prasītāju izvirzītie argumenti pirmā pamata atbalstam ir jāizvērtē, ņemot vērā šos apsvērumus. Tomēr šī pārbaude tiks veikta citādā secībā nekā tā, kādā prasītājas ir izvirzījušas savus argumentus. Proti, vispirms ir jāpārbauda argumenti saistībā ar tirgus daļu un pēc tam jāizvērtē tie, kas saistīti ar tīkla sekām. Visbeidzot, ir jāizvērtē argumenti saistībā ar kaitējumu, ko apstrīdētā koncentrācija var radīt konkurencei.

– Par tirgus daļu

65 Pirmkārt, attiecībā uz ļoti lielo tirgus daļu šaurā tirgū no pamatnostādņu par horizontālajām koncentrācijām 17. punkta, kā arī judikatūras, uz kuru veikta atsauce šajā punktā, izriet, ka tirgus daļa 50 % un vairāk apmērā var būt nopietns pierādījums par dominējoša stāvokļa esamību. Tomēr ir jāprecizē, ka, ja tirgus, uz kuru attiecas šīs daļas, ir definēts iepriekš, tirgus daļas var tikt izmantotas vienīgi kā norādes par konkurences traucējumiem. Tāpat tas ir attiecībā uz HHI, uz kuru arī atsaucas prasītājas.

66 Šajā lietā Komisija vienīgi ir nošķīrusi patērētāju saziņu no profesionāļu saziņas (skat. iepriekš 7. punktu). Savukārt tā nav formulējusi nostāju par to, vai patērētāju saziņas kategorijā bija jāidentificē šaurāku atskaites tirgu esamība atkarībā no to funkcionalitātes, platformām vai ekspluatācijas sistēmām, jo tā uzskatīja, ka paziņotā koncentrācija nerada konkurences traucējumus pat visšaurākajos tirgos. Komisija tostarp konstatēja, ka pat šaurā tirgū jaunais uzņēmums joprojām būtu pakļauts būtiskam konkurences spiedienam.

67 Prasītājas tātad savus iebildumus attiecībā uz jaunā uzņēmuma tirgus spēju šaurā tirgū balsta uz nepareizu pieņēmumu, jo Komisija nav definējusi specifiska patērētāju videosaziņas no *Windows* vidē funkcionējošiem *PC* tirgus esamību. Komisija tātad apstrīdētajā lēmumā nav konstatējusi, ka operatori, kam ir tirgus daļas šaurā tirgū, var rīkoties neatkarīgi no konkurences spiediena, kuru rada citi patērētāju saziņas veidi, kā, piemēram, pakalpojumi, kas tiek piedāvāti no citām platformām vai citām ekspluatācijas sistēmām. Turklāt prasītājas pašas nav iesniegušas nevienu pierādījumu vai pētījumu, kas ļautu secināt par šāda šaura tirgus esamību. Tās savukārt vienīgi kritizē elementus, kas izvirzīti apstrīdētajā lēmumā, lai relativizētu tirgus daļu nozīmi (skat. iepriekš 56. punktu). Šī kritika turklāt nav pamatota.

68 Pirmkārt, attiecībā uz skaitļiem par *WLM* izmantošanu pietiek konstatēt, ka apstrīdētajā lēmumā minētie skaitļi norāda uz būtisku *WLM* tirgus daļas svārstīšanos relatīvi ierobežotā septiņu mēnešu laikposmā. Neatkarīgi no jautājuma, vai tirgus daļu zaudēšana ir nākusi par labu *Skype* vai citiem videosaziņas pakalpojumu sniedzējiem, šie skaitļi tomēr norāda uz tirgus daļu nestabilitāti šaurā tirgū, ko Komisija atzina vienīgi savas analīzes mērķiem.

69 Turklāt un it īpaši, kā to uzsvēra Komisija apstrīdētajā lēmumā un iebildumu rakstā, kā arī persona, kas iestājusies lietā, patērētāju saziņas sektors ir nesens un ātri augošs sektors, ko raksturo īsi inovāciju cikli un kurā lielas tirgus daļas var izrādīties nepastāvīgas. Šādā dinamiskā kontekstā lielas tirgus daļas obligāti nenorāda uz tirgus spēju un līdz ar to uz ilgstošu kaitējumu konkurencei, kuru ar Regulu Nr. 139/2004 ir iecerēts novērst.

70 Otrkārt, lai gan *PC* joprojām ir visvairāk izmantotā platforma patērētāju videosaziņai, jauna pieprasījuma būtiska un pieaugoša daļa attiecībā uz šiem pakalpojumiem nāk no planšetdatoru un viedtelefonu lietotājiem, jo saskaņā ar apstrīdētā lēmuma 32. apsvērumu minēto iekārtu pārdošana Rietumeiropā ir pārsniegusi *PC* pārdošanu. Komisija un persona, kas iestājusies lietā, pamatoti izvirza šāda pieauguma nozīmi, ko prasītājas neapstrīd, jo ikviens jaunizveidotā uzņēmuma mēģinājums īstenot jebkādu tirgus spēju šaurā tirgū varētu pastiprināt šādu tendenci par sliktu jaunajam uzņēmumam. Proti, jaunajam uzņēmumam šajās platformās ir mazāka tirgus daļa un tam ir jāstājas pretī spēcīgai citu operatoru, piemēram, *Apple* un *Google*, konkurencei.

71 Treškārt, persona, kas iestājusies lietā, arī pamatoti secina, ka arvien biežāka planšetdatoru un viedtelefonu izmantošana videosaziņā nozīmē, ka pieaugošs lietotāju skaits sagaida, lai šo saziņu varētu veikt no visiem platformu veidiem. Vājā *WLM* pārstāvība planšetdatoru un viedtelefonu tirgū tai neļauj nodrošināt atbilstību šim jaunajam pieprasījumam un līdz ar to samazina tās komerciālo pievilcību. Tātad Komisija pamatoti ir atsaukusies uz šo ierobežoto pārstāvību, lai kvalificētu šaurā tirgū konstatēto lielo tirgus daļu nozīmīgumu, uz ko tā apstrīdētajā lēmumā sākotnēji balstījusi savu konkurences analīzi.

72 Ceturtkārt, nevar piekrist prasītāju argumentam, saskaņā ar kuru *Facebook* neesot faktiska koncentrācijas rezultātā izveidotā uzņēmuma konkurente. Proti, vienīgais elements, kuru tās izvirza šī argumenta pamatojumam ir tas, ka *Facebook* ir licences īpašnieks un stratēģisks *Skype* sabiedrības partneris, kurš nevar lietot *Skype* programmatūru, lai piedāvātu pakalpojumus, kas konkurē ar *Skype* maksas pakalpojumiem, tā dēvētajiem "SkypeOut", kuri tostarp ļauj veikt zvanus uz fiksēto un mobilo tālruņu numuriem un veikt videosaziņu ar vairāk nekā divām personām. Tās tomēr neapgalvo, ka šī vienošanās liedz *Facebook* piedāvāt savus videosaziņas pakalpojumus patērētājiem, kuri novērstos no jaunā uzņēmuma, ja tas nolemtu īstenot jebkādu tirgus spēju. Šajā ziņā Komisija un persona, kas iestājusies lietā, pamatoti norāda, ka tas, ka divi uzņēmumi izmanto vienu tehnoloģiju, obligāti neietekmē to konkurences attiecības.

73 Piektkārt, pretēji tam, ko apgalvo prasītājas, tas, ka pakalpojumi ir bezmaksas, ir atbilstošs kritērijs, lai izvērtētu jaunā uzņēmuma tirgus spēju. Proti, ciktāl lietotāji sagaida, ka tie patērētāju saziņas pakalpojumus saņems bez maksas, tiktāl jaunā uzņēmuma iespējas brīvi noteikt savu cenu politiku ir būtiski ierobežotas. Komisija pamatoti secina, ka ikviens mēģinājums likt maksāt lietotājiem radītu risku, ka mazināsies šī pakalpojuma pievilcība un lietotāji vērsīsies pie citiem pakalpojumu sniedzējiem, kuri turpinātu sniegt savus pakalpojumus bez maksas. Līdzīgi, ja jaunais uzņēmums nolemtu vairs neveikt inovācijas attiecībā uz šiem saziņas pakalpojumiem, arī tas, ņemot vērā inovācijas pakāpi konkrētajā tirgū, radītu risku mazināt to pievilcību. Šajā ziņā ir jāatgādina, ka nepastāv tehnisks vai ekonomisks spiediens, kas liegtu lietotājiem mainīt pakalpojumu sniedzēju (skat. iepriekš 79. punktu).

74 No minētā izriet, ka ļoti lielās tirgus daļas un ļoti augstā koncentrācijas pakāpe šaurā tirgū, ko Komisija izvirzījusi vienīgi kā darba hipotēzi, neveido norādi uz tirgus spēju, kas ļautu jaunajam uzņēmumam būtiski traucēt efektīvai konkurencei iekšējā tirgū.

– Par tīkla ietekmi

75 Otrkārt, attiecībā uz tīkla ietekmi, kas izrietot no konkrētās koncentrācijas un kas traucējot piekļuvi tirgum, prasītājas apgalvo, ka tīkla ietekme rodas visos iedzīvotāju saziņas tirgos. Tomēr tiesas sēdē tās precizēja, ka šī tīkla ietekme vēl vairāk pastiprinot jaunā uzņēmuma dominējošo stāvokli šaurā tirgū.

76 Vispirms ir jānorāda, ka tīkla ietekmes esamība obligāti nerada jaunajam uzņēmumam konkurences priekšrocības. Proti, citos patērētāju saziņas tirgus segmentos, kas nav videosaziņa no *Windows* vidē funkcionējošiem *PC*, konkurējošajiem operatoriem ir pietiekami lielas tirgus daļas, lai veidotu alternatīvus tīklus. Tādējādi no apstrīdētā lēmuma 103.–105. apsvēruma, kuru saturu prasītājas neapstrīd, izriet, ka *Facebook* tūlītējo ziņu lietotāju tīkls ir lielāks nekā koncentrācijas rezultātā izveidotajam uzņēmumam. Tāpat no apstrīdētā lēmuma 106.–108. apsvēruma, kuru saturu prasītājas arī neapstrīd, izriet, ka balss telefonijas segmentā koncentrācijai nebija jāmaina esošā situācija, jo *WLM* tirgus daļa tajā ir ļoti niecīga.

77 Attiecībā uz tirgus ietekmi vienīgajā šaurajā tirgū prasītājas vispār nav ne apgalvojušas, ne pierādījušas, ka koncentrācijas dēļ palielinātos *WLM* un *Skype* piedāvāto videosaziņas ar *Windows* vidē funkcionējošiem *PC* pakalpojumu izmantošanas pakāpe. Proti, prasītājas kritizē Komisijas veikto analīzi par tirgus ietekmi, bet neizvirza elementus, kas norādītu, kā šādiem elementiem būtu ietekme uz konkurenci šaurā tirgū (skat. iepriekš 55. punktu).

78 Katrā ziņā iebildums saistībā ar tīkla ietekmi nav pamatots.

79 Pirmkārt, pretēji situācijām, kuras bija prasītāju norādītu agrāku Komisijas lēmumu pamatā, un kā norādīja persona, kas iestājusies lietā, nepastāv tehnisks vai ekonomisks šķērslis, kas liegtu lietotājiem uz savām informātikas platformām lejuplādēt vairākas saziņas aplikācijas, vēl jo vairāk tādēļ, ka runa ir par bezmaksas programmatūrām, kuras ir viegli lejuplādēt un kuras aizņem maz vietas uz to cietajiem diskiem.

80 Otrkārt, prasītāju arguments, saskaņā ar kuru patērētāju migrācija pie alternatīviem pakalpojumu sniedzējiem esot sarežģīta to piederības vairākām nelielām savstarpēji saistītām grupām dēļ, balstās uz kļūdainu pieņēmumu, ka migrācijai būtu jāiesaista visas grupas vienā darījumā. Komisija un persona, kas iestājusies lietā, pamatoti secina, ka nepastāv neviens ekonomisks vai tehnisks šķērslis tam, lai migrācija notiktu mazās grupās, un tam, lai lietotāji turpinātu izmantot vairākas saziņas programmatūras vienlaikus.

81 Komisija, pretēji prasītājas neargumentētajiem apgalvojumiem, apstrīdētajā lēmumā ir izvirzījusi konkrētas norādes par šādu vairāku pakalpojumu sniedzēju izvēles fenomena esamību. Proti, Komisija nav atsaukusies vienīgi uz šādu *WLM* un *Skype* līdzāspastāvēšanu pirms koncentrācijas. Apstrīdētā lēmuma 52. lappuses zemsvītras piezīmē minētajā ziņojumā ir pieminēti vairāki citi vairāku pakalpojumu sniedzēju pakalpojumu izmantošanas piemēri, kuros iesaistīts *Skype* un tādi alternatīvi pakalpojumu sniedzēji kā *Yahoo*!, *AIM* un *Gmail*. Turklāt apstrīdētā lēmuma 93. apsvērumā, kura saturu prasītājas neapstrīd, ir norādīts uz nesenu tādu konkurentu kā *Facebook*, *Viber*, *Fring* un *Tango* ienākšanu tirgū, sliecoties pierādīt, ka tīkla ietekme katrā ziņā netraucē piekļuvi tirgum.

82 Treškārt, prasītājas neapstrīd arī apstrīdētā lēmuma 73. un 74. apsvērumā izdarīto konstatējumu, saskaņā ar kuru plašas sabiedrības videosaziņas pakalpojumu pieprasījuma pieaugums lielā mērā attieksies uz citām platformām, kas nav *PC*, kā, piemēram, planšetdatoriem un viedtelefoniem. Ja komunikāciju programmatūru pievilcībai būtu jāpieaug atkarībā no lietotāju skaita, tīkla ietekmei var būt nozīme vienīgi tad, ja programmatūra ļauj sazināties arī ar patērētājiem, kuri savai videosaziņai izmanto šīs pārējās platformas. Šajā lietā *WLM* esamība uz citām platformām, kas nav *Windows* vidē funkcionējoši *PC*, nav būtiska, jo koncentrācija nemaina konkurences proporciju.

83 Ceturtkārt, attiecībā uz koncentrācijas dalībnieku vadītāju komerciāla rakstura paziņojumiem, saskaņā ar kuriem *Skype* vērtība pieaug līdz ar tā lietotāju skaitu, ir jāprecizē, ka Komisija neapstrīd tīkla ietekmes esamību. Proti, saskaņā ar apstrīdētā lēmuma 91.–94. apsvērumu Komisija vienīgi uzskata, ka šī tīkla ietekme nerada barjeras ienākšanai tirgū. Turklāt minētie paziņojumi drīzāk apstiprina, nevis vājina Komisijas nostāju. Proti, šos paziņojumus var interpretēt kā tādus, kuri atspoguļo personas, kas iestājusies lietā, vēlēšanos, pārņemot kontroli pār *Skype*, pašai instalēties uz platformām, kurām *WLM* tai neļāva piekļūt.

84 No minētā izriet, ka iebildums saistībā ar tīkla ietekmi un no tās izrietošajiem šķēršļiem ienākšanai tirgū nav pamatots.

– Par kaitējumu konkurencei

85 Pat ja koncentrācija palielināja personas, kas iestājusies lietā, tirgus spēju, prasītājas nav iesniegušas nevienu atbilstošu norādi attiecībā uz veidu, kādā šī prezumētā tirgus spēja ļaus jaunajam uzņēmumam radīt būtisku kaitējumu konkurencei.

86 Pirmkārt, attiecībā uz cenām prasītājas neapstrīd, ka videosaziņas pakalpojumi tiek piedāvāti lietotājiem bez maksas, bet apgalvo, ka cenu paaugstināšana varētu attiekties uz *Skype* pakalpojumu izmantošanu citos tīklos, ienākumiem no reklāmas, kā arī ienākumiem no saistītajiem tirgiem. Prasītājas tiesas sēdē arī apgalvoja, ka *Skype* atsevišķus pakalpojumus, kurus tā pašlaik piedāvā bez maksas, varētu mēģināt piedāvāt par maksu.

87 Šiem argumentiem nevar piekrist.

88 Pirmām kārtām, *Skype* maksas pakalpojumi, it īpaši tās "SkypeOut" pakalpojumi, attiecas uz videosaziņu vienīgi ļoti ierobežotā apjomā. Proti, minimālu "SkypeOut" ienākumu proporciju veido ienākumi no videosaziņas grupā, kurā vienlaikus iesaistīti vairāk nekā divi lietotāji. Turklāt, kā uzsvēra Komisija, neviens operators līdz šim nav spējis savus videosaziņas pakalpojumus starp diviem dalībniekiem piedāvāt par samaksu. Patērētāji sagaida, lai šie pakalpojumi tiem tiktu piedāvāti bez maksas. Prasītājas nav pierādījušas, kā koncentrācija varētu *Skype* ļaut mainīt tirgus nosacījumus, patērētājiem nemainot operatoru.

89 Prasītājas arī nav paskaidrojušas, kā iespējamā tirgus spēja šaurā videosaziņas ar *Windows* vidē funkcionējošiem *PC* tirgū ļautu noteikt augstāku cenu dažādiem saziņas pakalpojumiem. Turklāt prasītājas arī pilnībā abstrahējas no konkurences spiediena, ko īsteno tradicionālās telefonijas operatori un balss telefonijas pakalpojumu sniedzēji tīmeklī, kas nav *Skype*, gadījumā, ja jaunais uzņēmums censtos palielināt "SkypeOut" balss komunikāciju cenas.

90 Tāpat prasītājas arī nepaskaidro, kā jaunais uzņēmums varētu uzspiest cenu paaugstināšanu reklāmdevējiem. Tās nav ne apgalvojušas, ne pierādījušas, ka ir reklāmas tirgus, kas specifiski attiecas uz iedzīvotāju videosaziņas pakalpojumiem no *Windows* vidē funkcionējošiem *PC*. Nepastāvot šādam tirgum, reklāmdevēji var viegli izvairīties no jebkāda cenu palielināšanas mēģinājuma, pārorientējot savus reklāmas izdevumus uz citiem medijiem internetā vai citur.

91 Visbeidzot, prasītājas nav sniegušas nekādu informāciju attiecībā uz iespēju jaunajam uzņēmumam uzspiest cenu palielināšanu tādos saistītajos tirgos kā, piemēram, saziņas pakalpojumu uzņēmumiem tirgus. Tās vienīgi atsaucas uz savu otro pamatu, kurš tiks izvērtēts tālāk.

92 Otrkārt, prasītāju apgalvojumi attiecībā uz koncentrācijas ietekmi uz videosaziņas pakalpojumu kvalitāti un inovāciju ir vēl abstraktāki, it īpaši tādēļ, ka tās neapšauba apstrīdētā lēmuma 81.–84. apsvērumā Komisijas izdarītos konstatējumus, saskaņā ar kuriem patērētāju saziņas pakalpojumi ir atkarīgi no inovācijām. Jebkurš jaunā uzņēmuma mēģinājums pasliktināt savu pakalpojumu kvalitāti šaurā tirgū vienīgi paātrinās relatīvu tirgus stāvokļa zaudēšanu, ko piedzīvo videosaziņas no *Windows* vidē funkcionējoša *PC* pakalpojumi (skat. iepriekš 70. punktu).

93 Treškārt, prasītājas nevar kompensēt savu apgalvojumu saistībā ar apstrīdētās koncentrācijas izraisīto kaitējumu konkurencei nepilnības, atsaucoties uz pirkuma summu 8,5 miljardu Amerikas Savienoto Valstu dolāru (USD) apmērā. Šajā ziņā Komisija pamatoti uzskata, ka, ņemot vērā daudzos iespējamos komerciālos modeļus un ticamu tirgus datu par to ieviešanu jaunizveidotos tirgos neesamību, koncentrācijas novērtēšanas mērķis nevar būt paredzēt modeli, kas videotelefoniju padarīs par ienesīgu tirgū un tātad – par dzīvotspējīgu nākotnē. Proti, ar Regulu Nr. 139/2004 piešķirtās pilnvaras atļauj Komisijai pārbaudīt vienīgi būtiskus konkurences traucējumus, kurus var radīt koncentrācija. Šīs tiesības tai tomēr neļauj spekulēt attiecībā uz pirkuma cenas apmēru vai aizstāt savu viedokli par darījuma vērtību ar iesaistīto pušu viedokli, vēl jo vairāk tādēļ, ka iemeslus, uz kuriem darījums balstīts, nevar vienmēr izskaidrot ar tikai ekonomiski racionāliem apsvērumiem.

94 No minētā izriet, ka prasītājas nav pierādījušas, kā koncentrācija var radīt kaitējumu konkurencei patērētāju saziņas tirgū.

95 Līdz ar to prasītājas nav pierādījušas, ka Komisija ir pieļāvusi acīmredzamu kļūdu vērtējumā, uzskatot, ka koncentrācija attiecībā uz patērētāju saziņas pakalpojumiem nerada pamatotas šaubas par tās saderību ar iekšējo tirgu.

96 Turklāt, ciktāl prasītājas pārmet Komisijai, ka tā nav paskaidrojusi iemeslus, kuru dēļ tā ir novirzījusies no tās agrākās lēmumpieņemšanas prakses, pietiek atgādināt, ka atšķirībā no agrākiem lēmumiem šai lietai nav raksturīga tehnisku vai ekonomisku šķēršļu esamība, kas liegtu lietotājiem lejuplādēt vairākas

saziņas programmatūras vienlaicīgi (skat. iepriekš 79. punktu). Tātad nevar būt jautājums par jebkādu politikas maiņu, kuru Komisijai būtu bijis jāpamato apstrīdētajā lēmumā. Tādējādi ir jānoraida arguments saistībā ar LESD 296. panta pārkāpumu, ko prasītājas ir izvirzījušas sava pirmā pamata atbalstam.

97 Šādos apstākļos pirmais pamats ir jānoraida pilnībā.

Par otro pamatu saistībā ar koncentrācijas konglomerāta iedarbību uz profesionāļu saziņas tirgu

98 No apstrīdētā lēmuma izriet, ka administratīvā procesa laikā trešās personas izteica bažas, ka koncentrācija radīšot konglomerāta ietekmi profesionāļu saziņas tirgū. Viena no pārmestajām ietekmēm attiecoties uz jaunā uzņēmuma radīto privileģēto saikni starp *Skype* lietotāju bāzi un *Microsoft* piederošo *Lync* produktu. Šī priekšrocību integrācija jaunajam uzņēmumam sniegtu konkurences ziņā labvēlīgāku situāciju salīdzinājumā ar profesionālajiem lietotājiem, it īpaši uzņēmumiem, kas izmanto zvanu centrus.

99 Komisija apstrīdētajā lēmumā uzskatīja, ka šīs bažas nav pamatotas. Pirmkārt, jaunajam uzņēmumam neesot spējas īstenot šādu stratēģiju, jo *Skype* neesot piemērots produkts uzņēmumu, kas izmanto zvanu centrus, vajadzībām. Otrkārt, šis uzņēmums arī netiekšoties traucēt uzņēmumu, kas izmanto citu profesionāļu saziņas pakalpojumus, saziņu ar *Skype* lietotājiem. Šiem uzņēmumiem saglabāšoties iespēja lejuplādēt *Skype* aplikāciju bez maksas. Turklāt zvanu centru lietotājiem *Skype* neesot nepieciešams produkts, jo pastāvot vairāki citi risinājumi, kas ļauj sazināties ar patērētājiem. Visbeidzot, esot neiespējami, ka pret konkurenci vērsta ietekme varētu rasties trīs nākamajos gados, jo *Lync* konkurē ar tādiem citiem lieliem tirgus spēlētājiem kā *Cisco* un *IBM*.

100 Prasītājas norāda, ka Komisija nav ņēmusi vērā izspiešanas stratēģiju, ko jaunais uzņēmums varētu īstenot profesionāļu saziņas tirgū, radot ekskluzīvu jeb priekšrocību savstarpējo izmantojamību starp *Lync* produktiem un lielo *Skype* klientu bāzi. Šī stratēģija ļaušot jaunajam uzņēmumam piedāvāt *Lync* kā vienīgo produktu, kas var apmierināt lielo profesionālo lietotāju, kuri vēlas savstarpēju saziņu ar saviem klientiem un citiem profesionālajiem kontaktiem, pieaugošo pieprasījumu. Šajā ziņā jaunais uzņēmums, sekojot savai agrākajai izslēgšanas praksei, varēšot pastiprināt savu spēka pozīciju ar profesionāļu saziņu saistītos tirgos, kā arī integrēt *Lync* piedāvājumu ar citiem *Microsoft* produktiem. Komisija, padziļinātāk neizvērtējot šo stratēģiju un neņemot vērā šo pieaugošo pieprasījumu, neesot pienācīgi pamatojusi savu lēmumu un pieļāvusi vairākas kļūdas saiknes starp patērētāju tirgu un profesionāļu tirgu, kurā turklāt *Skype* esot patiešām pārstāvēta, vērtējumā.

101 Pirmkārt, prasītājas apstrīd, ka jaunajam uzņēmumam nav spējas norobežot tirgu. Atbilstošs esot jautājums nevis par to, vai *Skype* ir zvanu centriem paredzēts produkts, bet gan par to, vai jaunais uzņēmums spēj mainīt savstarpējās izmantojamības pakāpi par labu saviem paša pakalpojumiem un produktiem. Komisija apstrīdētā lēmuma 143. apsvērumā esot atzinusi, ka tā tas ir.

102 Otrkārt, prasītājas uzskata, ka Komisijas vērtējums par jaunā uzņēmuma tiekšanos norobežot tirgu ir kļūdains. Komisija savu analīzi par šo tiekšanos esot balstījusi uz kļūdainām premisām. Runa neesot par to, vai *Skype* ir nepieciešamais produkts, bet gan par to, vai *Skype* un *Lync* integrācija padarīs *Lync* par nepieciešamu produktu, lai piekļūtu apjomīgajai *Skype* lietotāju bāzei, un līdz ar to – nepieciešamu produktu, lai nodrošinātu atbilstību tam, ko sagaida profesionāļu saziņas lietotāji, kuri vēlas iespēju sazināties ar *Skype* lietotājiem. Savstarpējas izmantojamības ar *Skype* neesamības dēļ *Lync* konkurentiem neesot citas reālas alternatīvas. Tādējādi tas, ka *Skype* joprojām ir pieejama bez maksas kā lejuplādējama aplikācija, nenovērš bažas, ko radījusi priekšrocību savstarpējā izmantojamība starp *Skype* un *Lync*. Turklāt Komisija saistībā ar citām lietām, kurās iesaistīta persona, kas iestājusies lietā, pati esot konstatējusi, ka lietotāji parasti nesteidzas lejuplādēt vairākas programmatūru aplikācijas vienai un tai pašai funkcijai. Visbeidzot, prasītājas norāda, ka Komisija nav pievērsusi nekādu uzmanību iemesliem, kuru dēļ persona, kas iestājusies lietā, piedāvājusi USD 8,5 miljardus, lai iegūtu *Skype*, un ka

tie esot tieši saistīti ar privileģēto saikni starp *Skype* un *Lync*, tostarp ignorējot atsevišķu personas, kas iestājusies lietā, pārstāvju paziņojumus. Šāda neizvērtēšana esot vēl pārsteidzošāka tās agrāko tiesvedību dēļ. Šis uzņēmums jau vairākkārt esot ticis sodīts izslēgšanas prakses dēļ un turpinot bloķēt savu produktu savstarpējo izmantojamību ar tā konkurentu produktiem.

103 Treškārt, prasītāju ieskatā izslēgšanas stratēģijas ietekmes analīzē esot pieļautas kļūdas vērtējumā. Komisija administratīvajā procesā esot ne vien pārāk zemu novērtējusi *Lync* nozīmi profesionāļu saziņas tirgū, bet arī neesot ņēmusi vērā, ka *Lync* tika piedāvāta kopā ar *Windows Server* ekspluatācijas sistēmu un citiem *Microsoft* produktiem, attiecībā uz kuriem jaunajam uzņēmumam ir spēcīga tirgus spēja. Visbeidzot, priekšrocību jeb ekskluzīvas savstarpējās izmantojamības starp *Lync* un *Skype* ieviešana esot īpaši kaitējoša tirgū, kuram raksturīga tīkla ietekme.

104 Komisija un persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka prasītājas argumenti nav pamatoti.

105 Sava otrā pamata atbalstam prasītājas būtībā izvirza divus iebildumus.

106 Pirmais iebildums ir saistīts ar pienākuma norādīt pamatojumu, kāds tas izriet no LESD 296. panta, pārkāpumu. Prasītāju ieskatā apstrīdētajā lēmumā nav atbildēts uz argumentiem, kurus *Cisco* un citi ieinteresētie lietas dalībnieki administratīvajā procesā izvirzīja attiecībā uz izslēgšanas stratēģiju, ko jaunais uzņēmums tiecoties īstenot.

107 Otrais pamats ir saistīts ar acīmredzamu kļūdu vērtējumā, ko Komisija esot pieļāvusi, noraidot iepriekšējā punktā minētās bažas konkurences jomā. Prasītāju ieskatā Komisija neesot ņēmusi vērā no koncentrācijas izrietošā konglomerāta ietekmi. It īpaši Komisija neesot novērtējusi jaunā uzņēmuma spēju un tieksmi izmantot savu stāvokli patērētāju saziņas tirgū kā sviru, lai kropļotu konkurenci profesionāļu saziņas tirgū.

– Par pamatojumu

108 No pastāvīgās judikatūras izriet, ka LESD 296. pantā paredzētajam pamatojumam ir jābūt pielāgotam attiecīgā akta raksturam un skaidri un nepārprotami jāatklāj aktu sagatavojušās iestādes argumentācija, lai ļautu ieinteresētajām personām uzzināt veiktā pasākuma pamatojumu un kompetentajai tiesai īstenot tās kontroli (iepriekš minētais spriedums lietā *Bertelsmann* un *Sony Corporation of America*/*Impala*, 166. punkts). Šajā ziņā Komisijai, norādot pamatojumu lēmumos, kas tai jāpieņem, lai nodrošinātu konkurences noteikumu ievērošanu, nav obligāti jāpieņem nostāja attiecībā uz visiem argumentiem, kurus ieinteresētās puses izvirza, pamatojot savu prasību. Pietiek, ja tā izklāsta faktus un juridiskos apsvērumus, kam ir būtiska nozīme lēmuma kontekstā (skat. Vispārējās tiesas 1995. gada 24. janvāra spriedumu lietā T-114/92 *BEMIM*/Komisija, *Recueil*, II-147. lpp., 41. punkts un tajā minētā judikatūra). Jautājums, vai akta pamatojums atbilst 296. panta prasībām, jāizlemj, ņemot vērā ne tikai šī akta formulējumu, bet arī tā kontekstu un visas attiecīgo jomu reglamentējošās tiesību normas (skat. Tiesas 1998. gada 2. aprīļa spriedumu lietā C-367/95 P Komisija/*Sytraval* un *Brink's France*, *Recueil*, I-1719. lpp., 63. punkts; 2004. gada 22. jūnija spriedumu lietā C-42/01 Portugāle/Komisija, Krājums, I-6079. lpp., 66. punkts, un 2008. gada 15. aprīļa spriedumu lietā C-390/06 *Nuova Agricast*, Krājums, I-2577. lpp., 79. punkts).

109 Līdzīgi lēmuma pamatojuma precizitātes pakāpe ir jāsamēro ar materiālajām iespējām un tehniskajiem apstākļiem vai termiņu, kādā tas ir jāpieņem (Tiesas 1965. gada 1. decembra spriedums lietā 16/65 *Schwarze*, *Recueil*, 1081., 1096. un 1097. lpp., un 1990. gada 14. februāra spriedums lietā C-350/88 *Delacre* u.c./Komisija, *Recueil*, I-395. lpp., 16. punkts; iepriekš minētais spriedums lietā *Bertelsmann* un *Sony Corporation of America*/*Impala*, 167. punkts). Līdz ar to Komisija nepārkāpj savu pienākumu norādīt pamatojumu, ja tā savā lēmumā neiekļauj precīzu pamatojumu attiecībā uz vairāku koncentrācijas aspektu vērtējumu, kuri tās ieskatā acīmredzami neattiecas uz lietu, kuriem nav nozīmes vai kuri neapšaubāmi ir otršķirīgi šim vērtējumam (iepriekš minētie spriedumi lietā Komisija/

Sytraval un *Brink's France*, 64. punkts, un lietā *Bertelsmann* un *Sony Corporation of America*/*Impala*, 167. punkts). Šāda prasība faktiski būtu grūti savietojama ar ātruma nosacījumu un procesa īsajiem termiņiem, kas Komisijai ir jāievēro, pildot savas uzņēmumu koncentrācijas kontroles pilnvaras, un kas ir koncentrācijas kontroles procesa īpašo apstākļu sastāvdaļa (iepriekš minētais spriedums lietā *Bertelsmann* un *Sony Corporation of America*/*Impala*, 167. punkts).

110 No minētā izriet, ka Komisijai nav jāatbild uz visiem lietas dalībnieku un trešo personu administratīvajā procesā izvirzītajiem argumentiem, ne arī jāsniedz precīzs pamatojums savam šo argumentu vērtējumam.

111 Šajā lietā Komisija uz *Cisco* un pārējo ieinteresēto lietas dalībnieku norādītajiem argumentiem ir atbildējusi apstrīdētā lēmuma 213.–221. apsvērumā. Lai gan ir tiesa, ka šis pamatojums ir īss, tas tomēr, ņemot vērā konkrētās lietas specifisko kontekstu, nav pretrunā LESD 296. panta prasībām.

112 Proti, ir jānorāda, ka Komisija ir minējusi, ka tā saņēma salīdzinoši daudz trešo personu apsvērumus, kuri tai bija jāizskata relatīvi īsā laikposmā. Turklāt teorija par konglomerāta ietekmi, ko administratīvajā procesā izvirzīja *Cisco*, ir sarežģīta un abstrakta (skat. tālāk 124.–127. punktu), lai gan koncentrācijas, kuru rezultātā rodas konglomerāti, parasti nerada konkurences problēmas (skat. tālāk 115. un 116. punktu).

113 Šādos apstākļos būtu pārmērīgi prasīt detalizētāku katra aspekta, uz kuru apstrīdētajā lēmumā balstīta konglomerāta ietekmes analīze, aprakstu. Komisija tātad varēja vienīgi kopsavilkuma veidā atbildēt uz *Cisco* argumentiem, vēl jo vairāk tādēļ, ka *Cisco*, kā par to liecina šī prasība, pilnībā bija saprotama Komisijas argumentācija.

114 No minētā izriet, ka otrā pamata pirmā daļa ir jānoraida kā nepamatota.

– Par acīmredzamas kļūdas vērtējumā esamību

115 Lai precizētu Regulas Nr. 139/2004 2. pantā paredzētos vērtēšanas kritērijus koncentrāciju, kas rada konglomerāta ietekmi, jomā, Komisija publicēja Pamatnostādnes par nehorizontālo apvienošanos novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (OV 2008, C 265, 6. lpp.). No šo pamatnostādņu 11. un 92. punkta izriet, ka šāda veida koncentrācijā nav iesaistīti konkurējošie uzņēmumi, tādējādi tie kavē konkurenci mazāk nekā horizontālās koncentrācijas. Turklāt tās iesaistītajām pusēm var ļaut īstenot efektivitātes palielināšanu.

116 Tomēr koncentrācijas, kas rada konglomerāta iedarbību, noteiktos gadījumos var radīt konkurences problēmas. Tā tas var būt tostarp, kad koncentrācija jaunajam uzņēmumam ļauj īstenot tirgus norobežošanas stratēģiju. Proti, saskaņā ar Pamatnostādņu par nehorizontālo apvienošanos novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju 93. punktu norobežošana var rasties, ja produktu apvienošana saistītos tirgos var nodrošināt apvienotajam uzņēmumam spēju un stimulu izlīdzināt spēcīgu tirgus pozīciju, kas tam ir kādā tirgū, lai norobežotu konkurenci citā tirgū. Saskaņā ar judikatūru, lai koncentrācija radītu konkurences problēmas saskaņā ar Regulu Nr. 139/2004, šai ietekmei uz citu tirgu ir jābūt paredzamai salīdzinoši tuvā nākotnē (šajā ziņā skat. Vispārējās tiesas 2002. gada 25. oktobra spriedumu lietā T-5/02 *Tetra Laval*/Komisija, *Recueil*, II-4381. lpp., 148.–153. punkts).

117 Attiecībā uz šādas konglomerāta ietekmes pierādīšanu judikatūrā ir noteikts, ka Komisijas iesniegto pierādījumu kvalitāte ir īpaši svarīga, lai noteiktu vajadzību pieņemt lēmumu, ar kuru darījums tiek atzīts par nesaderīgu ar iekšējo tirgu. Proti, konglomerāta veida koncentrācijas analīze balstās uz prognozes analīzi, kurā apsvērums par paredzamo laika posmu nākotnē, no vienas puses, un izlīdzināšana, kas vajadzīga, lai nozīmīgi traucētu efektīvai konkurencei, no otras puses, nozīmē, ka

cēloņsakarības ir grūti saskatāmas, nenoteiktas un grūti konstatējamas (iepriekš minētais spriedums lietā *Bertelsmann* un *Sony Corporation of America*/*Impala*, 50. punkts; šajā ziņā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā Komisija/*Tetra Laval*, 44. punkts).

118 Ir arī jāatgādina, ka Komisija koncentrāciju var atzīt par nesaderīgu ar iekšējo tirgu vienīgi tad, ja nozīmīgs traucējums konkurencei ir tiešas un tūlītējas koncentrācijas sekas. Šāds traucējums, kas izrietētu no apvienotā uzņēmuma nākotnē pieņemtiem lēmumiem, var tikt uzskatīts par koncentrācijas tiešām un tūlītējām sekām, ja šī nākotnes rīcība ir padarīta par iespējamu un ekonomiski izdevīgu ar koncentrācijas izraisītām tirgus pazīmju un struktūras izmaiņām (Vispārējās tiesas 2002. gada 6. jūnija spriedums lietā T-342/99 *Airtours*/Komisija, *Recueil*, II-2585. lpp., 58. punkts; šajā ziņā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Gencor*/Komisija, 94. punkts).

119 Šajā lietā prasītājas it īpaši norāda, ka jaunajam uzņēmumam būšot iespēja kropļot konkurences nosacījumus profesionāļu saziņas tirgū par labu *Lync*, nodrošinot šī produkta priekšrocību savstarpējo izmantojamību ar *Skype* un tādējādi – ar šīs komunikāciju programmatūras apjomīgo lietotāju bāzi.

120 Netiek apstrīdēts, ka šī savstarpējā izmantojamība apstrīdētā lēmuma pieņemšanas dienā vēl nebija nodrošināta un ka tā prasa relatīvi ilgu un sarežģītu inovācijas darbu. Saskaņā ar personas, kas iestājusies lietā, iesniegto informāciju, kuru prasītājas nav apstrīdējušas, informātikas tilta radīšana starp *Lync* un *Skype* būtu jāpabeidz tikai 2013. gadā. Turklāt, pieņemot, ka šis darbs tiek pabeigts paredzētajā termiņā, jaunajam uzņēmumam vēl būtu jāveltī pūles, lai veicinātu jaunā produkta pārdošanu potenciāli ieinteresētajiem profesionālajiem klientiem. Tātad šai veicināšanas kampaņai būtu jānotiek 2014. gadā. Visbeidzot, lai prasītāju prognozētās pret konkurenci vērstās sekas varētu rasties tajā pašā gadā, jo Komisija ir atsaukusies uz trīs gadu laikposmu pēc lēmuma pieņemšanas, vēl būtu vajadzīgs, lai šī kampaņa vainagotos ar komerciāliem panākumiem tādā apmērā, lai tie gandrīz tūlītēji sasvārstītu profesionāļu saziņas tirgu par labu *Lync* un lai tie jaunajam uzņēmumam ļautu norobežot šo tirgu. Šī komerciālā veiksme izraisītu lielas izmaiņas tirgus operatoru stāvokļos un konkrēti nozīmētu, ka *Lync* tirgus daļa profesionāļu saziņas tirgū, kas 2011. gadā bija 16 %, būtiski palielinātos salīdzinājumā ar *Cisco* tirgus daļām, kas tajā pašā gadā bija 32 %.

121 Prasītāju apgalvotā norobežošana tātad ir atkarīga no vairākiem faktoriem, par kuriem nav pārliecības, ka tie visi varētu norisināties pietiekami tuvā nākotnē, lai koncentrācijas ietekmes paredzamā analīze nekļūtu pilnīgi spekulatīva (skat. iepriekš 116. punktu). Šajā ziņā, kā minēts iepriekšējā punktā, Komisija ir atsaukusies uz trīs gadu laikposmu pēc lēmuma pieņemšanas datuma. Šis laikposms, kuru turklāt prasītājas nav apstrīdējušas, ir samērā ilgs, kad runa, kā tas ir šajā lietā, ir par jauno tehnoloģiju sektoru, kuru raksturo samērā īsi inovāciju cikli. Visbeidzot, prasītāju argumentācija balstās ne tikai uz nākotnē iespējamiem un nenoteiktiem notikumiem, bet tajā arī nav ņemta vērā iespēja, ka jaunais uzņēmums pieņem savu komercpolitiku un tehnoloģiju politiku, lai paredzētu un neitralizētu iespējamo norobežošanas stratēģiju.

122 Tādēļ ir jāsecina, ka prasītāju apgalvotā tirgus norobežošanas ietekme ir pārāk neskaidra, lai tā varētu tikt uzskatīta par koncentrācijas tiešām un tūlītējām sekām.

123 Turklāt, lai arī prasītāju prognozētās negatīvās sekas varētu tikt uzskatītas par koncentrācijas sekām, iepriekš izklāstīto iemeslu dēļ nevar tikt secināts, ka Komisija ir pieļāvusi acīmredzamu kļūdu vērtējumā, izslēdzot pamatotu šaubu esamību attiecībā uz koncentrācijas saderību ar iekšējo tirgu.

124 Vispirms attiecībā uz jaunā uzņēmuma spēju norobežot tirgu, pirmkārt, ir jāsecina, ka prasītāju sniegtie paskaidrojumi par konkurences priekšrocībām, kuras būtu jaunajam uzņēmumam, joprojām ir neskaidri. No šiem paskaidrojumiem varētu šķist, ka ar *Lync* un *Skype* lietotāju bāzes integrāciju jaunajam uzņēmumam būs būtiskas komerciālas priekšrocības profesionāļu saziņas tirgū. Proti, šī integrācija ļaušot profesionālajiem lietotājiem tostarp vizuāli sazināties ar saviem klientiem un citām profesionālajām kontaktpersonām, kā, piemēram, pakalpojumu sniedzējiem un izplatītājiem, kuri izmanto to pašu programmatūru, kas tiek izmantota uzņēmuma iekšējā saziņā.

125 Prasītājas tomēr nav iesniegušas nevienu taustāmu pierādījumu pieprasījuma pēc šāda produkta esamībai, apmēram un attīstībai. Tās atsaucas uz informāciju, ko *Cisco* iesniedza Komisijai administratīvajā procesā un kurā ir vienīgi minēti atsevišķu lielu uzņēmumu nosaukumi vai sektori, kuri vēlētos sazināties ar *Skype* lietotājiem, tomēr neprecizējot, vai šī vēlme attiecas uz nākotnes produktu, kurā integrēts *Lync* un *Skype*. Savukārt persona, kas iestājusies lietā, ir sniegusi konkrētas norādes attiecībā uz *Lync* klientu intereses neesamību attiecībā uz saziņas līdzekli, izmantojot tūlītēju ziņu nosūtīšanu.

126 Otrkārt, pat ja pastāvētu reāls un būtisks pieprasījums pēc tāda saziņas līdzekļa, kas rastos *Lync* un *Skype* apvienošanas rezultātā, prasītājas nav paskaidrojušas iemeslus, kuru dēļ profesionālie lietotāji vēlētos sazināties tieši ar *Skype* lietotājiem. Tās vienīgi norāda uz lielo *Skype* lietotāju bāzi un jaunā uzņēmuma dominējošo stāvokli patērētāju saziņas tirgū, it īpaši attiecībā uz videosaziņu ar *Windows* vidē funkcionējošu *PC*. Kā pamatoti norāda Komisija, uzņēmumi, kurus potenciāli interesētu integrēts komunikācijas līdzeklis, pirmām kārtām vēlas sazināties ar savu produktu un pakalpojumu lietotājiem, nevis ar *Skype* lietotājiem. Nešķiet skaidrs, vai šie lietotāji ir arī uzņēmumu, kas varētu pirkt *Lync* un *Skype* integrācijas rezultātā radītu produktu, pašreizējie vai potenciālie klienti, un vēl jo mazāk, vai šie lietotāji vēlas virtuāli sazināties ar tiem pašiem uzņēmumiem.

127 Turklāt, pieņemot, ka *Skype* lietotāji veido komerciāli pievilcīgu patērētāju grupu, *Skype* neļauj uzņēmumiem ar tiem sazināties tieši. Proti, kā norāda Komisija un persona, kas iestājusies lietā, nav iespējams sazināties ar *Skype* lietotājiem, kuri parasti izmanto pseidonīmu, bez to iepriekšējas atļaujas. Un otrādi, gadījumā, ja produkta, kurš radies *Lync* un *Skype* integrācijas rezultātā, komerciālā pievilcība attiecas uz *Skype* lietotāju iespējām sazināties ar uzņēmumiem, kuri tiem pārdod produktus un pakalpojumus, prasītājas tomēr nav sniegušas nekādus precizējumus attiecībā uz šī integrētā produkta komerciālajām priekšrocībām attiecībā uz citiem saziņas veidiem starp uzņēmumiem un patērētājiem, kā, piemēram, tradicionālo saziņu pa telefonu. Proti, Komisija un persona, kas iestājusies lietā, pamatoti secina, ka šo pārējo saziņas veidu esamības dēļ nav ticams, ka *Lync* un *Skype* integrācijas rezultātā radītais produkts kļūtu par nepieciešamu produktu uzņēmumiem, kuri vēlas sazināties ar saviem patērētājiem. Ir arī jāsecina, ka pēc koncentrācijas *Skype* aplikācija joprojām ir pieejama un lejupielādējama un ka tātad pavisam noteikti ikvienam uzņēmumam ir iespējams atļaut saviem klientiem sazināties ar šo uzņēmumu ar *Skype* palīdzību, norādot savu *Skype* lietotāja vārdu uz saviem produktiem, reklāmā vai interneta vietnē. Lai sazinātos ar *Skype* lietotājiem, nav nepieciešams, lai uzņēmumam būtu *Lync* un *Skype* integrācijas rezultātā radies produkts.

128 Treškārt, gadījumā, ja *Lync* un *Skype* integrācijas rezultātā radies produkts jaunajam uzņēmumam nodrošinātu reālu komerciālu priekšrocību, šim uzņēmumam joprojām nebūtu spējas īstenot tirgus norobežošanas stratēģiju. Pirmkārt, no pirmā pamata analīzes izriet, ka saistībā ar patērētāju saziņas pakalpojumiem koncentrācija nerada pamatotas šaubas attiecībā uz tās saderību ar iekšējo tirgu. Otrkārt, kā norādīts iepriekš 121. punktā, *Lync* konkurentu, tostarp *Cisco*, rīcībā būtu pietiekami daudz laika, lai attīstītu komercpolitikas ar mērķi neitralizēt tirgus norobežošanas stratēģiju, ko jaunais uzņēmums eventuāli varētu nolemt īstenot. Proti, šie konkurenti varētu pielāgot savu produktu cenas, kvalitāti vai funkcionalitāti vai arī izmantot tādus citus lielos patērētāju saziņas pakalpojumu sniedzējus kā, piemēram, *Facebook*, *Twitter* un *Google*. Šajā ziņā ir jānorāda, ka vairāki uzņēmumi, kā to apgalvo persona, kas iestājusies lietā, jau ir pievienojušies šāda veida tīkliem.

129 Prasītājas nevar apstrīdēt jaunā uzņēmuma vājo tirgus spēju, atsaucoties uz apstrīdētā lēmuma 143. apsvērumu, saskaņā ar kuru Komisija atzina *Microsoft* spēju uzsākt norobežošanas politikas citos tirgos. Proti, šis apsvērums neattiecas uz profesionāļu saziņas tirgu, bet patērētāju saziņas tirgu un, it īpaši, jaunā uzņēmuma iespēju apvienot *Microsoft* produktus, konkrētajā gadījumā – *Windows*, *Windows Internet Explorer* vai *Microsoft Office*, ar *Skype*.

130 Turklāt prasītājas nav iesniegušas nevienu citu pierādījumu, kas ļautu konstatēt, ka jaunajam uzņēmumam ir spēja iesaistīties to apgalvotajā tirgus norobežošanas stratēģijā.

131 Otrkārt, attiecībā uz jaunā uzņēmuma tiekšanos īstenot šādu stratēģiju ir jāatgādina, ka prasītājas nav sniegušas nekādu konkrētu informāciju attiecībā uz ieguvumu, ko šāda stratēģija tam varētu sniegt. Tās vienīgi norāda uz apjomīgo *Skype* lietotāju bāzi, darījuma vērtību, kas sasniedz USD 8,5 miljardus, atsevišķiem *Microsoft* ģenerāldirektora paziņojumiem un tās agrāko izslēdzošo praksi.

132 Neesot nekādai informācijai attiecībā uz produkta, kurā integrēts *Skype* un *Lync*, pieprasījuma esamību, apjomu un raksturu, ir grūti un pat neiespējami izvērtēt, vai izslēgšanas stratēģija jaunajam uzņēmumam var izrādīties ienesīga. Turklāt, ciktāl *Skype* joprojām ir pieejams kā lejuplādējama programmatūra visiem lietotājiem, tostarp uzņēmumiem, ir arī grūti atbildēt uz jautājumu, vai šie uzņēmumi dos priekšroku integrētam produktam vai konkurējošai profesionāļu saziņas sistēmai, kurā tie būs lejupielādējuši *Skype* programmatūru. Atsauces uz agrāku komercpraksi saistībā ar citiem, nevis patērētāju saziņas tirgiem, darījuma vērtību un vispārīgiem atsevišķu *Microsoft* pārstāvju paziņojumiem nevar kompensēt šos trūkumus.

133 Tādējādi nav taustāmu faktoru, kas ļautu secināt, ka jaunais uzņēmums būtu motivēts ieviest tirgus norobežošanas stratēģiju.

134 Treškārt, attiecībā uz iespējamo šādas stratēģijas globālo ietekmi uz cenām un izvēli ir jāatgādina, kā to izdarīja Komisija un persona, kas iestājusies lietā, ka *Lync* tirgus daļa profesionāļu saziņas tirgū, protams, ir nozīmīga, bet ka tā ir mazāka nekā tās konkurentiem un, it īpaši, mazāka nekā *Cisco* tirgus daļa. Tā kā stratēģijas ieviešana ilgs vairākus gadus (skat. iepriekš 120. un 121. punktu), nav paredzams, ka šāda stratēģija nākamajos gados varētu radīt diametrāli pretējas konkurences proporciju izmaiņas par labu *Lync*.

135 Šo konstatējumu nekādi nemaina tas, ka *Lync* varētu tikt pārdota kopā ar citiem *Microsoft* gammas produktiem, jo šāda pārdošanas stratēģija nav atkarīga no koncentrācijas, uz kuru attiecas apstrīdētais lēmums.

136 Līdz ar to Komisija nav pieļāvusi acīmredzamu kļūdu savā konglomerāta ietekmes uz profesionāļu saziņas tirgu vērtējumā.

137 Tādējādi otrā pamata otrā daļa ir jānoraida kā nepamatota, un līdz ar to otrais pamats ir jānoraida pilnībā.

138 Ņemot vērā iepriekš minēto, prasība atcelt apstrīdēto lēmumu ir jānoraida.

139 Visbeidzot, attiecībā uz pirmo prasījumu daļu prasītājas būtībā lūdz Vispārējo tiesu veikt procesa organizatorisko pasākumu, uzdodot Komisijai iesniegt tiesai visus dokumentus saistībā ar sarunām, kas attiecas uz saziņu starp Komisiju un darījuma pusēm par iespējamo vienošanos attiecībā uz savstarpējo izmantojamību. Tā kā no iepriekš minētajiem apsvērumiem izriet, ka Komisija nav pieļāvusi nevienu acīmredzamu kļūdu vērtējumā, atļaujot koncentrāciju, pamatojoties uz Regulas Nr. 139/2004 6. pantu, šīs prasības ietvaros vairs nav jāapsver jautājums par to, vai Komisijai eventuāli varēja būt bijušas diskusijas par vienošanos attiecībā uz savstarpējo izmantojamību. Līdz ar to Vispārējā tiesa uzskata, ka nav jāveic pirmajā prasījumā minētais procesa organizatoriskais pasākums.

Par tiesāšanās izdevumiem

140 Atbilstoši reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā prasītājām spriedums ir nelabvēlīgs, tām jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar Komisijas un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (ceturtā palāta)

nospriež:

1) prasību noraidīt;

2) *Cisco Systems Inc.* un *Messagenet SpA* sedz savus tiesāšanās izdevumus pašas, kā arī atlīdzina Eiropas Komisijai un *Microsoft Corp.* radušos tiesāšanās izdevumus.

Papasavvas van der Woude Wetter

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2013. gada 11. decembrī.

[Paraksti]

Satura rādītājs

Tiesvedības rašanās fakti 2

Lietas dalībnieki 2

Administratīvais process 2

Apstrīdētā lēmuma saturs 2

Tiesvedība un lietas dalībnieku prasījumi 3

Juridiskais pamatojums 4

Par pieņemamību 5

Par lietas būtību 6

Par Komisijas pierādīšanas pienākumu un pārbaudes tiesā intensitāti 6

Par pirmo pamatu saistībā ar koncentrācijas horizontālo ietekmi uz patērētāju saziņas tirgu 8

– Par tirgus daļu 10

– Par tīkla ietekmi 11

– Par kaitējumu konkurencei 12

Par otro pamatu saistībā ar koncentrācijas konglomerāta iedarbību uz profesionāļu saziņas tirgu 14

– Par pamatojumu 15

– Par acīmredzamas kļūdas vērtējumā esamību 16

Par tiesāšanās izdevumiem 19