

PIELIKUMS

KOMISIJAS PAZIŅOJUMS Pamatnostādnes par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta piemērojamību horizontālās sadarbības nolīgumiem

PROJEKTS

SATURA RĀDĪTĀJS

1.	Ievads	6
1.1.	Šo pamatnostādņu mērķis un struktūra	6
1.2.	101. panta piemērojamība horizontālās sadarbības nolīgumiem	8
1.2.1.	Ievads	8
1.2.2.	Analītiskais satvars.....	10
1.2.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	11
1.2.4.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ.....	12
1.2.5.	Konkurenci ierobežojošas sekas	14
1.2.6.	Aksesuāri ierobežojumi.....	14
1.2.7.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	15
1.2.8.	Horizontālās sadarbības nolīgumi, uz kuriem parasti neattiecas 101. panta 1. punkta piemērošanas joma	16
1.3.	Saistība ar citiem norādījumiem un tiesību aktiem.....	17
2.	Pētniecības un izstrādes nolīgumi	19
2.1.	Ievads	19
2.2.	Konkrētie tirgi	21
2.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	21
2.3.1.	Galvenās konkurences problēmas	21
2.3.2.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ.....	21
2.3.3.	Konkurenci ierobežojošas sekas	22
2.4.	Nolīgumi, uz kuriem attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR	24
2.4.1.	Nošķīrums starp “kopīgu pētniecību un izstrādi” un “maksas pētniecību un izstrādi” un jēdziens “specializācija attiecībā uz pētniecību un izstrādi”	26
2.4.2.	Pētniecības un izstrādes rezultātu kopīga izmantošana un jēdziens “specializācija attiecībā uz kopīgu izmantošanu”	26
2.4.3.	Intelektuālā īpašuma tiesību piešķiršana vai licencēšana.....	28
2.5.	Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētie atbrīvojuma nosacījumi	28
2.5.1.	Piekļuve galīgajiem rezultātiem.....	28
2.5.2.	Piekļuve jau pastāvošai zinātnībai	29
2.5.3.	Ar kopīgu izmantošanu saistīti nosacījumi	30

2.5.4.	Robežlielumi, tirgus daļas un atbrīvojuma ilgums.....	30
2.6.	Stingrie un izslēgtie ierobežojumi.....	38
2.6.1.	Stingrie ierobežojumi	38
2.6.2.	Izslēgtie ierobežojumi	40
2.7.	Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu atsaukšana.....	41
2.8.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, uz kuriem neattiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērošanas joma	43
2.8.1.	Efektivitātes pieaugums	44
2.8.2.	Obligāta vajadzība.....	44
2.8.3.	Nodošana patērētājiem	44
2.8.4.	Konkurences nelikvidēšana.....	44
2.9.	Novērtējuma laiks	45
2.10.	Piemērs.....	45
3.	Ražošanas nolīgumi	49
3.1.	Ievads	49
3.2.	Konkrētie tirgi	49
3.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	50
3.3.1.	Galvenās konkurences problēmas	50
3.3.2.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ.....	51
3.3.3.	Konkurenci ierobežojošas sekas	51
3.4.	Nolīgumi, uz kuriem attiecas Specializācijas nolīgumu GAR.....	55
3.4.1.	Specializācijas nolīgumi.....	55
3.4.2.	Citi noteikumi specializācijas nolīgumos.....	56
3.4.3.	Kopīga izplatīšana un jēdziens “kopīgs” saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR	57
3.4.4.	Pakalpojumi saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR	58
3.4.5.	Konkurējoši uzņēmumi — faktiskie vai potenciālie konkurenti.....	58
3.4.6.	Tirgus daļas robežlielums un atbrīvojuma ilgums	58
3.4.7.	Stingrie ierobežojumi Specializācijas nolīgumu GAR	59
3.4.8.	Specializācijas nolīgumu GAR atbrīvojumu atsaukšana	60
3.5.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu attiecībā uz ražošanas nolīgumiem, uz kuriem neattiecas Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanas joma	61
3.5.1.	Efektivitātes pieaugums	61
3.5.2.	Obligāta vajadzība.....	61
3.5.3.	Nodošana patērētājiem	62
3.5.4.	Konkurences nelikvidēšana.....	62

3.6.	Mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumi	62
3.7.	Piemēri	65
4.	Pirkuma nolīgumi	69
4.1.	Ievads	69
4.2.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	70
4.2.1.	Galvenās konkurences problēmas	70
4.2.2.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ	70
4.2.3.	Konkurenci ierobežojošas sekas	71
4.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	75
4.3.1.	Efektivitātes pieaugums	75
4.3.2.	Obligāta vajadzība	76
4.3.3.	Nodošana patērētājiem	76
4.3.4.	Konkurences nelikvidēšana	77
4.4.	Piemēri	77
5.	Komercializācijas nolīgumi	80
5.1.	Ievads	80
5.2.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	81
5.2.1.	Galvenās konkurences problēmas	81
5.2.2.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ	81
5.2.3.	Konkurenci ierobežojošas sekas	82
5.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	83
5.3.1.	Efektivitātes pieaugums	83
5.3.2.	Obligāta vajadzība	84
5.3.3.	Nodošana patērētājiem	84
5.3.4.	Konkurences nelikvidēšana	84
5.4.	Solīšanas konsorcijs	84
5.5.	Piemēri	87
6.	Informācijas apmaiņa	92
6.1.	Ievads	92
6.2.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	93
6.2.1.	Ievads	93
6.2.2.	Galvenās konkurences problēmas saistībā ar informācijas apmaiņu	95
6.2.3.	Apmaiņā iesaistītās informācijas raksturs	96
6.2.4.	Apmaiņas iezīmes	100
6.2.5.	Tirgus iezīmes	105

6.2.6.	Konkurences ierobežojums mērķa dēļ	105
6.2.7.	Konkurenci ierobežojošas sekas	107
6.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	108
6.3.1.	Efektivitātes pieaugums	108
6.3.2.	Obligāta vajadzība.....	108
6.3.3.	Nodošana patērētājiem	108
6.3.4.	Konkurences nelikvidēšana.....	109
6.4.	Piemēri	109
7.	Standartizācijas nolīgumi	111
7.1.	Ievads	111
7.2.	Konkrētie tirgi	112
7.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	112
7.3.1.	Galvenās konkurences problēmas	112
7.3.2.	Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ.....	114
7.3.3.	Konkurenci ierobežojošas sekas	115
7.4.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	121
7.4.1.	Efektivitātes pieaugums	121
7.4.2.	Obligāta vajadzība.....	122
7.4.3.	Nodošana patērētājiem	123
7.4.4.	Konkurences nelikvidēšana.....	123
7.5.	Piemēri	123
8.	Standarta noteikumi	125
8.1.	Definīcijas	125
8.2.	Konkrētie tirgi	125
8.3.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu	125
8.3.1.	Galvenās konkurences problēmas	125
8.3.2.	Konkurences ierobežojums mērķa dēļ	126
8.3.3.	Konkurenci ierobežojošas sekas	126
8.4.	Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu	127
8.4.1.	Efektivitāte	127
8.4.2.	Obligāta vajadzība.....	128
8.4.3.	Nodošana patērētājiem	128
8.4.4.	Konkurences nelikvidēšana.....	128
8.5.	Piemēri	128
9.	Ilgspējas nolīgumi	130

9.1.	Ievads	130
9.2.	Ilgtspējas nolīgumi, kas nerada konkurences problēmas	132
9.3.	Ilgtspējas nolīgumu novērtējums saskaņā ar 101. panta 1. punktu	132
9.3.1.	Principi	132
9.3.2.	Ilgtspējas standartizācijas nolīgumi	133
9.4.	Ilgtspējas nolīgumu novērtējums saskaņā ar 101. panta 3. punktu	136
9.4.1.	Efektivitātes pieaugums	136
9.4.2.	Obligāta vajadzība.....	137
9.4.3.	Nodošana patērētājiem	138
9.4.4.	Konkurences nelikvidēšana.....	142
9.5.	Publisko iestāžu iesaiste.....	143
9.6.	Piemēri	143

1. IEVADS

1.1. Šo pamatnostādņu mērķis un struktūra

1. Šo pamatnostādņu¹ mērķis ir sniegt juridisko noteiktību, palīdzot uzņēmumiem novērtēt to horizontālās sadarbības nolīgumus saskaņā ar Savienības konkurences noteikumiem un vienlaikus nodrošinot efektīvu konkurences aizsardzību. To mērķis ir arī atvieglot uzņēmumiem sadarbību tādos veidos, kas ir ekonomiski vēlamī, un tādējādi, piemēram, sniegt ieguldījumu zaļās un digitālās pārkārtošanās procesā un sekmēt iekšējā tirgus noturību².
2. Šajās pamatnostādnēs ir noteikti principi horizontālās sadarbības nolīgumu un saskaņotu darbību novērtēšanai saskaņā ar Līguma par Eiropas Savienības darbību* 101. pantu (turpmāk “101. pants”), un tās nodrošina analītisku satvaru attiecībā uz izplatītākajiem horizontālās sadarbības nolīgumu veidiem:
 - pētniecības un izstrādes nolīgumi, sniedzot arī norādījumus par to, kā piemērot Komisijas 2022. gada (..) decembra Regulu (ES) Nr. (..) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu dažām pētniecības un izstrādes nolīgumu kategorijām (turpmāk “Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR”) (2. nodaļa),
 - ražošanas nolīgumi, sniedzot arī norādījumus par to, kā piemērot Komisijas 2022. gada (..) decembra Regulu (ES) Nr. (..) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu dažām specializācijas nolīgumu kategorijām (turpmāk “Specializācijas nolīgumu GAR”) (3. nodaļa),
 - pirkuma nolīgumi (4. nodaļa),
 - komercializācijas nolīgumi (5. nodaļa),
 - informācijas apmaiņa (6. nodaļa),
 - standartizācijas nolīgumi (7. nodaļa),
 - standarta noteikumi (8. nodaļa).
3. Turklāt, tā kā Komisija ir apņēmusies sasniegt Eiropas Savienības zaļā kursa³ mērķus, šajās pamatnostādnēs ir sniegti norādījumi par to, kā saskaņā ar 101. pantu tiks novērtēti izplatītākie horizontālās sadarbības nolīgumi, ja tajos ir izvirzīti ilgtspējas mērķi (9. nodaļa).
4. Ņemot vērā horizontālās sadarbības veidu un apvienojumu potenciāli lielo skaitu un tirgus apstākļus, kuros tie īstenojas, ir sarežģīti sniegt konkrētus norādījumus par ikvienu iespējamo gadījumu. Šīs pamatnostādnes nav “kontROLSaraksts”, ko var piemērot automātiski. Katrs gadījums ir jānovērtē, pamatojoties uz tā faktiem.

¹ Šīs pamatnostādnes aizstāj Komisijas paziņojumu “Pamatnostādnes par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta piemērojamību horizontālās sadarbības nolīgumiem” (OV C 11, 14.1.2011., 1. lpp.).

² Sk. arī paziņojumu “2020. gada Jaunās industriālās stratēģijas atjaunināšana: veidojot spēcīgāku vienoto tirgu Eiropas atveseļošanai”, 2021. gada 5. maijs, COM(2021) 350 final.

* Kopš 2009. gada 1. decembra EK Līguma 81. pants ir Līguma par Eiropas Savienības darbību (“Līgums”) 101. pants. Abi panti būtībā ir vienādi. Šajās pamatnostādnēs atsaucies uz Līguma 101. pantu attiecīgā gadījumā būtu uzskatāmas par atsaucēm uz EK dibināšanas līguma 81. pantu. Ar Līgumu noteiktas pārmaiņas tika ieviestas arī terminoloģijā, piemēram, vārds “Kopiena” tika aizstāts ar vārdu “Savienība”, bet vārdkopa “kopējais tirgus” — ar vārdkopu “iekšējais tirgus”. Viscaur šajās pamatnostādnēs ir lietota Līguma terminoloģija.

³ Komisijas paziņojums “Eiropas zaļais kurss”, COM(2019) 640 final.

5. Šīs pamatnostādnes attiecas uz horizontālās sadarbības nolīgumiem, kas saistīti ar precēm, pakalpojumiem un tehnoloģijām.
6. Horizontālās sadarbības nolīgumi var apvienot dažādus sadarbības posmus, piemēram, pētniecību un izstrādi un tās rezultātu izmantošanu ražošanā un/vai komercializāciju. Šīs pamatnostādnes attiecas arī uz šādiem nolīgumiem. Izmantojot šīs pamatnostādnes šādas integrētas sadarbības analīzei, parasti svarīgas būs visas nodaļas, kas attiecas uz sadarbības dažādajiem posmiem. Tomēr, lai novērtētu, vai konkrēta rīcība parasti būs uzskatāma par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ vai seku dēļ, uz visu sadarbību pirmām kārtām attieksies nodaļa, kas aptver to integrētās sadarbības posmu, kuru var uzskatīt par tās “smagumcentru”.
7. Integrētas sadarbības smagumcentra noteikšanā īpaši svarīgi ir divi faktori: pirmkārt, sadarbības sākumpunkts un, otrkārt, dažādo apvienoto funkciju integrācijas pakāpe. Lai gan nav iespējams sniegt precīzu un skaidru noteikumu, kas būtu derīgs visiem gadījumiem un visiem iespējamajiem apvienojumiem, saskaņā ar apkopoto pieredzi ir iespējams uzskatīt, ka kopumā:
 - smagumcentrs tādām horizontālās sadarbības nolīgumam, kurš aptver gan kopīgu pētniecību un izstrādi, gan tās rezultātu kopīgu izmantošanu ražošanā, būtu kopīgā pētniecība un izstrāde, ja kopīga ražošana notiks tikai tad, ja kopīgā pētniecība un izstrāde būs sekmīga. Tas nozīmē, ka kopīgās pētniecības un izstrādes rezultāti ir izšķirīgi turpmākajai kopīgajai ražošanai. Šajā gadījumā dominējošie ir norādījumi nodaļā par pētniecības un izstrādes nolīgumiem. Smagumcentra novērtējuma rezultāts būtu atšķirīgs, ja puses būtu iesaistījušās kopīgā ražošanā tā vai citādi, tas ir, neatkarīgi no kopīgās pētniecības un izstrādes. Tas nozīmē, ka šādi nolīgumi būtu jānovērtē kā kopīgas ražošanas nolīgumi un dominējošie ir norādījumi nodaļā par ražošanas nolīgumiem. Ja nolīgums paredz pilnīgu integrāciju ražošanas jomā un tikai daļēju dažu pētniecības un izstrādes darbību integrāciju, arī tad sadarbības smagumcentrs būtu kopīgā ražošana;
 - līdzīgi smagumcentrs horizontālās sadarbības nolīgumam, kas saistīts gan ar specializāciju, gan ar rezultātu kopīgu komercializāciju, parasti būtu specializācija, jo kopīga komercializācija notiks, tikai pateicoties sadarbībai specializācijas darbībā;
 - smagumcentrs horizontālās sadarbības nolīgumam, kas saistīts ar produktu kopīgu ražošanu un kopīgu komercializāciju, parasti būtu kopīga ražošana, jo kopīga komercializācija parasti notiks, tikai pateicoties sadarbībai kopīgās ražošanas galvenajā darbībā.
8. Smagumcentra pārbaude attiecas tikai uz šo pamatnostādņu dažādo nodaļu attiecībām, nevis uz dažādu grupu atbrīvojuma regulu attiecībām. Grupu atbrīvojuma regulu piemērošanas joma ir noteikta to noteikumos. Sk. 2. nodaļu attiecībā uz nolīgumiem, uz kuriem attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, un 3. nodaļu attiecībā uz nolīgumiem, uz kuriem attiecas Specializācijas nolīgumu GAR.
9. Šīs pamatnostādnes ir strukturētas, kā aprakstīts turpmāk.
 - Pirmā nodaļa ir ievads, kurā izklāstīts konteksts, kādā 101. pants ir piemērojams horizontālās sadarbības nolīgumiem. Minētajā nodaļā ir arī sniegta informācija par attiecībām starp šīm pamatnostādnēm un citiem tiesību aktiem un norādījumiem, kas skar horizontālās sadarbības nolīgumus.

- Pamatnostādņu 2.–8. nodaļā ir sniegti norādījumi, kas piemērojami, lai atvieglotu pašnovērtējumu saskaņā ar 101. pantu attiecībā uz izplatītākajiem horizontālās sadarbības nolīgumiem. Pamatnostādņu 9. nodaļā ir sniegti papildu norādījumi, kas piemērojami, ja minētajos nolīgumos ir izvirzīti ilgspējas mērķi. Norādījumi 2.–9. nodaļā papildina vispārīgākos norādījumus, kas sniegti šajā ievadā. Tāpēc ir ieteicams vienmēr vispirms izlasīt ievadu un tad — konkrētās nodaļas.

1.2. 101. panta piemērojamība horizontālās sadarbības nolīgumiem

1.2.1. Ievads

10. Viens no 101. panta mērķiem ir nodrošināt, ka uzņēmumi neizmanto horizontālās sadarbības nolīgumus, lai nepieļautu, ierobežotu vai izkropļotu konkurenci tirgū, galu galā kaitējot patērētājiem.
11. Līguma 101. pants ir piemērojams uzņēmumiem un uzņēmumu apvienībām. Uzņēmums ir jebkura personīgu, materiālu un nemateriālu elementu vienība, kas iesaistīta saimnieciskā darbībā, neatkarīgi no tās juridiskā statusa un veida, kādā tā tiek finansēta⁴. Uzņēmumu apvienība ir struktūra, ar kuras starpniecību viena un tā paša vispārīgā veida uzņēmumi koordinē savu rīcību tirgū⁵. Šīs pamatnostādnes ir piemērojamas horizontālās sadarbības nolīgumiem starp uzņēmumiem un uzņēmumu apvienību lēmumiem.
12. Ja uzņēmums īsteno izšķirošu ietekmi pār citu uzņēmumu, tie kopā veido vienu ekonomisku vienību un tādējādi ir daļa no viena un tā paša uzņēmuma⁶. Sabiedrības, kas ir daļa no viena un tā paša uzņēmuma, šajās pamatnostādnēs neuzskata par konkurentiem, pat ja tie abi darbojas vienos un tajos pašos konkrētajos produktu un ģeogrāfiskajos tirgos.
13. Lai noteiktu atbildību par 101. panta 1. punkta pārkāpumu, Tiesa ir nospriedusi, ka mātessabiedrības un to kopuzņēmums veido vienu ekonomisku vienību un tādējādi — vienu uzņēmumu attiecībā uz konkurences tiesībām un konkrēto(-ajiem) tirgu(-iem), ja vien tiek pierādīts, ka kopuzņēmuma mātessabiedrības īsteno izšķirošu ietekmi pār šo kopuzņēmumu⁷. Tādējādi, ja tiek pierādīts, ka mātessabiedrības īsteno izšķirošu ietekmi pār kopuzņēmumu, Komisija parasti nepiemēros 101. panta 1. punktu nolīgumiem un saskaņotām darbībām starp mātessabiedrību(-ām) un kopuzņēmumu attiecībā uz to darbību konkrētajā(-os) tirgū(-os), kurā(-os) darbojas

⁴ Sk., piemēram, 2021. gada 25. marta spriedumu lietā *Deutsche Telekom/Komisija*, C-152/19 P, EU:C:2021:238, 72. punktu un tajā citēto judikatūru.

⁵ Tādā nozīmē, kā to paredz 2014. gada 11. septembra spriedums lietā *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 76. punkts, un ģenerālvokāta *Léger* secinājumi, 2001. gada 10. jūlijs, *Wouters*, C-309/99, EU:C:2001:390, 61. punkts.

⁶ Sk., piemēram, 1996. gada 24. oktobra spriedumu lietā *Viho*, C-73/95 P, EU:C:1996:405, 51. punktu. To, ka mātessabiedrība īsteno izšķirošu ietekmi pār meitassabiedrības rīcību, var pieņemt pilnībā piederošu meitassabiedrību gadījumā vai ja mātessabiedrībai ir visas balsstiesības, kas saistītas ar tā meitassabiedrību akcijām; sk., piemēram, 2009. gada 10. septembra spriedumu lietā *Akzo*, C-97/08 P, EU:C:2009:536, 60. un nākamos punktus, un 2021. gada 27. janvāra spriedumu lietā *The Goldman Sachs Group Inc/Komisija*, C-595/18 P, EU:C:2021:73, 36. punktu.

⁷ 2013. gada 26. septembra spriedums lietā *EI du Pont de Nemours and Company*, C-172/12 P, EU:C:2013:601, 47. punkts, un 2017. gada 14. septembra spriedums *LG Electronics Inc. un Koninklijke Philips Electronics NV* apvienotajās lietās C-588/15 P un C-622/15 P, EU:C:2017:679, 71. un 76. punkts.

kopuzņēmums. Tomēr Komisija parasti piemēros 101. panta 1. punktu nolīgumiem, kas noslēgti:

- starp mātesabiedrībām, lai izveidotu kopuzņēmumu;
- starp mātesabiedrībām, lai mainītu kopuzņēmuma tvērumu;
- starp mātesabiedrībām un kopuzņēmumu ārpus kopuzņēmuma darbības produktu un ģeogrāfiskā tvēruma un
- starp mātesabiedrībām, neiesaistot kopuzņēmumu, pat attiecībā uz konkrēto tirgu, kurā kopuzņēmums darbojas.

14. Fakts, ka kopuzņēmums un tā mātesabiedrības tiek uzskatīti par daļu no viena un tā paša uzņēmuma noteiktā tirgū, neliedz šiem mātesabiedrībām palikt neatkarīgām visos citos tirgos⁸.
15. Lai 101. pantu piemērotu horizontālai sadarbībai, jāpastāv noteiktai koordinācijai starp konkurentiem — citiem vārdiem sakot, nolīgumam starp uzņēmumiem, uzņēmumu apvienības lēmumam vai saskaņotai darbībai.

*Horizontālā sadarbība var izpausties kā **nolīgums**, saskaņā ar kuru divi vai vairāki uzņēmumi ir pauduši sakritīgu vēlmi sadarboties⁹. **Saskaņota darbība** ir noteikta veida koordinācija, kurā uzņēmumi nav noslēguši nolīgumu, bet apzināti aizstāj konkurences riskus, īstenojot praktisku sadarbību¹⁰. Saskaņotas darbības jēdziens papildus tam, ka iesaistītie uzņēmumi savstarpēji saskaņo savu darbību, ietver šādai saskaņošanai atbilstošu rīcību tirgū un cēloņa un seku sakarību starp šiem abiem elementiem¹¹.*

16. Nolīguma, saskaņotas darbības vai uzņēmumu apvienības lēmuma pastāvēšana vēl neliecina par to, ka pastāv konkurences ierobežojums 101. panta 1. punkta nozīmē. Vieglākai saprotamības labad, ja vien nav noteikts citādi, šajās pamatnostādnēs termins “nolīgums” attiecas arī uz uzņēmumu apvienību saskaņotām darbībām un lēmumiem.
17. Horizontālās sadarbības nolīgumus var noslēgt starp faktiskiem vai potenciāliem konkurentiem. Divus uzņēmumus uzskata par faktiskiem konkurentiem, ja tie darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū un ģeogrāfiskajā tirgū. Uzņēmumu uzskata par potenciālu cita uzņēmuma konkurentu, ja, neesot nolīgumam, ir iespējams, ka pirmais uzņēmums īsā laikā¹² uzņemtos vajadzīgās papildu investīcijas vai citas

⁸ 2017. gada 14. septembra spriedums *LG Electronics Inc. un Koninklijke Philips Electronics NV* apvienotajās lietās C-588/15 P un C-622/15 P, EU:C:2017:679, 79. punkts.

⁹ Sk., piemēram, 2006. gada 13. jūlija spriedumu lietā *Komisija/Volkswagen*, C-74/04 P, EU:C:2006:460, 37. punktu.

¹⁰ Sk., piemēram, 2009. gada 4. jūnija spriedumu lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 26. punktu; 1993. gada 31. marta spriedumu lietā *Wood Pulp*, C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-116/85, C-117/85 un no C-125/85 līdz C-129/85, EU:C:1993:120, 63. punktu.

¹¹ 2015. gada 19. marta spriedums lietā *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 126. punkts un tajā citētā judikatūra.

¹² Tas, cik ilgs laiks uzskatāms par “īsu laiku”, ir atkarīgs no juridiskā un ekonomiskā konteksta un konkrētā gadījuma faktiem, un jo īpaši no tā, vai attiecīgais uzņēmums ir horizontālās sadarbības nolīguma puse vai trešā persona. Analizējot, vai nolīguma viena puse būtu jāuzskata par potenciālu otrās puses konkurentu, Komisija par “īsu laiku” parasti uzskatītu ilgāku laikposmu, nekā analizējot trešās personas spēju radīt konkurences spiedienu uz nolīguma pusēm. Lai trešo personu varētu uzskatīt par potenciālu konkurentu, tai būtu jāienāk tirgū pietiekami strauji, potenciālās ienākšanas draudu radītajam konkurences spiedienam ietekmējot nolīguma pušu un citu tirgus dalībnieku rīcību. Tāpēc

nepieciešamās pārorientēšanās izmaksas, lai iekļūtu konkrētajā tirgū, kurā darbojas otrs uzņēmums. Šim novērtējumam jābūt balstītam uz reālistisku situāciju; nepietiek ar tīri teorētisku varbūtību, ka notiks ienākšana tirgū¹³. Ja šajās pamatnostādnēs ir atsauce uz konkurentiem, tas attiecas gan uz faktiskajiem, gan potenciālajiem konkurentiem, ja vien nav norādīts citādi.

Lai novērtētu, vai uzņēmumu var uzskatīt par potenciālu cita uzņēmuma konkurentu, būtiski var būt šādi apsvērumi:

- *ja uzņēmumam ir stingrs nodoms un piemīt spēja ienākt tirgū īsā laikā un tas nesaskaras ar nepārvaramiem šķēršļiem ienākšanai¹⁴;*
- *vai uzņēmums ir veicis pietiekamus sagatavošanās darbus, lai tas varētu ienākt attiecīgajā tirgū;*
- *uzņēmuma, kas vēl nav aktīvs, reālās un konkrētās iespējas pievienoties attiecīgajam tirgum un konkurēt ar vienu vai vairākiem citiem uzņēmumiem — nepietiek ar tīri teorētisku varbūtību, ka notiks ienākšana tirgū;*
- *tirgus struktūra un ekonomiskais un juridiskais konteksts, kurā tas darbojas;*
- *tas, kā tiek uztverts uzņēmums, kurš jau ir tirgū, ir faktors, pēc kura var novērtēt, vai starp šo personu un uzņēmumu, kas ir ārpus tirgus, pastāv konkurences attiecības, jo, ja pēdējais minētais tiek uzskatīts par potenciālu jaunpienācēju tirgū, tas vienkārši savas eksistences dēļ var izraisīt konkurences spiedienu uz dalībniekiem, kuri jau ir tirgū;*
- *nolīguma noslēgšana starp vairākiem uzņēmumiem, kuri darbojas vienā un tajā pašā ražošanas ķēdes līmenī un no kuriem daži iepriekš nav bijuši attiecīgajā tirgū¹⁵.*

1.2.2. Analītiskais satvars

18. Novērtējumu saskaņā ar 101. pantu veic divos posmos. Pirmajā posmā saskaņā ar 101. panta 1. punktu novērtē, vai starp uzņēmumiem noslēgtam nolīgumam, kas var ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm, nav pret konkurenci vērsts mērķis vai faktiskas vai potenciālas¹⁶ konkurenci ierobežojošas sekas.
19. Otrajā posmā saskaņā ar 101. panta 3. punktu, kas kļūst piemērojams tikai tad, ja ir konstatēts, ka nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, nosaka attiecīgā nolīguma radītos konkurenci veicinošos labumus un novērtē, vai šīs konkurenci veicinošās sekas pārsniedz konkurenci ierobežojošās sekas¹⁷. Konkurenci ierobežojošo un konkurenci veicinošo seku līdzsvaru izvērtē vienīgi saskaņā ar

Pētniecības un izstrādes nolīgumu grupu atbrīvojuma regulā un Specializācijas nolīgumu grupu atbrīvojuma regulā par “īsu laiku” uzskata laikposmu, kas nepārsniedz trīs gadus.

¹³ 2020. gada 30. janvāra spriedums lietā *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 37. un 38. punkts.

¹⁴ To, ka pastāv patents, pašu par sevi nevar uzskatīt par nepārvaramu šķērslī. Sk. 2021. gada 25. marta spriedumu lietā *Lundbeck*, C-591/16 P, EU:C:2021:243, 38., 58. un 59. punktu.

¹⁵ Sk., piemēram, 2020. gada 30. janvāra spriedumu lietā *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 36.–58. punktu.

¹⁶ Līguma 101. panta 1. punkts aizliedz gan faktiskas, gan potenciālas pret konkurenci vērstas sekas; sk., piemēram, 1998. gada 28. maija spriedumu lietā *John Deere*, C-7/95 P, EU:C:1998:256, 77. punktu; 2006. gada 23. novembra spriedumu lietā *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 50. punktu.

¹⁷ Sk. 2009. gada 6. oktobra spriedumu *GlaxoSmithKline* apvienotajās lietās C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P un C-519/06 P, EU:C:2009:610, 95. punktu.

101. panta 3. punktu¹⁸. Līguma 101. panta 2. punkts nosaka, ka nolīgums automātiski nav spēkā, ja konkurenci veicinošās sekas nepārsniedz konkurences ierobežojumus.

20. Līguma 101. pants nav piemērojams, ja uzņēmumu pret konkurenci vērsto rīcību pieprasa vai nu valsts tiesību akti, vai valsts tiesiskais regulējums, kas padara neiespējamu iesaistītajiem uzņēmumiem visu veidu konkurējošo darbību¹⁹. Šādās situācijās uzņēmumiem nav iespējams veikt neatkarīgu rīcībā, kas varētu nepieļaut, ierobežot vai izkropļot konkurenci²⁰. Fakts, ka publiskās iestādes rosina uzņēmumus slēgt horizontālās sadarbības nolīgumus, nenozīmē, ka tas ir pieļaujami saskaņā ar 101. pantu²¹. Uz uzņēmumiem turpina attiekties 101. pants, ja valsts tiesību normas tikai mudina uzņēmumus veikt neatkarīgu pret konkurenci vērsto rīcību vai to atvieglo. Dažkārt publiskas iestādes mudina uzņēmumus slēgt horizontālās sadarbības nolīgumus, lai ar pašregulējumu sasniegtu kādu sabiedriskās politikas mērķi.

1.2.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

1.2.3.1. Galvenās konkurences problēmas, kas saistītas ar horizontālo sadarbību

21. Horizontālās sadarbības nolīgumi var sniegt ievērojamus ekonomiskus labumus, tostarp ilgtspējas ieguvumus, jo īpaši, ja tie apvieno savstarpēji papildinošas darbības, prasmes vai aktīvus. Horizontālā sadarbība var būt veids, kā sadalīt risku, ietaupīt izmaksas, palielināt investīcijas, apvienot zinātību, uzlabot produktu kvalitāti un daudzveidību un paātrināt inovāciju. Tāpat horizontālā sadarbība var būt līdzeklis, ar kuru novērst deficītu un traucējumus piegādes ķēdēs vai mazināt atkarību no konkrētiem produktiem, pakalpojumiem un tehnoloģijām.
22. Tomēr horizontālās sadarbības nolīgumi var arī vairākos veidos ierobežot konkurenci. Piemēram, nolīgums var izraisīt konkurences zaudēšanu konkrētajā tirgū un risku, ka starp pusēm pastāv aizliegta vienošanās, vai radīt bažas par tirgus piekļuves ierobežošanu, kas nav saderīga ar konkurenci.

1.2.3.2. Konkurences zaudēšana konkrētajā tirgū

23. Horizontālās sadarbības nolīgumu iespējamās sekas var būt konkurences zaudēšana starp nolīguma pusēm. Konkurenti var gūt labumu no nolīguma radītā konkurences spiediena samazināšanās, lai izdevīgi paaugstinātu cenas vai nelabvēlīgi ietekmētu pārējos konkurences parametrus tirgū.
24. Novērtējot nolīguma ietekmi uz konkurenci, ir būtiski, vai:
- nolīguma pusēm ir lielas tirgus daļas;

¹⁸ Sk. 2003. gada 23. oktobra spriedumu lietā *Van den Bergh Foods*/Komisija, T-65/98, *Recueil*, 2003, II-04653, EU:T:2003:281, 107. punktu; 2001. gada 18. septembra spriedumu lietā *Métropole télévision (M6)* un citi/Komisija, T-112/99, *Recueil*, 2001, II-02459., EU:T:2001:215, 74. punktu; 2006. gada 2. maija spriedumu lietā *O2*/Komisija, T-328/03, *Recueil*, 2006, II-01231, EU:T:2006:116, 69. un nākamos punktus.

¹⁹ Sk. 2010. gada 14. oktobra spriedumu lietā *Deutsche Telekom*, C-280/08 P, EU:C:2010:603, 80. un 81. punktu. Šī iespēja ir interpretēta šauri; sk., piemēram, 1980. gada 29. oktobra spriedumu lietā *Van Landewyck* apvienotajās lietās no 209 līdz 215 un 218/78, EU:C:1980:248, 130.–134. punktu; 1997. gada 11. novembra spriedumu lietā *Ladbroke Racing* apvienotajās lietās C-359/95 P un C-379/95 P, EU:C:1997:531, 33. un nākamos punktus.

²⁰ 2003. gada 9. septembra spriedums lietā *CIF*, C-198/01, EU:C:2003:430, 54. un nākamie punkti.

²¹ Sk., piemēram, 2006. gada 13. decembra spriedumu lietā *FNCBV* un citi/Komisija (*French Beef*), T-217/03 un T-245/03, EU:T:2006:391, 92. punktu.

- tās ir faktiski vai potenciāli konkurenti;
- klientiem ir pietiekamas iespējas mainīt piegādātājus;
- konkurenti varētu palielināt piedāvājumu, ja paaugstinātos cenas, un
- vai viena no nolīguma pusēm ir ievērojams konkurences spēks.

1.2.3.3. Aizliegtas vienošanās risks

25. Horizontālās sadarbības nolīgums var arī samazināt pušu neatkarību lēmumu pieņemšanā un tādējādi palielināt varbūtību, ka tās koordinēs savu rīcību, lai panāktu aizliegtu vienošanos. Tomēr pusēm, kas savu uzvedību koordinējušas jau iepriekš, tas var arī padarīt koordināciju vieglāku, stabilāku un rezultatīvāku, vai nu padarot koordināciju ciešāku, vai arī ļaujot pusēm panākt vēl augstākas cenas. Piemēram, horizontālā sadarbība var likt pusēm atklāt stratēģisku informāciju, tādējādi palielinot koordinācijas varbūtību starp pusēm sadarbības jomā vai ārpus tās. Turklāt puses var panākt izmaksu kopīgumu ievērojamā mērā (tas ir, mainīgo izmaksu daļu, kas pusēm ir kopīga), dodot pusēm iespēju vieglāk koordinēt tirgus cenas un izlaidi.
26. Novērtējot nolīguma ietekmi uz konkurenci, ir būtiski, vai:
- nolīguma pusēm ir lielas tirgus daļas;
 - tās ir faktiski vai potenciāli konkurenti;
 - tirgus iezīmes veicina koordināciju;
 - sadarbības joma veido lielu daļu no pušu mainīgajām izmaksām konkrētā tirgū un
 - vai puses ievērojamā mērā apvieno savas darbības sadarbības jomā. Tā varētu būt, piemēram, ja puses kopīgi ražo vai pērk svarīgu starppatēriņa produktu vai kopīgi ražo vai izplata lielu galaprodukta kopējās izlaides daļu.

1.2.3.4. Tirgus piekļuves ierobežošana

27. Daži horizontālās sadarbības nolīgumi, piemēram, ražošanas un standartizācijas nolīgumi, var radīt arī bažas par tirgus piekļuves ierobežošanu, kas nav saderīga ar konkurenci. Izmantojot pret konkurenci vērstus līdzekļus, konkurentiem tad tiktu traucēts efektīvi konkurēt, piemēram, liedzot tiem piekļuvi būtiskiem izejmateriāliem vai nobloķējot svarīgu ceļu uz tirgu. Arī komerciāli sensitīvas informācijas vai datu apmaiņa rada neiesaistītiem konkurentiem ievērojami neizdevīgākus konkurences nosacījumus nekā informācijas vai datu apmaiņas sistēmā iesaistītajiem uzņēmumiem.

1.2.4. Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ

28. Konkrētus uzņēmumu sadarbības veidus pēc to būtības var uzskatīt par kaitējošiem normālas konkurences pienācīgai darbībai²². Šādos gadījumos nav nepieciešams izvērtēt rīcības faktisko vai iespējamo ietekmi uz tirgu, ja ir konstatēts, ka tai ir pret konkurenci vērsts mērķis²³.

²² Sk., piemēram, 2014. gada 11. septembra spriedumu lietā *CB/Komisija*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 49. un 50. punktu.

²³ Sk., piemēram, 2009. gada 6. oktobra spriedumu *GlaxoSmithKline* apvienotajās lietās C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P un C-519/06 P, EU:C:2009:610, 55. punktu; 2008. gada 20. novembra spriedumu lietā *BIDS*, C-209/07, EU:C:2008:643, 16. punktu; 2009. gada 4. jūnija spriedumu lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 29. un nākamās punktus; 1998. gada 28. maija spriedumu lietā *John Deere*, C-7/95 P, EU:C:1998:256, 77. punktu.

29. Lai varētu uzskatīt, ka horizontālās sadarbības nolīgumam ir pret konkurenci vērsts mērķis, ir pietiekami, ja tam ir *potenciāls* negatīvi ietekmēt konkurenci. Citiem vārdiem sakot, nolīgumam, ņemot vērā konkrēto juridisko un ekonomisko kontekstu, ir vienkārši jāspēj individuālā gadījumā izraisīt konkurences nepieļaušanu, ierobežošanu vai izkropļošanu iekšējā tirgū²⁴.
30. Lai varētu konstatēt, ka nolīgumam ir pret konkurenci vērsts mērķis, nav jābūt tiešai saiknei starp nolīgumu un patēriņa cenām²⁵. Līguma 101. pants ir paredzēts, lai aizsargātu ne tikai atsevišķu konkurentu vai patērētāju tiešās intereses, bet arī tirgus struktūru un tādējādi arī konkurenci kā tādu²⁶.
31. Jēdzienu “konkurences ierobežojums mērķa dēļ” var piemērot darbībām, ja pēc individuāla un sīka izvērtējuma tiek pierādīts, ka tās pietiekamā pakāpē rada kaitējumu konkurencei²⁷.
32. Lai novērtētu, vai nolīgumam ir pret konkurenci vērsts mērķis, ņem vērā šādus elementus:
 - nolīguma saturs;
 - mērķi, kurus ar nolīgumu tiecas sasniegt;
 - ekonomiskais un juridiskais konteksts, kura daļa tas ir.
33. Nosakot minēto juridisko un ekonomisko kontekstu, ir jāņem vērā arī²⁸:
 - ietekmēto preču vai pakalpojumu iedaba jeb veids;
 - faktiskie attiecīgā tirgus vai tirgu darbības un struktūras apstākļi²⁹.
34. Ja puses atsaucas uz iespējamām konkurenci veicinošām nolīguma sekām, kam jābūt ne tikai pierādītām un būtiskām, bet arī konkrēti saistītām ar attiecīgo nolīgumu un pietiekami nozīmīgām, Komisija to pienācīgi ņems vērā³⁰.
35. Pušu *nodoms* nav nepieciešams faktors analīzē par to, vai nolīgumam ir pret konkurenci vērsts mērķis, bet to var ņemt vērā³¹.

²⁴ 2009. gada 4. jūnija spriedums lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 31. punkts.

²⁵ Cena ir viens no konkurences parametriem papildus tādiem parametriem kā izlaide, produktu kvalitāte, produktu daudzveidība vai inovācija.

²⁶ 2009. gada 4. jūnija spriedums lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 38. un 39. punkts; 2015. gada 19. marta spriedums lietā *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 125. punkts.

²⁷ Sk. 2021. gada 25. marta spriedumu lietā *Sun/Komisija*, C-586/16 P, EU:C:2021:241, 86. punktu.

²⁸ Attiecībā uz nolīgumiem, par kuriem Eiropas Savienības Tiesa jau ir nospriedusi, ka tie rada īpaši nopietnus konkurences noteikumu pārkāpumus, juridiskā un ekonomiskā konteksta analīze var ietvert tikai to, kas ir absolūti nepieciešams, lai konstatētu, ka pastāv konkurences ierobežojums mērķa dēļ; sk. 2016. gada 20. janvāra spriedumu lietā *Toshiba*, C-373/14 P, EU:C:2016:26, 29. punktu.

²⁹ Sk. arī 2014. gada 11. septembra spriedumu lietā *CB/Komisija*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 53. punktu; 2015. gada 19. marta spriedumu lietā *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 117. punktu, un 2020. gada 2. aprīļa spriedumu lietā *Budapest Bank* un citi, C-228/18, EU:C:2020:265, 51. punktu.

³⁰ 2020. gada 30. janvāra spriedums lietā *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 103.–107. punkts.

³¹ Sk., piemēram, 2013. gada 14. marta spriedumu lietā *Allianz Hungária Biztosító* un citi, C-32/11, EU:C:2013:160, 37. punktu; 2014. gada 11. septembra spriedumu lietā *CB/Komisija*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 54. punktu, un 2015. gada 19. marta spriedumu lietā *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 118. punktu.

1.2.5. Konkurenci ierobežojošas sekas

36. Horizontālās sadarbības nolīgumam, kas pats par sevi neliecina par pietiekamas pakāpes kaitējumu konkurencei, tik un tā var būt konkurenci ierobežojošas sekas. Lai horizontālās sadarbības nolīgumam būtu konkurenci ierobežojošas sekas, tam jāspēj faktiski vai potenciāli izraisīt ievērojamu negatīvu ietekmi uz vismaz vienu no konkurences parametriem tirgū, piemēram, uz cenām, izlaidi, produktu kvalitāti, produktu daudzveidību vai inovāciju. Lai noskaidrotu, vai tā ir, ir jānovērtē konkurence reālā situācijā, kādā tā rastos, ja nolīguma nebūtu³². Nolīgumiem var būt ierobežojošas sekas, kuras izpaužas tādējādi, ka ievērojami samazinās konkurence starp uzņēmumiem, kas ir nolīguma puses, vai starp kādu nolīguma pusi un trešām personām³³.
37. Lai novērtētu, vai nolīgumam ir ierobežojošas sekas, būtiski ir šādi elementi:
- nolīguma veids un saturs;
 - reālā situācija, kādā notiek sadarbība, jo īpaši ekonomiskais un juridiskais konteksts, kādā attiecīgie uzņēmumi darbojas, ietekmēto preču vai pakalpojumu veids, kā arī faktiskie attiecīgā tirgus vai tirgu darbības un struktūras apstākļi³⁴;
 - tas, cik lielā mērā pusēm atsevišķi vai kopīgi ir vai rodas zināma tirgus varas pakāpe un cik lielā mērā nolīgums veicina šīs tirgus varas rašanos, saglabāšanu un stiprināšanu vai ļauj pusēm izmantot šo tirgus varu³⁵;
 - konkurenci ierobežojošas sekas var būt faktiskas vai potenciālas, bet tām katrā ziņā jābūt pietiekami jūtāmām jeb ievērojamām³⁶.
38. Dažreiz uzņēmumi noslēdz horizontālās sadarbības nolīgumus, jo tie nespētu neatkarīgi veikt sadarbības aptverto projektu vai darbību, pamatojoties uz objektīviem faktoriem, piemēram, pušu ierobežoto tehnisko spēju dēļ. Šādi horizontālās sadarbības nolīgumi parasti neradīs konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē, ja vien puses nebūtu varējušas īstenot projektu ar mazāk stingriem ierobežojumiem³⁷.

1.2.6. Akseuāri ierobežojumi

39. Horizontālās sadarbības nolīgums, kas ir atbilstošs 101. panta 1. punktam, tik un tā var ierobežot šā nolīguma pušu komerciālo autonomiju. Arī šāds tā dēvētais “akseuārais ierobežojums” pats par sevi var būt atbilstošs 101. panta 1. punktam, ja tas ir objektīvi nepieciešams, lai īstenotu horizontālās sadarbības nolīgumu, un

³² 2020. gada 30. janvāra spriedums lietā *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 118. punkts; 2018. gada 12. decembra spriedums lietā *Krka/Komisija*, T-684/14, EU:T:2018:918, 315. punkts; 2014. gada 11. septembra spriedums lietā *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 166. punkts.

³³ 1998. gada 28. maija spriedums lietā *John Deere*, C-7/95 P, EU:C:1998:256, 88. punkts; 2006. gada 23. novembra spriedums lietā *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 51. punkts.

³⁴ 2020. gada 30. janvāra spriedums lietā *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 116. punkts un tajā citētā judikatūra.

³⁵ Tirgus vara ir spēja noteiktā laikposmā izdevīgi saglabāt cenas virs konkurences līmeņa vai noteiktā laikposmā izdevīgi saglabāt izlaidi, t. i., produktu daudzumu, kvalitāti un daudzveidību vai inovāciju, zem konkurences līmeņa. Parasti tirgus varas pakāpe, kas ir vajadzīga, lai konstatētu 101. panta 1. punkta pārkāpumu, ir mazāka par tirgus varas pakāpi, kas vajadzīga, lai konstatētu dominējošu stāvokli saskaņā ar 102. pantu, kur ir vajadzīga ievērojama tirgus varas pakāpe.

³⁶ 2014. gada 11. septembra spriedums lietā *CB/Komisija*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, 52. punkts.

³⁷ Sk. arī 18. punktu Komisijas Pamatnostādnēs par Līguma 81. panta 3. punkta piemērošanu (OV C 101, 27.4.2004., 97. lpp.).

samērīgs ar tā mērķiem³⁸. Šādos gadījumos ir jāizvērtē, vai nolīgumu būtu neiespējami veikt, ja nebūtu attiecīgā ierobežojuma³⁹. Tas, ka attiecīgo operāciju vai darbību ir vienkārši grūtāk īstenot vai tā ir mazāk izdevīga bez attiecīgā ierobežojuma, nepadara šo ierobežojumu “objektīvi nepieciešamu” un līdz ar to aksesuāru⁴⁰.

1.2.7. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

40. Konkurences ierobežojumu mērķa vai seku dēļ novērtējums saskaņā ar 101. panta 1. punktu ir tikai viena analīzes puse. Otra puse, ko atspoguļo 101. panta 3. punkts, ir ierobežojošu nolīgumu konkurenci veicinošo seku novērtējums⁴¹. Ja individuālā gadījumā ir pierādīts konkurences ierobežojums mērķa vai seku dēļ 101. panta 1. punkta nozīmē, par pretargumentu var izmantot atsauci uz 101. panta 3. punktu. Saskaņā ar 2. pantu Padomes 2002. gada 16. decembra Regulā (EK) Nr. 1/2003 par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti Līguma 81. un 82. pantā⁴², pierādīšanas pienākums saskaņā ar 101. panta 3. punktu ir uzņēmumam(-iem), kas vēlas izmantot minētā noteikuma priekšrocības (labumus). Tāpēc uzņēmuma(-u) sniegtajiem faktu argumentiem un pierādījumiem jābūt tādiem, lai Komisija varētu gūt pārliecību, ka pastāv pietiekama iespējamība, ka attiecīgais nolīgums radīs konkurenci veicinošas sekas⁴³.
41. Līguma 101. panta 3. punktā paredzēto izņēmuma noteikumu piemēro, ja ir ievēroti četri kumulatīvi nosacījumi, no kuriem divi ir pozitīvi, bet divi — negatīvi:
- nolīgumam jāpalīdz uzlabot produktu ražošanu vai izplatīšanu vai jāveicina tehniska vai saimnieciska attīstība, t. i., jārada efektivitātes pieaugums;
 - ierobežojumiem jābūt obligāti vajadzīgiem, lai sasniegtu šos mērķus, t. i., efektivitātes pieaugumu;
 - patērētājiem jāsaņem pienācīga daļa no iegūtajiem labumiem, t. i., efektivitātes pieaugums — tostarp kvalitātes ziņā —, kas panākts ar obligāti vajadzīgo ierobežojumu palīdzību, pietiekamā apjomā jānodod patērētājiem, lai tādējādi patērētājiem kompensētu vismaz nolīguma ierobežojošās sekas. Tātad nepietiek, ja efektivitāte pieaug tikai nolīguma pusēm. Šajās pamatnostādnēs jēdziens “patērētāji” aptver nolīguma pušu potenciālos un/vai faktiskos klientus⁴⁴, un
 - nolīgums nedrīkst ļaut dot pusēm likvidēt konkurenci attiecībā uz attiecīgo produktu būtisku daļu.

³⁸ 2014. gada 11. septembra spriedums lietā *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 89. punkts; 1985. gada 11. jūlija spriedums lietā *Remia un citi/Komisija*, 42/84, EU:C:1985:327, 19. un 20. punkts; 1986. gada 28. janvāra spriedums lietā *Pronuptia*, 161/84, EU:C:1986:41, 15.–17. punkts; 1994. gada 15. decembra spriedums lietā *DLG*, C-250/92, EU:C:1994:413, 35. punkts, un 1995. gada 12. decembra spriedums lietā *Oude Luttikhuis un citi*, C-399/93, EU:C:1995:434, 12.–15. punkts.

³⁹ 2014. gada 11. septembra spriedums lietā *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 91. punkts.

⁴⁰ 2014. gada 11. septembra spriedums lietā *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 91. punkts.

⁴¹ Vispārīgā pieeja, kas izmantojama, piemērojot 101. panta 3. punktu, ir izklāstīta Komisijas Pamatnostādnēs par Līguma 81. panta 3. punkta piemērošanu (OV C 101, 27.4.2004., 97. lpp.).

⁴² OV L 1, 4.1.2003., 1. lpp.

⁴³ Sk., piemēram, 2009. gada 6. oktobra spriedumu *GlaxoSmithKline* apvienotajās lietās C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P un C-519/06 P, EU:C:2009:610, 93.–95. punktu.

⁴⁴ Plašāka informācija par jēdzienu “patērētājs” ir sniegta Komisijas Pamatnostādņā par Līguma 81. panta 3. punkta piemērošanu 84. punktā (OV C 101, 27.4.2004., 97. lpp.).

42. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR un Specializācijas nolīgumu GAR pamatā ir 101. panta 3. punkts. Tās balstās uz pieņēmumu, ka savstarpēji papildinošu prasmju vai aktīvu apvienojums pētniecības un izstrādes un specializācijas nolīgumu gadījumā var būt ievērojamas efektivitātes avots. Tas var attiekties arī uz citu veidu horizontālās sadarbības nolīgumiem. Tāpēc atsevišķu nolīgumu efektivitātes analizē saskaņā ar 101. panta 3. punktu svarīga nozīme ir to savstarpēji papildinošo prasmju un aktīvu apzināšanai, kurus katra puse iegulda nolīgumā, un izrietošās efektivitātes novērtēšanai ar mērķi noskaidrot, vai nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

Savstarpēja papildināmība horizontālās sadarbības nolīgumos var izpausties dažādi. Pētniecības un izstrādes nolīgums var apvienot dažādas pētniecības spējas un savstarpēji papildinošas prasmes un aktīvus, kā rezultātā tiek izstrādāti un tirgoti uzlaboti vai jauni produkti un tehnoloģijas, kas citādi nenotiktu. Citi horizontālās sadarbības nolīgumi var sniegt pusēm iespēju apvienot spēkus, lai izstrādātu, ražotu un komercializētu produktus vai lai kopīgi pirktu produktus un pakalpojumus, kas tām var būt vajadzīgi to darbību veikšanai.

43. Ir mazāk ticams, ka horizontālās sadarbības nolīgumi, kas nav saistīti ar savstarpēji papildinošu prasmju un aktīvu apvienošanu, radīs efektivitātes pieaugumu, kas dos labumu patērētājiem. Šādi nolīgumi var samazināt dažu izmaksu dublēšanos, jo ļauj likvidēt, piemēram, dažas pastāvīgās izmaksas. Tomēr, salīdzinot, piemēram, ar mainīgo izmaksu vai robežizmaksu ietaupījumiem, kopumā ir mazāk ticams, ka pastāvīgo izmaksu ietaupījumi dos labumu patērētājiem.

1.2.8. Horizontālās sadarbības nolīgumi, uz kuriem parasti neattiecas 101. panta 1. punkta piemērošanas joma

44. Uz nolīgumiem, kas nevar ievērojami ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm (ietekmes uz tirdzniecību neesība) vai kas ievērojami neierobežo konkurenci (maznozīmīgi nolīgumi), neattiecas 101. panta 1. punkta piemērošanas joma⁴⁵. Komisija ir sniegusi norādījumus par ietekmes uz tirdzniecību neesību savās Pamatnostādnēs par Līguma 81. un 82. pantā ietverto jēdzienu “ietekme uz tirdzniecību” (turpmāk “Pamatnostādnes par ietekmi uz tirdzniecību”)⁴⁶, un norādījumus par maznozīmīgiem nolīgumiem tā ir sniegusi savā Paziņojumā par maznozīmīgiem nolīgumiem, kas ievērojami neierobežo konkurenci atbilstīgi Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 1. punktam (turpmāk “*De minimis* paziņojums”)⁴⁷. Šīs pamatnostādnes neskar Pamatnostādnes par ietekmi uz tirdzniecību un *De minimis* paziņojumu, kā arī nevienus turpmākuss Komisijas norādījumus šajā saistībā.
45. Pamatnostādnēs par ietekmi uz tirdzniecību ir izklāstīti Savienības tiesu izstrādātie principi, kas piemērojami, interpretējot jēdzienu “ietekme uz tirdzniecību”, un tajās ir norādīts, kad ir maz ticams, ka nolīgumiem varētu būt ievērojama ietekme uz tirdzniecību starp dalībvalstīm. Tajās ir ietverta negatīva atspēkojama prezumpcija, kas piemērojama visiem nolīgumiem 101. panta 1. punkta nozīmē neatkarīgi no šādos nolīgumos ietverto ierobežojumu veida, tātad arī nolīgumiem, kas paredz

⁴⁵ Sk. 2012. gada 13. decembra spriedumu lietā *Expedia*, C-226/11, EU:C:2012:795, 16. un 17. punktu un tajos citēto judikatūru.

⁴⁶ OV C 101, 27.4.2004., 81. lpp.

⁴⁷ OV C 291, 30.8.2014., 1. lpp.

stingros ierobežojumus⁴⁸. Saskaņā ar minēto prezumpciju horizontālās sadarbības nolīgumi principā nevar ievērojami ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm, ja:

- pušu kopējā tirgus daļa nevienā konkrētā Savienības tirgū, kuru skar nolīgums, nepārsniedz 5 % un
- attiecīgo uzņēmumu kopējais gada apgrozījums Savienībā saistībā ar produktiem, uz kuriem attiecas nolīgums, nepārsniedz 40 miljonus EUR⁴⁹.
- Tādu nolīgumu gadījumā, kuri attiecas uz produktu kopīgu pirkšanu, attiecīgais apgrozījums ir nolīguma aptverto produktu pušu veikta kopīgi pirkumi. Komisija var atspēkot šo prezumpciju, ja nolīguma iezīmju un tā ekonomiskā konteksta analīze liecina par pretējo.

46. Kā izklāstīts *De minimis* paziņojumā, horizontālās sadarbības nolīgumi, ko noslēdz faktiski vai potenciāli konkurenti, ievērojami neierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē, ja nolīguma pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 10 % nevienā no konkrētajiem tirgiem, uz ko attiecas nolīgums⁵⁰. Šim vispārējam noteikumam ir divi izņēmumi. Pirmkārt, attiecībā uz stingriem ierobežojumiem 101. panta 1. punkts ir piemērojams neatkarīgi no pušu tirgus daļām⁵¹. Tas ir tāpēc, ka nolīgums, kurš var ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm un kura mērķis ir ierobežot konkurenci, pēc savas būtības un neatkarīgi no tā konkrētās ietekmes ir uzskatāms par nolīgumu, kas ievērojami ierobežo konkurenci⁵². Otrkārt, tirgus daļas 10 % robežlielums tiek samazināts līdz 5 %, ja konkurenci konkrētajā tirgū ierobežo nolīgumu paralēlo tīklu kumulatīvā iedarbība⁵³.
47. Turklātnav prezumpcijas, ka horizontālie nolīgumi, kuros vienam vai vairākiem uzņēmumiem individuālā tirgus daļa pārsniedz 10 %, automātiski ietilpst 101. panta 1. punkta piemērošanas jomā. Šādiem nolīgumiem tik un tā var nebūt ievērojamas ietekmes uz tirdzniecību starp dalībvalstīm vai tie var nebūt uzskatāmi par ievērojamu konkurences ierobežojumu⁵⁴. Tāpēc tie ir jāanalizē, ņemot vērā to tiesisko un ekonomisko kontekstu. Šādu nolīgumu individuālā novērtējuma kritēriji ir sniegti šajās pamatnostādnēs.

1.3. Saistība ar citiem norādījumiem un tiesību aktiem

48. Nolīgumi, ko savā starpā noslēdz uzņēmumi, kuri darbojas atšķirīgā ražošanas vai izplatīšanas ķēdes līmenī, tas ir, vertikāli nolīgumi, principā ir aplūkoti Komisijas 2022. gada XX. aprīļa Regulā (ES) Nr. (...) /2022 par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu vertikālo nolīgumu un saskaņotu darbību kategorijām⁵⁵ (turpmāk “*Regula (ES) Nr. (...) /2022*” jeb “VNGAR”) un Komisijas paziņojumā “Pamatnostādnēs vertikālo ierobežojumu jomā”⁵⁶. Tomēr, ja vertikālus nolīgumus, piemēram, izplatīšanas nolīgumus, savstarpēji noslēdz konkurenti, šie

⁴⁸ Pamatnostādnēs par ietekmi uz tirdzniecību, 50. punkts.

⁴⁹ Pamatnostādnēs par ietekmi uz tirdzniecību, 52. punkts.

⁵⁰ *De minimis* paziņojums, 8. punkts.

⁵¹ Sk. 1969. gada 9. jūlija spriedumu lietā *Völk/Vervaecke*, 5/69, EU:C:1969:35; 1971. gada 6. maija spriedumu lietā *Cadillon/Höss*, 1/71, EU:C:1971:47, un 1998. gada 28. aprīļa spriedumu lietā *Javico/Yves Saint Laurent Parfums*, C-306/96, EU:C:1998:173, 16. un 17. punktu.

⁵² 2012. gada 13. decembra spriedums lietā *Expedia*, C-226/11, EU:C:2012:795, 37. punkts.

⁵³ *De minimis* paziņojums, 10. punkts.

⁵⁴ Sk. 1995. gada 8. jūnija spriedumu lietā *Langnese-Iglo*/Komisija, T-7/93, EU:T:1995:98, 98. punktu.

⁵⁵ (..)

⁵⁶ (..)

nolīgumi var radīt tādas pašas sekas tirgū un tādas pašas iespējamās konkurences problēmas kā horizontāli nolīgumi. Tāpēc starp konkurentiem noslēgti vertikāli nolīgumi ietilpst šo pamatnostādņu darbības jomā⁵⁷. Ja šādi nolīgumi jāvērtē arī saskaņā ar VNGAR un Pamatnostādnēm vertikālo ierobežojumu jomā, tas ir īpaši norādīts šo pamatnostādņu attiecīgajā nodaļā. Ja šādas norādes nav, tad vertikāliem nolīgumiem starp konkurentiem ir piemērojamas tikai šīs pamatnostādnēs.

49. Ja šajās pamatnostādnēs ir atsauce uz konkrēto tirgu, tad Komisijas Paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Savienības konkurences tiesībās (turpmāk “Paziņojums par tirgus definīciju”) var sniegt norādījumus par noteikumiem, kritērijiem un pierādījumiem, ko Komisija izmanto, apsverot tirgus definīcijas jautājumus⁵⁸. Tāpēc, 101. pantu piemērojot horizontālās sadarbības nolīgumiem, konkrētais tirgus būtu jādefinē, pamatojoties uz minētajiem norādījumiem un jebkādiem turpmākiem norādījumiem, kas saistīti ar konkrēto tirgu definīciju Savienības konkurences tiesībās.
50. Lai gan šajās pamatnostādnēs ir pieminēti karteļi, to nolūks nav sniegt norādījumus par to, kas ir un kas nav uzskatāms par karteli, kurš definēts saskaņā ar Komisijas lēmumu pieņemšanas praksi un Eiropas Savienības Tiesas judikatūru.
51. Šīs pamatnostādnēs attiecas uz izplatītākajiem horizontālās sadarbības nolīgumu veidiem neatkarīgi no to radītās integrācijas pakāpes, izņemot darbības, kas uzskatāma par koncentrāciju Padomes 2004. gada 20. janvāra Regulas (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju⁵⁹ (turpmāk “*Apvienošanās regula*”) 3. panta nozīmē, kā tas būtu, piemēram, tādu kopuzņēmumu gadījumā, kas ilglaicīgi veic visas neatkarīgas ekonomiskas vienības funkcijas (“pilnfunkciju kopuzņēmums”)⁶⁰.
52. Šīs pamatnostādnēs neattiecas uz lauksaimniecības produktu ražotāju nolīgumiem, lēmumiem un saskaņotām darbībām, kuras saistītas ar lauksaimniecības produktu ražošanu vai tirdzniecību un kuru mērķis ir piemērot augstāku ilgtspējas standartu, nekā noteikts Savienības vai valstu tiesību aktos, un kurām nepiemēro 101. panta 1. punktu atbilstoši 210.a pantam Regulā (ES) Nr. 1308/2013, ar ko izveido lauksaimniecības produktu tirgu kopīgu organizāciju⁶¹. Šīs pamatnostādnēs neskar

⁵⁷ Tas neattiecas uz gadījumiem, kad konkurenti noslēdz vertikālu nolīgumu, kas nav savstarpējs, un i) piegādātājs ir preču ražotājs un izplatītājs, bet pircējs ir izplatītājs un nav konkurējošs uzņēmums ražošanas līmenī, vai ii) piegādātājs ir pakalpojumu sniedzējs vairākos tirdzniecības līmeņos, bet pircējs pārdod preces vai sniedz pakalpojumus mazumtirdzniecības līmenī un nav konkurējošs uzņēmums tajā tirdzniecības līmenī, kurā tas pērk līgumpakalpojumus. Šādi nolīgumi tiek novērtēti tikai saskaņā ar VNGAR un Pamatnostādnēm vertikālo ierobežojumu jomā (sk. VNGAR 2. panta 4. punktu).

⁵⁸ Komisijas Paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Kopienas konkurences tiesībās (OV C 372, 9.12.1997., 5. lpp.).

⁵⁹ OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp.

⁶⁰ Sk. Apvienošanās regulas 3. panta 4. punktu. Tomēr, novērtējot, vai pastāv pilnfunkciju kopuzņēmums, Komisija izvērtē kopuzņēmuma neatkarību darbības ziņā. Tas nenozīmē, ka kopuzņēmums pieņem stratēģiskus lēmumus neatkarīgi no mātesabiedrībām (sk. 91.–109. punktu Komisijas konsolidētajā jurisdikcijas paziņojumā saskaņā ar Padomes Regulu (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (OV C 95, 16.4.2008., 1. lpp.) (“Konsolidētais jurisdikcijas paziņojums”). Jāatceras arī, ka gadījumos, kad, veidojot kopuzņēmumu, kas rada koncentrāciju Apvienošanās regulas 3. panta nozīmē, mērķis vai sekas ir to uzņēmumu ar konkurenci saistītās rīcības koordinēšana, kuri saglabā neatkarību, šādu koordinēšanu izvērtē saskaņā ar Līguma 101. pantu (sk. Apvienošanās regulas 2. panta 4. punktu).

⁶¹ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) Nr. 1308/2013 (2013. gada 17. decembris), ar ko izveido lauksaimniecības produktu tirgu kopīgu organizāciju un atceļ Padomes Regulas (EEK) Nr. 922/72,

pamatnostādnes, ko Komisija izdod saskaņā ar minētās regulas 210.a panta 5. punktu. Tomēr 101. panta 1. punkts attiecas uz lauksaimniecības produktu ražotāju nolīgumiem, lēmumiem un saskaņotām darbībām, kas saistītas ar lauksaimniecības produktu ražošanu vai tirdzniecību un kas neatbilst 210.a panta nosacījumiem.

53. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. pantu, kā aprakstīts šajās pamatnostādnēs, neskar Līguma 102. panta iespējamo paralēlo piemērošanu horizontālās sadarbības nolīgumiem⁶².
54. Šīs pamatnostādnes neskar interpretāciju, kuru attiecībā uz 101. panta piemērošanu horizontālās sadarbības nolīgumiem varētu sniegt Eiropas Savienības Tiesa.
55. Šīs pamatnostādnes aizstāj Komisijas Pamatnostādnes par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta piemērojamību horizontālās sadarbības nolīgumiem⁶³, ko Komisija publicēja 2011. gadā, un šīs pamatnostādnes nav piemērojamas, ciktāl ir piemērojams konkrētu nozaru regulējums, kā tas ir dažu lauksaimniecības⁶⁴ vai transporta⁶⁵ nozares nolīgumu gadījumā. Komisija turpinās uzraudzīt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR un Specializācijas nolīgumu GAR, kā arī šo pamatnostādņu darbību, pamatojoties uz tirgus informāciju, ko sniedz ieinteresētās personas un valstu konkurences iestādes, un var pārskatīt šīs pamatnostādnes, ņemot vērā turpmākās norises un augošo pieredzi.

2. PĒTNIECĪBAS UN IZSTRĀDES NOLĪGUMI

2.1. Ievads

56. Šīs nodaļas mērķis ir sniegt norādījumus par pētniecības un izstrādes nolīgumu tvērumu un ietekmes uz konkurenci novērtēšanu.
57. Pētniecības un izstrādes nolīgumiem ir dažādi veidi un dažādi tvērumi. Tie ietver ārpalpojumu nolīgumus attiecībā uz konkrētām pētniecības un izstrādes darbībām, nolīgumus, kas aptver esošu tehnoloģiju kopīgu uzlabošanu, un sadarbību pilnīgi jaunu produktu pētniecībā, izstrādē un tirdzniecībā. Pētniecības un izstrādes sadarbība var izpausties kā sadarbības nolīgums vai kā sadarbība kopīgi kontrolētā

(EEK) Nr. 234/79, (EK) Nr. 1037/2001 un (EK) Nr. 1234/2007, OV L 347, 20.12.2013., 671. lpp., kurā grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2021. gada 2. decembra Regulu (ES) 2021/2117 (OV L 435, 6.12.2021., 262. lpp.).

⁶² Sk. 1990. gada 10. jūlija spriedumu lietā *Tetra Pak I*, T-51/89, *Recueil*, 1990, II-00309, EU:T:1990:41, 25. un nākamās punktus.

⁶³ OV C 11, 14.1.2011., 1. lpp.

⁶⁴ Padomes Regula (EK) Nr. 1184/2006 (2006. gada 24. jūlijs), ar ko piemēro konkrētus konkurences noteikumus lauksaimniecības produktu ražošanai un tirdzniecībai (OV L 214, 4.8.2006., 7. lpp.).

⁶⁵ Padomes Regula (EK) Nr. 169/2009 (2009. gada 26. februāris), ar ko konkurences noteikumus attiecina uz pārvadājumiem pa dzelzceļu, autoceļiem un iekšējiem ūdensceļiem (OV L 61, 5.3.2009., 1. lpp.); Padomes Regula (EK) Nr. 246/2009 (2009. gada 26. februāris) par Līguma 81. panta 3. punkta piemērošanu dažām līnijasatiksmes uzņēmumu nolīgumu, lēmumu un saskaņotu darbību kategorijām (konsorcijiem) (OV L 79, 25.3.2009., 1. lpp.), un Komisijas Regula (EK) Nr. 906/2009 (2009. gada 28. septembris) par Līguma 81. panta 3. punkta piemērošanu dažām kuģu līnijasatiksmes uzņēmumu nolīgumu, lēmumu un saskaņotu darbību kategorijām (konsorcijiem) (OV L 256, 29.9.2009.), kurā jaunākie grozījumi izdarīti ar Komisijas 2020. gada 24. marta Regulu (ES) 2020/436 (OV L 90, 25.3.2020., 1. lpp.); Norādījumi par EK līguma 81. panta piemērošanu jūras transporta pakalpojumiem (OV C 245, 26.9.2008., 2. lpp.).

sabiedrībā⁶⁶. Tas ietver arī brīvāku sadarbību starp konkurentiem, piemēram, tehnisku sadarbību darba grupās.

58. Pētniecības un izstrādes nolīgumus var noslēgt lieli uzņēmumi, MVU⁶⁷, akadēmiskas iestādes vai pētniecības institūti vai jebkurš to apvienojums⁶⁸.
59. Pētniecības un izstrādes sadarbība var ietekmēt ne tikai konkurenci esošos produktu vai tehnoloģiju tirgos, bet arī konkurenci inovācijas jomā.
60. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR un šajā pamatnostādņu nodaļā “konkurence attiecībā uz inovāciju”⁶⁹ attiecas uz pētniecības un izstrādes centieniem saistībā ar jauniem produktiem un/vai tehnoloģijām, kas rada savu jaunu tirgu⁷⁰, un uz pētniecības un izstrādes nozarojumiem, t. i., pētniecības un izstrādes centieniem, kas vērsti galvenokārt uz konkrētu mērķi vai uzdevumu, kurš izriet no pētniecības un izstrādes nolīguma⁷¹. Pētniecības un izstrādes nozarojuma konkrēto mērķi vai uzdevumu vēl nevar definēt kā produktu vai tehnoloģiju vai arī tas ietver ievērojami plašāku nolūku nekā konkrēts produkts vai tehnoloģija konkrētā tirgū.
61. Uz pētniecības un izstrādes nolīgumu novērtēšanu saskaņā ar 101. panta 1. punktu attiecas šo pamatnostādņu 2.3. iedaļa. Pētniecības un izstrādes nolīgumi var gūt labumu no likumīguma prezumpcijas, kas paredzēta Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR⁷². Grupu atbrīvojums ir balstīts uz apsvērumu, ka — ciktāl uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem attiecas 101. panta 1. punkts un tie atbilst Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR noteiktajiem kritērijiem, — tie parasti atbilst visiem četriem 101. panta 3. punktā paredzētajiem nosacījumiem. Šo pamatnostādņu 2.4. iedaļā ir aprakstīti nolīgumi, uz kuriem attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR. Atbrīvojuma nosacījumi, kas piemērojami pētniecības un izstrādes nolīgumiem, ir izskaidroti 2.5. iedaļā “Atbrīvojuma nosacījumi”. Šo pamatnostādņu 2.6. iedaļā aprakstīto stingro un izslēgto ierobežojumu mērķis ir nodrošināt, ka tikai tiem ierobežojošajiem nolīgumiem, attiecībā uz kuriem var pamatot pārdzēt, ka tie atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem, var piemērot Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 2. pantā paredzēto atbrīvojumu.
62. Likumīguma prezumpcija ir piemērojama, kamēr vien Komisija vai dalībvalsts konkurences iestāde (VKI) individuālā gadījumā nav atsaukusi grupu atbrīvojuma sniegto labumu atbilstoši 29. pantam Padomes 2002. gada 16. decembra Regulā (EK) Nr. 1/2003 par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti Līguma 81. un 82. pantā⁷³ (šo pamatnostādņu 2.7. iedaļa).
63. Ja Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētā likumīguma prezumpcija nav piemērojama pētniecības un izstrādes nolīgumam, tad jāpārbauda, vai individuālā gadījumā uz pētniecības un izstrādes nolīgumu attiecas 101. panta 1. punkta

⁶⁶ Sk. šo pamatnostādņu 51. punktu (“pilnfunkciju kopuzņēmumi”) un 13. punktu (“atbildība par 101. panta 1. punkta pārkāpumu”).

⁶⁷ Definēti pielikumā Komisijas 2003. gada 6. maija Ieteikumam par mikrouzņēmumu, mazo un vidējo uzņēmumu definīciju (OV L 124, 20.5.2003., 36. lpp.).

⁶⁸ Ieskaitot jaunuzņēmumus.

⁶⁹ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 18. apakšpunktu attiecībā uz nolīguma pusēm un 1. punkta 19. apakšpunktu attiecībā uz trešām personām.

⁷⁰ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 7. apakšpunkts.

⁷¹ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 8. apakšpunkts.

⁷² Komisijas Regula (ES) Nr. (...) (2022. gada (...). decembris) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu dažām pētniecības un izstrādes nolīgumu kategorijām.

⁷³ OV L 1, 4.1.2003., 1. lpp.

piemērošanas joma un, ja tā ir, tad jāpārbauda, vai ir izpildīti 101. panta 3. punktā aprakstītie nosacījumi, — tas ir aprakstīts šo pamatnostādņu 2.8. iedaļā, savukārt 2.9. iedaļā ir noteikts attiecīgais novērtējuma veikšanas laiks.

2.2. Konkrētie tirgi

64. Paziņojumā par tirgus definīciju ir sniegti norādījumi par noteikumiem, kritērijiem un pierādījumiem, ko Komisija izmanto, apsverot tirgus definīcijas jautājumus⁷⁴. Tāpēc, definējot konkrētos tirgus, lai pētniecības un izstrādes nolīgumiem piemērotu 101. pantu, attiecīgi būtu jābalstās uz minētajiem norādījumiem vai eventuāliem turpmākiem norādījumiem par konkrētā tirgus definēšanu Savienības konkurences tiesību vajadzībām.
65. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR konkrētais produktu vai tehnoloģiju tirgus ir tādu produktu vai tehnoloģiju tirgus, kurus var uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktiem vai tehnoloģijām⁷⁵.

2.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

2.3.1. Galvenās konkurences problēmas

66. Pētniecības un izstrādes nolīgumi var radīt dažādas konkurences problēmas, proti, tie var tieši ierobežot konkurenci starp pusēm, radīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu trešām personām vai aizliegtu vienošanos tirgū.
67. Ja pētniecības un izstrādes sadarbība **tieši ierobežo konkurenci starp pusēm vai veicina aizliegtu vienošanos tirgū**, rezultātā var paaugstināties cenas, samazināties izvēle patērētājiem vai pazemināties produktu vai tehnoloģiju kvalitāte. Tas var arī samazināt vai palēnināt inovāciju un tādējādi pasliktināt tirgū ienākošo produktu vai tehnoloģiju kvalitāti vai samazināt to apjomu. Tas var arī izraisīt situāciju, ka produkti vai tehnoloģijas sasniedz tirgu vēlāk, nekā tas būtu citos gadījumos.
68. **Ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošana trešām personām** var rasties jo īpaši tad, ja vismaz vienai no pētniecības un izstrādes nolīguma pusēm ir tiesības ekskluzīvi izmantot pētniecības un izstrādes rezultātus un vismaz vienai pusei ir ievērojama tirgus varas pakāpe.

2.3.2. Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ

69. Nolīgumi, kas saistīti ar pētniecību un izstrādi, ierobežo konkurenci mērķa dēļ, ja to galvenais mērķis ir nevis pētniecība un izstrāde, bet kalpot par līdzekli, lai varētu iesaistīties kartelī vai citos 101. panta 1. punkta pārkāpumos mērķa dēļ, piemēram, cenu noteikšanā, izlaides ierobežošanā, tirgus sadalīšanā vai tehniskās attīstības ierobežošanā.
70. Pētniecības un izstrādes nolīgums var ierobežot tehnisko izstrādi, ja tā vietā, lai sadarbotos tehniskās un saimnieciskās attīstības veicināšanai, puses pētniecības un izstrādes sadarbību izmanto, lai a) novērstu vai aizkavētu produktu vai tehnoloģiju ienākšanu tirgū, b) saskaņotu to produktu vai tehnoloģiju iezīmes, uz kuriem neattiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, vai c) ierobežotu kopīgi izstrādāta produkta vai tehnoloģijas potenciālu, ja tās individuāli ievieš šādu produktu vai tehnoloģiju tirgū.

⁷⁴ Komisijas Paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Kopienas konkurences tiesībās (97/C 372/03).

⁷⁵ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 21. un 22. apakšpunkts.

2.3.3. Konkurenci ierobežojošas sekas

2.3.3.1. Ievads: nolīgumi, kas parasti neierobežo konkurenci

71. Uz daudziem pētniecības un izstrādes nolīgumiem neattiecas 101. panta 1. punkts, ja tos noslēdz tādi uzņēmumi ar savstarpēji papildinošām prasmēm, kuri citādi nespētu paši veikt pētniecību un izstrādi.
72. Turklāt pētniecības un izstrādes sadarbība starp nekonkurējošiem uzņēmumiem⁷⁶ parasti nerada ierobežojošu horizontālu ietekmi uz konkurenci.
73. Konkurences attiecības starp pusēm jāanalizē ietekmēto esošu tirgu kontekstā⁷⁷ un inovācijas kontekstā⁷⁸.
74. Ja, pamatojoties uz objektīviem faktoriem, puses nespētu neatkarīgi veikt nepieciešamo pētniecību un izstrādi, pētniecības un izstrādes nolīgumam parasti nebūtu konkurenci ierobežojošu seku. Puse nespēj neatkarīgi veikt pētniecību un izstrādi, ja, piemēram, tai ir ierobežotas tehniskās spējas vai ierobežota piekļuve finansējumam, prasmīgiem darbiniekiem, tehnoloģijām vai citiem resursiem.
75. Ārpakalpojumu izmantošana iepriekš iekšēji veiktas pētniecības un izstrādes vietā ir īpašs pētniecības un izstrādes sadarbības veids. Šādos gadījumos pētniecību un izstrādi bieži veic specializēti uzņēmumi, pētniecības institūti vai akadēmiskas iestādes, kas aktīvi neizmanto rezultātus. Šādi nolīgumi parasti tiek apvienoti ar zinātnības nodošanu un/vai ekskluzīvas piegādes klauzulu attiecībā uz iespējamiem rezultātiem. Ņemot vērā sadarbībā iesaistīto pušu savstarpējo papildināmību (piemēram, attiecībā uz to prasmēm vai tehnoloģijām) šādos gadījumos, šādiem nolīgumiem parasti nav konkurenci ierobežojošu seku 101. panta 1. punkta nozīmē.
76. Pētniecības un izstrādes sadarbība, kas neparedz iespējamo rezultātu kopīgu izmantošanu licencēšanā, ražošanā un/vai tirgvedībā, reti rada konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr šādiem pētniecības un izstrādes nolīgumiem var būt pret konkurenci vērstas sekas, piemēram, ja pētniecības un izstrādes nolīguma rezultātā tiek ievērojami samazināta konkurence inovācijas līmenī.

2.3.3.2. Tirgus vara

77. Pētniecības un izstrādes nolīgumi varētu radīt konkurenci ierobežojošas sekas tikai tad, ja pētniecības un izstrādes sadarbības pusēm ir tirgus vara.
78. Nav absolūta robežlieluma, kuru pārsniedzot var pieņemt, ka pētniecības un izstrādes nolīgums rada vai palīdz saglabāt tirgus varu un tādējādi varētu radīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem starp uzņēmumiem, kas konkurē attiecībā uz esošiem produktiem un/vai tehnoloģijām, attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums, ja to kopējā tirgus daļa nepārsniedz 25 % konkrētajos produktu un tehnoloģiju tirgos un ja ir izpildīti pārējie nosacījumi Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērošanai.

⁷⁶ Definīciju sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 20. apakšpunktā.

⁷⁷ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR kontekstā sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 17. apakšpunktu.

⁷⁸ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR kontekstā sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 18. apakšpunktu.

79. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR attiecas arī uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem starp inovācijā konkurējošiem uzņēmumiem. Uz šādiem nolīgumiem Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums attiecas tad, ja tiek īstenoti trīs vai vairāki konkurējoši pētniecības un izstrādes centieni⁷⁹, kas papildina nolīguma pušu veiktos pētniecības un izstrādes centienus un ir salīdzināmi ar tiem. Ir jābūt izpildītiem arī pārējiem nosacījumiem Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērošanai. Ievērojot šos nosacījumus, ir maz ticams, ka nolīgumam starp inovācijā konkurējošiem uzņēmumiem⁸⁰ būtu ierobežojošas sekas iekšējā tirgū, ņemot vērā, ka puses, visticamāk, nespēs izdevīgi ilgāku laiku uzturēt inovāciju zem konkurences līmeņa.
80. Jo spēcīgāks ir pušu kopējais stāvoklis esošos tirgos un/vai jo mazāks ir to konkurējošo pētniecības un izstrādes centienu skaits, kuri papildina pušu centienus un ir salīdzināmi ar tiem, jo lielāka ir iespējamība, ka pētniecības un izstrādes nolīgums var izraisīt konkurenci ierobežojošas sekas⁸¹.
- 2.3.3.3. Pētniecība un izstrāde, kas vērsta uz esošu produktu vai tehnoloģiju uzlabošanu, aizstāšanu vai aizvietošanu
81. Ja pētniecība un izstrāde ir vērsta uz esošu produktu vai tehnoloģiju **uzlabošanu**, iespējamās sekas skar šo esošo produktu vai tehnoloģiju konkrēto(-os) tirgu(-us). Tomēr ietekme uz cenām, izlaidi, produktu kvalitāti, daudzveidību vai tehnisko attīstību esošos tirgos ir iespējama tikai tad, ja pušu kopējais stāvoklis šajos tirgos ir ietekmīgs, ienākšana ir apgrūtināta un ir tikai daži citi atlikušie konkurenti. Turklāt, ja pētniecība un izstrāde attiecas tikai uz relatīvi mazsvarīgu galaprodukta izejresursu, tirgus piekļuves ierobežošanas ietekme uz šiem galaproduktiem ir ļoti ierobežota vai tās nav nemaz.
82. Ja pētniecība un izstrāde ir vērsta uz esoša produkta vai tehnoloģijas **aizstāšanu vai aizvietošanu**, iespējamās sekas var izraisīt aizvietotāja produkta vai tehnoloģijas izstrādes palēnināšanos. Tas jo īpaši attiecas uz gadījumu, kad pusēm ir tirgus vara esošā produkta vai tehnoloģijas tirgū un tikai tās arī īsteno pētniecību un izstrādi šā esošā produkta vai tehnoloģijas aizvietotāja izstrādei. Līdzīgas sekas var rasties, ja nozīmīgs dalībnieks esošā tirgū sadarbojas ar daudz mazāku tirgus dalībnieku vai potenciālu konkurentu, kas tikai gatavojas ienākt tirgū ar produktu vai tehnoloģiju un kas var apdraudēt dominējošā tirgus dalībnieka stāvokli.

⁷⁹ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 19. punktā termins “konkurējoši pētniecības un izstrādes centieni” ir definēts kā “pētniecības un izstrādes centieni, kurus īsteno trešā persona viena pati vai sadarbībā ar citām trešām personām vai kurus trešā persona spēj un varētu īstenot patstāvīgi un kuri attiecas uz: a) to pašu vai tos iespējami aizstājošu jaunu produktu un/vai tehnoloģiju pētniecību un izstrādi kā tie, uz kuriem attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, vai b) pētniecības un izstrādes nozarojumiem, ar ko būtībā tiecas sasniegt to pašu mērķus vai uzdevumu, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums. Šīm trešām personām jābūt neatkarīgām no pētniecības un izstrādes nolīguma pusēm.

⁸⁰ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 18. apakšpunktā termins “inovācijā konkurējošs uzņēmums” ir definēts kā “uzņēmums, kas nekonkurē attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju un kas patstāvīgi īsteno vai, ja pētniecības un izstrādes nolīguma nebūtu, spētu un varētu patstāvīgi īstenot pētniecības un izstrādes centienus, kuri attiecas uz: a) to pašu vai tos iespējami aizstājošu jaunu produktu un/vai tehnoloģiju pētniecību un izstrādi kā tie, uz kuriem attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, vai b) pētniecības un izstrādes nozarojumiem, ar ko būtībā tiecas sasniegt to pašu mērķi vai uzdevumu, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums.

⁸¹ Tas neskar potenciālā efektivitātes pieauguma analīzi, ieskaitot efektivitātes pieaugumu, ko parasti rada publiski līdzfinansēta pētniecība un izstrāde.

83. Ja puses savā nolīgumā paredz arī līguma produktu vai līguma tehnoloģiju kopīgu izmantošanu (piemēram, ražošanu un/vai izplatīšanu), sekas konkurences jomā ir jāizvērtē rūpīgāk. Proti, ja puses ir spēcīgi konkurenti, konkurenci ierobežojošas sekas, kas izpaužas kā cenu paaugstināšanās vai izlaidis samazināšanās esošos tirgos, ir vairāk iespējamās. Tomēr, ja kopīga izmantošana notiek tikai kā licenču izsniegšana trešām personām, ierobežojošas sekas, piemēram, tirgus piekļuves ierobežošana, ir maz ticama.
- 2.3.3.4. Pētniecības un izstrādes nozarojumi un pētniecības un izstrādes centieni, kuri vērsti uz produktu vai tehnoloģiju, kas rada jaunu tirgu
84. Šajā nodaļā uz pētniecības un izstrādes centieniem, kas saistīti ar jaunu produktu vai tehnoloģiju pētniecību un izstrādi, kā arī uz pētniecības un izstrādes nozarojumiem attiecas jēdziens “konkurence attiecībā uz inovāciju”.
85. Jauns produkts vai tehnoloģija ne tikai uzlabo, aizstāj vai aizvieto esošos produktus vai tehnoloģijas. Pieprasījums pēc jaunā produkta vai tehnoloģijas, ja tāds radīsies, var radīt jaunu atsevišķu tirgu.
86. Pētniecības un izstrādes nozarojumi un pētniecības un izstrādes centieni vērsti galvenokārt uz konkrētu mērķi vai uzdevumu. Pētniecības un izstrādes nozarojuma konkrēto mērķi vai uzdevumu vēl nevar definēt kā produktu vai tehnoloģiju vai arī tas ietver ievērojami plašāku mērķrādītāju nekā produkti vai tehnoloģijas konkrētā tirgū.
87. Ietekme uz cenu un izlaidi esošos tirgos ir samērā maz ticama attiecībā uz šādiem pētniecības un izstrādes centieniem, kad tiek novērtēta pētniecības un izstrādes sadarbība, jo pētniecības un izstrādes centienus vēl nevar definēt kā tādas, kas vērsti uz produktu vai tehnoloģiju. Tāpēc analīze būtu jāvērs uz iespējamiem konkurences ierobežojumiem inovācijas līmenī, piemēram, attiecībā uz iespējamo nākotnes produktu vai tehnoloģiju kvalitāti un daudzveidību un/vai inovācijas tempu vai līmeni. Minētās ierobežojošās sekas var rasties, ja divi vai vairāki no dažiem uzņēmumiem, kas neatkarīgi iesaistās (piemēram) jauna produkta pētniecībā un izstrādē (jo īpaši, ja tie ir posmā, kad tie gatavojas drīzumā laist tirgū jaunu produktu), sāk sadarboties tā vietā, lai izstrādātu jauno produktu atsevišķi. Šādas sekas parasti ir tiešs pušu sadarbības rezultāts.
88. Inovāciju var ierobežot arī vienkāršs pētniecības un izstrādes nolīgums. Tomēr kopumā ir maz ticams, ka pētniecības un izstrādes sadarbība saistībā ar jauniem produktiem vai tehnoloģijām vai pētniecības un izstrādes nozarojumiem radīs konkurenci ierobežojošas sekas, ja vien nepastāv tikai ierobežots skaits konkurējošu pētniecības un izstrādes centienu papildus tiem, ko veic puses, kuras sadarbojas pētniecībā un izstrādē.

2.4. Nolīgumi, uz kuriem attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR

89. Ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR noteiktais izņēmums attiecas tikai uz tiem pētniecības un izstrādes nolīgumiem, attiecībā uz kuriem var ar pietiekamu pārliecību pieņemt, ka tie atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem⁸².

⁸² Ar Regulu (EEK) Nr. 2821/71 Komisija ir pilnvarota, izmantojot regulu, saskaņā ar 101. panta 3. punktu piemērot grupu atbrīvojumu nolīgumiem, kuru mērķis ir produktu, tehnoloģiju vai procesu pētniecība un izstrāde līdz to rūpnieciskās izmantošanas posmam un rezultātu izmantošana, ieskaitot noteikumus par intelektuālā īpašuma tiesībām.

90. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR attiecas uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, ko noslēdz divas vai vairākas puses un kas saistīti ar nosacījumiem, ar kādiem puses īsteno⁸³:
- (a) līguma produktu vai līguma tehnoloģiju kopīgu pētniecību un izstrādi, kas ietver vai izslēdz šādas pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, vai
 - (b) līguma produktu vai līguma tehnoloģiju maksas pētniecību un izstrādi, kas ietver vai izslēdz šādas pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, vai
 - (c) līguma produktu vai līguma tehnoloģiju pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, ja pētniecību un izstrādi veic saskaņā ar šo pušu iepriekšēju nolīgumu, kura mērķis ir kopīga pētniecība un izstrāde (definēts a) punktā iepriekš), vai
 - (d) līguma produktu vai līguma tehnoloģiju pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, ja pētniecību un izstrādi veic saskaņā ar šo pušu iepriekšēju nolīgumu, kura mērķis ir maksas pētniecība un izstrāde (definēta b) punktā iepriekš).
91. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir nošķirti līguma produkti un līguma tehnoloģijas:
- (a) “līguma produkts”⁸⁴ ir produkts⁸⁵, kas rodas kopīgā vai maksas pētniecībā un izstrādē vai ko ražo vai nodrošina, piemērojot līguma tehnoloģijas. Tas ietver produktus, ko iegūst ar pētniecības un izstrādes nozarojuma starpniecību, kā arī jaunus produktus⁸⁶;
 - (b) “līguma tehnoloģija”⁸⁷ ir tehnoloģija vai process, kas rodas kopīgās vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātā. Tā ietver pētniecības un izstrādes nozarojuma rezultātā iegūtas tehnoloģijas vai procesus, kā arī jaunas tehnoloģijas vai procesus.
92. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR termins “pētniecība un izstrāde” ir darbības, kuru mērķis ir iegūt zinātību par esošiem vai jauniem produktiem, tehnoloģijām vai procesiem, teorētisku analīzi, sistemātisku pētījumu vai eksperimentu veikšana, ieskaitot eksperimentālo ražošanu, produktu vai procesu tehniskā testēšana, vajadzīgās materiāltehniskās bāzes izveide un intelektuālā īpašuma tiesību iegūšana attiecībā uz rezultātiem.

⁸³ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkts.

⁸⁴ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 6. apakšpunkts.

⁸⁵ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR “produkts” ir prece vai pakalpojums, tai skaitā starppatēriņa un galapatēriņa preces vai pakalpojumi (Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 4. apakšpunkts).

⁸⁶ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR “jauns produkts vai tehnoloģija” ir produkts, tehnoloģija vai process, kas vēl nepastāv tāda pētniecības un izstrādes nolīguma noslēgšanas brīdī, uz kuru attiecas 1. punkta 1) apakšpunkta a) vai b) punkts, un kas to izveides gadījumā radīs paši savu jaunu tirgu, nevis uzlabos, aizstās vai aizvietos esošu produktu, tehnoloģiju vai procesu (Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 7. apakšpunkts).

⁸⁷ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 5. apakšpunkts.

2.4.1. *Nošķīrums starp “kopīgu pētniecību un izstrādi” un “maksas pētniecību un izstrādi” un jēdziens “specializācija attiecībā uz pētniecību un izstrādi”*

93. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir nošķirta “kopīga pētniecība un izstrāde” un “maksas pētniecība un izstrāde”.
94. Kad puses īsteno **kopīgu pētniecību un izstrādi**, to nolīgumā var paredzēt vienu no šādiem veidiem, kā pētniecības un izstrādes darbības tiek veiktas⁸⁸:
- (a) pētniecības un izstrādes darbības veic kopīga komanda, organizācija vai uzņēmums;
 - (b) puses kopīgi uztic pētniecības un izstrādes darbības trešai personai vai
 - (c) puses sadala darbības savā starpā, izmantojot “specializāciju attiecībā uz pētniecību un izstrādi”. Tas nozīmē, ka katra no pusēm ir iesaistīta pētniecības un izstrādes darbībās, un puses sadala pētniecības un izstrādes darbu savā starpā tādā veidā, kādu tās uzskata par vispiemērotāko. Tas neietver maksas pētniecību un izstrādi⁸⁹.
95. **Maksas pētniecība un izstrāde** ir pētniecība un izstrāde, ko veic vismaz viena puse, savukārt vismaz viena cita puse finansē pētniecību un izstrādi, bet pati neveic nekādas pētniecības un izstrādes darbības (finansējošā puse).
96. Nošķīrums starp kopīgu pētniecību un izstrādi un maksas pētniecību un izstrādi Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir būtisks tirgus daļas aprēķināšanai. Attiecībā uz maksas pētniecību un izstrādi jānorāda, ka, lai aprēķinātu kopējās tirgus daļas, pusēm būs jāiekļauj arī pētniecības un izstrādes nolīgumi, ko noslēdz finansējošā puse ar trešām personām attiecībā uz tiem pašiem līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām — sk. 2.5.4.2. iedaļu turpmāk.

2.4.2. *Pētniecības un izstrādes rezultātu kopīga izmantošana un jēdziens “specializācija attiecībā uz kopīgu izmantošanu”*

97. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nepārprotami attiecas uz nolīgumiem, kas paredz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu. Tomēr uz šādiem nolīgumiem attiecas īpaši noteikumi.
98. **Jēdziens “rezultātu izmantošana”** ir samērā plašs un ietver līguma produktu ražošanu vai izplatīšanu vai līguma tehnoloģiju pielietošanu, vai intelektuālā īpašuma tiesību piešķiršanu vai licencēšanu, vai tādas zinātnības nodošanu, kas vajadzīga šādai ražošanai vai pielietošanai⁹⁰.
99. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR pētniecības un izstrādes rezultātu kopīga izmantošana var attiekties tikai uz rezultātiem:
- (a) kas ir obligāti vajadzīgi līguma produktu ražošanai vai līguma tehnoloģiju pielietošanai un
 - (b) kurus aizsargā intelektuālā īpašuma tiesības vai kuri ir zinātība.
100. Tomēr tas nozīmē, ka, lai varētu izmantot Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 2. pantā paredzēto atbrīvojumu, tāda pētniecības un izstrādes nolīguma tvērums, kurš paredz kopīgu izmantošanu, nevar attiekties uz rezultātiem, kas nav aizsargāti ar

⁸⁸ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 12. apakšpunkts.

⁸⁹ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 13. apakšpunkts.

⁹⁰ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 9. apakšpunkts.

intelektuālo īpašumu vai zinātnību un kas nav obligāti vajadzīgi līguma produktu ražošanai vai līguma tehnoloģiju pielietošanai.

101. Kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātu kopīga izmantošana var notikt vai nu **sākotnējā** pētniecības un izstrādes nolīguma kontekstā, vai tāda **vēlāka** nolīguma kontekstā, kas paredz starp tām pašām pusēm iepriekš noslēgta pētniecības un izstrādes nolīguma rezultātu kopīgu izmantošanu⁹¹. Ja puses izvēlas kopīgi izmantot iepriekšēja pētniecības un izstrādes nolīguma rezultātus atbilstoši vēlākam nolīgumam, arī iepriekšējam pētniecības un izstrādes nolīgumam ir jāatbilst Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nosacījumiem, lai uz vēlāko kopīgas izmantošanas nolīgumu varētu attiecināt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 2. pantā paredzēto atbrīvojumu.
102. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredz **trīs dažādus veidus**, kā pētniecības un izstrādes rezultātus var kopīgi izmantot⁹²:
- (a) pirmkārt, izmantošanu var **kopīgi īstenot puses** kopīgā komandā, apvienotā organizācijā vai apvienotā uzņēmumā;
 - (b) otrkārt, puses var **kopīgi uzticēt** izmantošanas darbu **trešai personai**;
 - (c) visbeidzot, puses var sadalīt darbu savā starpā, **specializējoties attiecībā uz izmantošanu**, kas nozīmē, ka⁹³:
 - i) puses sadala savā starpā tādus atsevišķus uzdevumus kā ražošana vai izplatīšana vai
 - ii) tās cita citai nosaka ierobežojumus rezultātu izmantošanai, piemēram, ierobežojumus attiecībā uz konkrētām teritorijām, klientiem vai izmantošanas jomām; ir ietverti arī gadījumi, kad līguma produktus ražo un izplata tikai viena puse, pamatojoties uz ekskluzīvu licenci, ko tai piešķirušas pārējās puses.
103. Darbības, kas ir specializācija attiecībā uz izmantošanu, neuzskata par stingrajiem ierobežojumiem⁹⁴. Turklāt, ja puses specializējas attiecībā uz izmantošanu, tās var attiecīgi ierobežot piekļuvi rezultātiem šādas izmantošanas nolūkā⁹⁵. Tas nozīmē, ka pētniecības un izstrādes nolīgums var, piemēram, ierobežot pusēm izmantošanas tiesības attiecībā uz konkrētām teritorijām, klientiem vai izmantošanas jomām. Ja puses vienojas, ka katra no tām var izplatīt līguma produktus (kas nozīmē, ka tādējādi tās nav izvēlējušās kopīgas izplatīšanas modeli un nav vienojušās, ka līguma produktus var izplatīt tikai puse, kas tos ražo), tad pusēm, kam uzticēta līguma produktu ražošana, pusēm specializējoties, ir jāizpilda pārējo pušu pasūtījumi par līguma produktu piegādēm⁹⁶.
104. Visbeidzot, kā minēts 2.5.4. iedaļā turpmāk, gadījumos, kad pētniecības un izstrādes nolīgums paredz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums ir piemērojams: i) uz visu

⁹¹ Uz to attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta c) un d) punkts.

⁹² Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 12. apakšpunkts.

⁹³ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 14. apakšpunkts.

⁹⁴ Sk. 2.6. iedaļu turpmāk par stingrajiem ierobežojumiem un Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 3. punkta c) apakšpunktu.

⁹⁵ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. panta 4. punkts.

⁹⁶ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 5. panta 2. punkts.

pētniecības un izstrādes norises laiku un ii) uz papildu laikposmu, kas ir septiņi gadi no brīža, kad līguma produkti vai līguma tehnoloģijas tiek pirmo reizi laisti iekšējā tirgū⁹⁷.

2.4.3. *Intelektuālā īpašuma tiesību piešķiršana vai licencēšana*

105. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums ir attiecināms arī uz nolīgumiem, kas ietver noteikumus par intelektuālā īpašuma tiesību piešķiršanu vai licencēšanu, ar nosacījumu, ka šādi noteikumi nav pētniecības un izstrādes nolīguma galvenais priekšmets, bet ir tieši saistīti ar šādiem nolīgumiem un ir nepieciešami to īstenošanai⁹⁸.
106. Šis atbrīvojums attiecas uz piešķiršanu vai licencēšanu vienai vai vairākām no pusēm vai vienībai, ko puses izveido, lai veiktu kopīgu pētniecību un izstrādi, maksas pētniecību un izstrādi vai kopīgu izmantošanu⁹⁹.
107. Tāpēc šādos gadījumos uz piešķiršanu vai licencēšanu attiecinā Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR noteikumus, nevis Tehnoloģiju nodošanas grupu atbrīvojuma regulas¹⁰⁰ noteikumus. Tomēr pētniecības un izstrādes nolīgumu ietvaros puses var arī paredzēt nosacījumus pētniecības un izstrādes rezultātu licencēšanai trešām personām. Uz šādiem licences nolīgumiem neattiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, bet uz tiem var attiekties grupu atbrīvojums, kas noteikts Tehnoloģiju nodošanas grupu atbrīvojuma regulā, ja ir izpildīti tajā izklāstītie nosacījumi¹⁰¹.

2.5. **Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētie atbrīvojuma nosacījumi**

2.5.1. *Pieklūve galīgajiem rezultātiem*

108. Pirmais nosacījums, kam jābūt izpildītam, lai varētu izmantot atbrīvojumu saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, ir tāds, ka visām pusēm ir pilnīga pieklūve pētniecības un izstrādes galīgajiem rezultātiem, lai īstenotu divus nolūkus¹⁰²:
- (a) lai veiktu turpmāku pētniecību un
 - (b) lai izmantotu pētniecības un izstrādes rezultātus.
109. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR pilnīga pieklūve pētniecības un izstrādes galīgajiem rezultātiem ietver arī visas izrietošās intelektuālā īpašuma tiesības un zinātību. To piešķir, tiklīdz pētniecības un izstrādes rezultāti kļūst pieejami¹⁰³.
110. Atkarībā no spējām un komerciālajām vajadzībām pušu ieguldījums to sadarbībā pētniecībā un izstrādē var būt nevienlīdzīgs. Tāpēc, lai atspoguļotu un izlīdzinātu pušu atšķirīgo ieguldījumu vērtības ziņā vai pēc būtības, pētniecības un izstrādes nolīgums var paredzēt, ka viena puse otrai pusei kompensē pieklūvi rezultātiem

⁹⁷ Sk. arī Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 4. punktu.

⁹⁸ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 2. panta 3. punkts.

⁹⁹ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 2. panta 3. punkts.

¹⁰⁰ Komisijas Regula (ES) Nr. 316/2014 (2014. gada 21. marts) par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 3. punkta piemērošanu tehnoloģiju nodošanas nolīgumu kategorijām. Sk. arī 73. un 74. punktu Pamatnostādnēs par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta piemērošanu tehnoloģiju nodošanas nolīgumiem, 2014/C 89/03 ("Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādnes").

¹⁰¹ Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādnes, 74. punkts.

¹⁰² Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. pants.

¹⁰³ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. panta 1. punkta a) apakšpunkts.

turpmākas pētniecības vai izmantošanas nolūkos. Kompensācija nav obligāta, bet, ja tā ir paredzēta pētniecības un izstrādes nolīgumā, tad tā nedrīkst būt tik liela, ka faktiski liedz pilnīgu piekļuvi rezultātiem.

111. Lai varētu izmantot atbrīvojumu saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, tiesības piekļūt pētniecības un izstrādes rezultātiem **nevar ierobežot**, ja šāda piekļuve ir vajadzīga **turpmākas pētniecības** veikšanai¹⁰⁴.
112. Tomēr konkrētos apstākļos piekļuve rezultātiem **izmantošanas nolūkā var tikt ierobežota** un pētniecības un izstrādes nolīgumam tik un tā var būt piemērojams atbrīvojums saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR. Tas attiecas uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem ar šādām pusēm, kuras var piekrist, ka izmantos rezultātus tikai turpmākās pētniecības vajadzībām (tātad nevis izmantošanai):
- (a) pētniecības institūti;
 - (b) akadēmiskas iestādes vai
 - (c) uzņēmumi, kas pētniecību un izstrādi īsteno kā komercpakalpojumu un paši parasti nenodarbojas ar rezultātu izmantošanu¹⁰⁵.
113. Turklāt piekļuve rezultātiem izmantošanas nolūkos var tikt ierobežota arī, ja puses ierobežo savas izmantošanas tiesības saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, jo īpaši, ja tās specializējas attiecībā uz izmantošanu¹⁰⁶. Tas nozīmē, ka pusēm būs atļauts noteikt savstarpējus ierobežojumus attiecībā uz rezultātu izmantošanu (piemēram, ierobežojumus attiecībā uz konkrētām teritorijām, klientiem vai izmantošanas jomām).

2.5.2. *Piekļuve jau pastāvošai zinātībai*

114. Otrais nosacījums attiecībā uz atbrīvojuma izmantošanu atbilstoši Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR attiecas uz piekļuvi jau pastāvošai zinātībai. Šis nosacījums ir piemērojams tikai pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas izslēdz pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu, un aprobežojas tikai ar zinātību, kura ir obligāti vajadzīga pētniecības un izstrādes rezultātu izmantošanai¹⁰⁷.
115. Šādos nolīgumos jābūt noteiktam, ka katrai pusei ir tiesības piekļūt pārējo pušu jau pastāvošai zinātībai, ja pusei šī zinātība ir obligāti vajadzīga rezultātu izmantošanas nolūkā. Tas nenozīmē, ka pusēm jāiekļauj visa to jau pastāvošā zinātība pētniecības un izstrādes nolīguma tvērumā. Tomēr tām ir jānorāda zinātība, kas ir obligāti vajadzīga rezultātu izmantošanai. Pētniecības un izstrādes nolīgumā var noteikt, ka puses viena otrai kompensē piekļuves sniegšanu savai jau pastāvošajai zinātībai. Tomēr šāda kompensācija nedrīkst būt tik augsta, ka tā faktiski liegtu šādu piekļuvi.¹⁰⁸
116. Nosacījums nodrošināt piekļuvi jau pastāvošai zinātībai neskar nosacījumu nodrošināt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. pantā noteikto pilnīgo piekļuvi pētniecības un izstrādes rezultātiem. Tas nozīmē, ka konkrētos apstākļos, lai varētu

¹⁰⁴ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. pantā ir minēta tikai iespēja konkrētos apstākļos, kas noteikti Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 3. panta 3. un 4. punktā, ierobežot piekļuvi izmantošanas nolūkā.

¹⁰⁵ Tie var būt, piemēram, MVU.

¹⁰⁶ Termina "specializācija attiecībā uz izmantošanu" definīciju sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 14. apakšpunktu un sk. šo pamatnostādņu 2.4. iedaļu.

¹⁰⁷ Sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 4. pantu un šo pamatnostādņu 2.4.2. iedaļu.

¹⁰⁸ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 4. panta 2. punkts.

izmantot atbrīvojumu, konkrētā pētniecības un izstrādes nolīgumā var būt jāiekļauj noteikumi gan par piekļuvi jau pastāvošai zinātībai, gan par pētniecības un izstrādes galīgajiem rezultātiem.

2.5.3. *Ar kopīgu izmantošanu saistīti nosacījumi*

117. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredz vēl divus nosacījumus, kas saistīti ar pētniecības un izstrādes rezultātu kopīgu izmantošanu. Kā noteikts 2.4.2. iedaļā, kopīgajai izmantošanai jāattiecas tikai uz pētniecības un izstrādes rezultātiem, ko aizsargā intelektuālā īpašuma tiesības vai kas ir zinātība un ir obligāti vajadzīgi līguma produktu ražošanai vai līguma tehnoloģiju pielietošanai.
118. Turklāt, ja puses vienojas, ka katra no tām var izplatīt līguma produktus (kas nozīmē, ka tādējādi tās nav izvēlējušās kopīgas izplatīšanas modeli un nav vienojušās, ka līguma produktus var izplatīt tikai puse, kas tos ražo), tad pusēm, kam uzticēta līguma produktu ražošana, pusēm specializējoties, ir jāizpilda pārējo pušu pasūtījumi par līguma produktu piegādēm¹⁰⁹.

2.5.4. *Robežlielumi, tirgus daļas un atbrīvojuma ilgums*

119. Parasti attiecībā uz Līguma 101. panta 3. punkta piemērošanu var pieņemt, ka līdz noteiktai tirgus varas pakāpei pētniecības un izstrādes nolīgumu pozitīvā ietekme pārsniegs negatīvo ietekmi uz konkurenci¹¹⁰.
120. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir paredzēti divi kritēriji to pētniecības un izstrādes nolīgumu noteikšanai, kuri ir zem noteiktas tirgus varas pakāpes: i) tirgus daļas robežlielums uzņēmumiem, kas konkurē attiecībā uz esošiem produktiem un/vai tehnoloģijām, un ii) tāds robežlielums inovācijā konkurējošiem uzņēmumiem, kura pamatā ir minimāla skaita konkurējošu pētniecības un izstrādes centienu esība (trīs papildus tiem, ko veic pētniecības un izstrādes nolīguma puses).

2.5.4.1. *Uzņēmumi, kas konkurē attiecībā uz esošiem produktiem un/vai tehnoloģijām, un inovācijā konkurējoši uzņēmumi*

121. Lai noskaidrotu konkurences attiecības starp pusēm, ir jāizvērtē, vai puses varētu būt bijušas konkurējoši uzņēmumi, ja pētniecības un izstrādes nolīgums nebūtu noslēgts¹¹¹.
122. Parasti nolīgumi starp uzņēmumiem, kas konkurē attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju, un nolīgumi starp inovācijā konkurējošiem uzņēmumiem rada lielāku risku konkurencei nekā nolīgumi starp uzņēmumiem, kas savstarpēji nekonkurē. Nolīgumi starp nekonkurējošiem uzņēmumiem tikai retos gadījumos radīs horizontālas konkurenci ierobežojošas sekas¹¹².

(a) Uzņēmumi, kas konkurē attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju

123. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR “uzņēmums, kas konkurē attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju” ir faktiskais vai potenciālais konkurents:

¹⁰⁹ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 5. panta 2. punkts.

¹¹⁰ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 5. apsvērums.

¹¹¹ Sk. arī šīs nodaļas 2.3. iedaļu par novērtējumu, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu.

¹¹² Jebkādas vertikālās sekas var būt vajadzīgs novērtēt saskaņā ar Pamatnostādnēm vertikālo ierobežojumu jomā.

- (a) “faktisks konkurents” ir definēts kā uzņēmums, kas piegādā esošu produktu vai tehnoloģiju, kuru konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū iespējams uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktu vai līguma tehnoloģiju, savukārt
 - (b) “potenciāls konkurents” ir definēts kā uzņēmums, kurš tad, ja pētniecības un izstrādes nolīguma nebūtu, ne tikai teorētiski, bet reāli ne vairāk kā trīs gadu laikā varētu veikt vajadzīgās papildu investīcijas vai segt vajadzīgās izmaksas, lai piegādātu tādu produktu vai tehnoloģiju, kuru konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū iespējams uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktu vai līguma tehnoloģiju.
124. Potenciāla konkurence ir jānovērtē reālistiski. Piemēram, puses nevar uzskatīt par potenciāliem konkurentiem tikai tāpēc, ka sadarbība tām dod iespēju veikt pētniecības un izstrādes darbības. Noteicošā ir atbilde uz jautājumu, vai katrai pusei patstāvīgi ir vajadzīgie līdzekļi attiecībā uz aktīviem, zinātību un citiem resursiem¹¹³.
125. Pētniecības un izstrādes nolīgumi, uz kuriem attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, attiecībā uz esošiem produktiem un/vai tehnoloģijām var būt, piemēram, šāda veida nolīgumi:
- (a) pētniecības un izstrādes nolīgums starp diviem uzņēmumiem, kas jau piegādā esošu produktu, kuru ir iespējams uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar produktu, kas rodas pētniecības un izstrādes sadarbībā (faktiski konkurenti);
 - (b) pētniecības un izstrādes nolīgums starp a) uzņēmumu, kas jau piegādā produktu, kuru ir iespējams uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktu (faktisks konkurents), un b) uzņēmumu, kas veic produkta pētniecību un izstrādi un kas, visticamāk, veiku vajadzīgās papildu investīcijas, lai piegādātu minēto produktu, kuru konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū ir iespējams uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar produktu, kas rodas pētniecības un izstrādes sadarbībā (līguma produkts) (potenciāls konkurents).
 - (b) Inovācijā konkurējoši uzņēmumi
126. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR inovācijā konkurējoši uzņēmumi ir uzņēmumi, kas nekonkurē attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju¹¹⁴ un kas patstāvīgi īsteno, vai, ja pētniecības un izstrādes nolīguma nebūtu, spētu un varētu patstāvīgi īstenot pētniecības un izstrādes centienus, kuri attiecas uz:
- (a) to pašu vai tos iespējami aizstājošu jaunu produktu un/vai tehnoloģiju pētniecību un izstrādi kā tie, uz kuriem attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, vai
 - (b) pētniecības un izstrādes nozarojumiem, ar ko būtībā tiecas sasniegt to pašus mērķi vai uzdevumu, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums.
127. Jaunu produktu un/vai tehnoloģiju gadījumā, ja pētniecības un izstrādes nolīgums attiecas gan uz jauniem produktiem, gan uz jaunām tehnoloģijām, puses novērtē, vai tās ir uzņēmumi, kas konkurē gan attiecībā uz tehnoloģiju, gan produktu, kas var tikt izstrādāti.
128. Novērtējumā par jaunu produktu un/vai tehnoloģiju iespējamo aizstājamību būtu jākoncentrējas uz to, vai tad, kad produkti un/vai tehnoloģijas ienāks tirgū, patērētāji

¹¹³ Sk. arī šo pamatnostādņu 1.2.1. iedaļu.

¹¹⁴ Sk. 2.5.4.1. punkta a) apakšpunktu iepriekš.

varētu uzskatīt šos jaunus produktus un/vai tehnoloģijas par savstarpēji nomaināmiem vai aizstājamiem, ņemot vērā to iezīmes¹¹⁵, prognozēto cenu un paredzēto izmantojumu.

129. Lai pētniecības un izstrādes nozarojumus uzskatītu par konkurējošiem, ar tiem būtībā jātiecas sasniegt to pašu mērķi vai uzdevumu, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums. To nosaka, pamatojoties uz uzticamu informāciju, piemēram, par pētniecības un izstrādes centienu veidu un tvērumu.
130. Pētniecības un izstrādes nolīgumi starp inovācijā konkurējošiem uzņēmumiem, uz kuriem attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, var būt, piemēram, šādi:
- (a) pētniecības un izstrādes nolīgums starp a) uzņēmumu, kas izstrādā jaunu produktu, un b) uzņēmumu, kas izstrādā tādu pašu jaunu produktu vai šāda jauna produkta iespējamu aizstājēju;
 - (b) pētniecības un izstrādes nolīgums starp a) uzņēmumu, kas izstrādā jaunu produktu, un b) uzņēmumu, kas spēj un varētu patstāvīgi īstenot (bet vēl neīsteno) tāda paša jauna produkta vai šāda jauna produkta iespējama aizstājēja pētniecību un izstrādi;
 - (c) pētniecības un izstrādes nolīgums starp a) uzņēmumu, kas īsteno pētniecības un izstrādes centienus, kuri saistīti ar pētniecības un izstrādes nozarojumu, un b) uzņēmumu, kas īsteno pētniecības un izstrādes nozarojumu, kurš būtībā tiecas sasniegt to pašu mērķi vai uzdevumu;
 - (d) pētniecības un izstrādes nolīgums starp a) uzņēmumu, kas īsteno pētniecības un izstrādes nozarojumu, un b) uzņēmumu, kas spēj un varētu patstāvīgi īstenot (bet vēl neīsteno) pētniecības un izstrādes nozarojumu, kas būtībā tiecas sasniegt to pašu mērķi vai uzdevumu.
- (c) Nekonkurējoši uzņēmumi
131. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR “nekonkurējošs uzņēmums” ir definēts kā uzņēmums, kas nav ne uzņēmums, kurš konkurē attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju, ne inovācijā konkurējošs uzņēmums. Pētniecības un izstrādes nolīguma puses tiek uzskatītas par nekonkurējošiem uzņēmumiem, ja, piemēram, viena puse ir uzņēmums, kas īsteno pētniecības un izstrādes centienus saistībā ar produktu, ko ir iespējams uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktu, un otra puse ir uzņēmums, kas veic pētniecību pētniecības un izstrādes nozarē.
- 2.5.4.2. Nolīgumi starp uzņēmumiem, kas konkurē attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju
- (a) Tirgus daļas robežlielums uzņēmumiem, kas konkurē attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju
132. Ja divas vai vairākas pētniecības un izstrādes nolīguma puses ir uzņēmumi, kas konkurē attiecībā uz esošiem produktiem un/vai tehnoloģijām, atbīvojumu piemēro, ievērojot 25 % tirgus daļas robežlielumu, ko aprēķina, kad tiek noslēgts pētniecības un izstrādes nolīgums. Šo robežlielumu piemēro šādā veidā atkarībā no tā, vai

¹¹⁵

Tas var ietvert arī pamatā esošās tehnoloģijas jauno produktu ražošanai.

pētniecības un izstrādes nolīgums paredz kopīgu pētniecību un izstrādi vai maksas pētniecību un izstrādi¹¹⁶:

- (a) attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas paredz **kopīgu pētniecību un izstrādi**, nolīguma pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 25 % konkrētajos produktu un tehnoloģiju tirgos¹¹⁷;
- (b) attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas paredz **maksas pētniecību un izstrādi**, piemēro to pašu 25 % tirgus daļas robežlielumu, taču to attiecina ne tikai uz pašu finansējošo pusi, bet tajā jāiekļauj visas puses, ar kurām finansējošā puse ir noslēgusi pētniecības un izstrādes nolīgumus par tiem pašiem līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām¹¹⁸.

133. Ja kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultāti **netiek kopīgi izmantoti**, Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums ir piemērojams visā pētniecības un izstrādes norises laikā.

134. Tomēr, ja kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultāti tiek **kopīgi izmantoti**, puses turpina izmantot atbrīvojumu septiņus gadus no brīža, kad līguma produkti vai līguma tehnoloģijas pirmo reizi tiek laistas iekšējā tirgū¹¹⁹, ja tirgus daļas robežlielums bija sasniegts, i) kad tika noslēgts nolīgums par kopīgu vai maksas pētniecību un izstrādi, kurš paredz kopīgu izmantošanu¹²⁰, vai ii) — attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, saskaņā ar kuriem puses kopīgi izmanto iepriekšēja nolīguma rezultātus¹²¹, — šāda iepriekšēja nolīguma noslēgšanas brīdī¹²².

135. Pēc Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 4. punktā minētā septiņu gadu perioda beigām atbrīvojumu turpina piemērot tik ilgi, kamēr pušu kopējā tirgus daļa tirgos, pie kuriem pieder līguma produkti vai līguma tehnoloģijas, nepārsniedz 25 %. Tas nozīmē, ka pusēm tajā brīdī ir jānovērtē, pie kura tirgus līguma produkts vai līguma tehnoloģijas pieder un vai to kopējā tirgus daļa nepārsniedz 25 %. Ja pēc septiņu gadu perioda beigām kopējā tirgus daļa pārsniedz 25 %, Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzēto atbrīvojumu turpina piemērot divus secīgus kalendāros gadus pēc gada, kurā robežlielums pirmoreiz pārsniegts¹²³.

(b) Tirgus daļu aprēķināšana esošu produktu un tehnoloģiju tirgiem

136. Uzsākot pētniecības un izstrādes sadarbību attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju, atskaites punkts ir esošs to produktu vai tehnoloģiju tirgus, kurus var uzlabot, aizstāt vai aizvietot ar līguma produktiem vai līguma tehnoloģijām.

137. Ja pētniecības un izstrādes nolīguma mērķis ir **uzlabot, aizstāt vai aizvietot esošus produktus vai tehnoloģijas**, tirgus daļas var aprēķināt, par atsauci izmantojot esošus

¹¹⁶ Sk. 2.4.1. iedaļu attiecībā uz nošķirumu starp kopīgu pētniecību un izstrādi un maksas pētniecību un izstrādi. Sk. arī Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunktu.

¹¹⁷ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 2. punkta a) apakšpunkts.

¹¹⁸ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 2. punkta b) apakšpunkts. Uz šādiem pētniecības un izstrādes nolīgumiem nav jāattiecinā Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērošanas joma.

¹¹⁹ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 4. punkts.

¹²⁰ Definēts Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta a) punkta ii) apakšpunktā un 1. apakšpunkta b) punkta ii) apakšpunktā.

¹²¹ Definēts 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta c) un d) punktā.

¹²² Kā minēts šo pamatnostādņu 2.4.2. iedaļā iepriekš, arī iepriekš noslēgtajam kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes nolīgumam ir jāatbilst nosacījumiem, lai tam varētu piemērot atbrīvojumu saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR.

¹²³ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 5. punkts.

produktus vai tehnoloģijas, kas tiks uzlaboti, aizstāti vai aizvietoti. Ja esoša produkta vai tehnoloģijas aizvietošana būs ievērojami atšķirīga, tirgus daļas ar atsauci uz esošiem produktiem vai tehnoloģijām var būt mazāk informatīvas, bet tās joprojām var izmantot par aizstājējvērtībām pušu stāvokļa tirgū novērtēšanai. Alternatīvi, ja tirgus pārdošanas vērtības nav pieejamas, tirgus daļu aprēķinu var balstīt uz citu uzticamu tirgus informāciju, tostarp izdevumiem pētniecībā un izstrādē¹²⁴.

138. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu tirgus daļas ir jāaprēķina, pamatojoties uz datiem, kas attiecas uz iepriekšējo kalendāro gadu¹²⁵. Attiecībā uz noteiktiem tirgiem var būt nepieciešams tirgus daļas aprēķināt, pamatojoties uz pušu tirgus daļu vidējo vērtību pēdējos trijos iepriekšējos kalendārajos gados. Tas var būt būtiski, piemēram, ja pastāv solīšanas tirgi un tirgus daļas gada griezumā var būtiski mainīties (piemēram, no 0 % līdz 100 %) atkarībā no tā, vai puse ir bijusi veiksmīga solīšanas procesā. Tas var būt būtiski arī attiecībā uz tirgiem, kuriem raksturīgi lieli, neregulāri pasūtījumi un par kuriem iepriekšējā kalendārā gada tirgus daļa var nebūt reprezentatīva, piemēram, ja iepriekšējā kalendārā gadā nav bijis lielu pasūtījumu. Vēl viena situācija, kurā tirgus daļas var būt nepieciešams aprēķināt, pamatojoties uz pēdējo trīs iepriekšējo kalendāro gadu vidējo vērtību, ir gadījums, kad kalendārā gadā pirms sadarbības nolīguma noslēgšanas ir noticis piedāvājuma vai pieprasījuma satricinājums.
139. Attiecībā uz kritērijiem tirgus daļu aprēķināšanai Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredz, ka tirgus daļas aprēķina, pamatojoties uz tirgus pārdošanas vērtību. Ja dati par pārdoto produktu vērtību nav pieejami, pušu tirgus daļas noteikšanai var izmantot aplēses, kas pamatojas uz citu uzticamu tirgus informāciju, tai skaitā par tirgū pārdotajiem produktu apjomiem, izdevumiem par pētniecību un izstrādi vai pētniecības un izstrādes spējām.
140. Attiecībā uz tehnoloģiju tirgiem viens no veidiem ir tirgus daļu aprēķins, kura pamatā ir tā katras tehnoloģijas daļa kopējos licencēšanas ienākumos no autoratlīdzības, kas atspoguļo attiecīgās tehnoloģijas daļu tirgū, kurā licencē konkurējošas tehnoloģijas. Alternatīva pieeja tirgus daļu aprēķināšanai tehnoloģiju tirgos ir aprēķins, kura pamatā ir to produktu vai pakalpojumu pārdošanas rādītāji lejupējos produktu tirgos, kuros ir izmantota licencētā tehnoloģija. Saskaņā ar šo pieeju ņem vērā visus pārdošanas rādītājus konkrētajā produktu tirgū neatkarīgi no tā, vai produktā ir izmantota licencētā tehnoloģija¹²⁶.

2.5.4.3. Nolīgumi par jauniem produktiem un/vai tehnoloģijām un pētniecības un izstrādes nozarojumi¹²⁷

- (a) Robežlielums jauniem produktiem un/vai tehnoloģijām un pētniecības un izstrādes nozarojumiem

¹²⁴ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 7. panta 1. punkts.

¹²⁵ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā ir paredzēts, ka tad, ja iepriekšējais kalendārais gads neatspoguļo pušu stāvokli konkrētajā(-os) tirgū(-os), tirgus daļas aprēķina, pamatojoties uz pušu tirgus daļas datu vidējo rādītāju par pēdējiem trim iepriekšējiem kalendārajiem gadiem.

¹²⁶ Attiecīgos elementus tirgus daļu aprēķināšanai tehnoloģiju tirgos sk. arī Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādnes.

¹²⁷ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 12. pantā ir paredzēts, ka attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem starp inovācijā konkurējošiem uzņēmumiem Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 18. apakšpunktu un 6. panta 3. punktu piemēro tikai tiem nolīgumiem, kas stājas spēkā pēc 2022. gada 31. decembra.

141. Ja divas vai vairākas pētniecības un izstrādes nolīguma puses ir inovācijā konkurējoši uzņēmumi, atbrīvojumu piemēro, ja pētniecības un izstrādes nolīguma noslēgšanas brīdī papildus pētniecības un izstrādes nolīguma pušu centieniem tiek īstenoti trīs vai vairāk šiem pušu centieniem līdzvērtīgi konkurējoši pētniecības un izstrādes centieni¹²⁸.
142. Pētniecības un izstrādes nolīgums starp inovācijā konkurējošiem uzņēmumiem var arī radīt rezultātus, ko puses vienojas izmantot kopīgi (līguma produkti vai līguma tehnoloģijas). Tam, vai nolīgums paredz šādu kopīgu izmantošanu, būs ietekme uz atbrīvojuma ilgumu saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR.
143. Ja rezultāti, kuri izriet no kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes nolīguma, kurš attiecas uz jauniem produktiem un/vai tehnoloģijām vai pētniecības un izstrādes nozarojumiem, **netiek kopīgi izmantoti** un nolīgums atbilst atbrīvojuma nosacījumiem saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, atbrīvojums ir piemērojams **visu pētniecības un izstrādes norises laiku**.
144. Tomēr, ja rezultāti, kuri izriet no kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes, kas saistīta ar jauniem produktiem un/vai tehnoloģijām vai pētniecības un izstrādes nozarojumiem, **tiek kopīgi izmantoti**, puses turpina izmantot atbrīvojumu septiņus gadus no brīža, kad izrietošie līguma produkti vai līguma tehnoloģijas tiek pirmoreiz laisti iekšējā tirgū¹²⁹. Tas tā ir, ja nolīgums atbilst atbrīvoja nosacījumiem saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR¹³⁰: i) brīdī, kad tiek noslēgts nolīgums par kopīgu vai maksas pētniecību un izstrādi, kurš paredz kopīgu izmantošanu¹³¹, vai ii) — attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, saskaņā ar kuriem puses kopīgi izmanto iepriekšēja nolīguma¹³² rezultātus, — šāda iepriekšēja nolīguma noslēgšanas brīdī¹³³.
145. Pēc septiņu gadu perioda beigām pusēm vajadzētu spēt aprēķināt savas tirgus daļas izrietošā līguma produkta vai līguma tehnoloģijas tirgos. Attiecīgi atbrīvojumu turpina piemērot tikai tik ilgi, kamēr pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 25 % tirgos, pie kuriem pieder līguma produkti vai līguma tehnoloģijas¹³⁴. Ja pēc septiņu gadu perioda beigām kopējā tirgus daļa pārsniedz 25 %, Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzēto atbrīvojumu turpina piemērot divus secīgus kalendāros gadus pēc gada, kurā robežlielums pirmoreiz pārsniegts¹³⁵.

¹²⁸ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 3. punkts. Ja pētniecības un izstrādes nolīgums attiecas uz jauniem produktiem un jaunām tehnoloģijām, atbrīvojumu piemēro, ja pētniecības un izstrādes nolīguma noslēgšanas brīdī papildus pētniecības un izstrādes nolīguma pušu centieniem tiek īstenoti trīs vai vairāk šiem pušu centieniem līdzvērtīgi konkurējoši pētniecības un izstrādes centieni tehnoloģiju līmenī un produktu līmenī.

¹²⁹ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 4. punkts.

¹³⁰ Atbrīvojuma nosacījumi ir aprakstīti Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR III sadaļā un papildus citiem nosacījumiem ietver robežlielumu, kas aprakstīts Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 3. punktā.

¹³¹ Definēts Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta a) punkta ii) apakšpunktā un 1. apakšpunkta b) punkta ii) apakšpunktā.

¹³² Definēts Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 1. apakšpunkta c) un d) punktā.

¹³³ Kā minēts šo pamatnostādņu 2.4.2. iedaļā iepriekš, arī iepriekš noslēgtajam kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes nolīgumam ir jāatbilst nosacījumiem, lai tam varētu piemērot atbrīvojumu saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR.

¹³⁴ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 5. punkts.

¹³⁵ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 5. punkts.

- (b) Konkurējošu un salīdzināmu pētniecības un izstrādes centienu esības novērtēšana
146. Lai pētniecības un izstrādes sadarbībai, kas saistīta ar inovāciju, varētu piemērot atbrīvojumu, attiecīgo robežlielumu balsta uz trīs **konkurējošiem un salīdzināmiem** pētniecības un izstrādes centieniem.
147. No konkurējošu pētniecības un izstrādes centienu definīcijas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 19. apakšpunktā¹³⁶ izriet, ka **konkurējošu pētniecības un izstrādes centienu** noteikšanai jāņem vērā šādi elementi:
- (a) vai pētniecības un izstrādes centieni ir saistīti ar to pašu vai tos iespējami aizstājošu jaunu produktu un/vai tehnoloģiju pētniecību un izstrādi vai pētniecības un izstrādes nozarojumiem, kas būtībā tiecas sasniegt to pašu mērķi vai uzdevumu, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums;
 - (b) vai ir trešās personas, kas jau ir īsteno pētniecības un izstrādes centienos vai kas spētu un varētu patstāvīgi īstenot šādus centienus, un
 - (c) vai minētās trešās personas ir neatkarīgas no pētniecības un izstrādes nolīguma pusēm.
148. Pirmkārt, uz jautājumu par to, vai **pētniecības un izstrādes centieni ir saistīti ar tiem pašiem vai tos iespējami aizstājošiem** jauniem produktiem un/vai tehnoloģijām vai pētniecības un izstrādes nozarojumiem, kas **būtībā tiecas sasniegt to pašu mērķi un uzdevumu**, var atbildēt tāpat kā attiecībā uz inovācijā konkurējošu uzņēmumu novērtējumu, kas izklāstīts 2.5.4.1. iedaļā iepriekš.
149. Otrkārt, konkurējoši pētniecības un izstrādes centieni var būt centieni, kurus **trešās personas jau īsteno** vienas pašas vai sadarbībā ar citām trešām personām. Tas nozīmē, ka pētniecības un izstrādes centienus var īstenot vai nu atsevišķi viena trešā persona, vai kopīgi vairākas dažādas trešās personas. Konkurējoši pētniecības un izstrādes centieni var attiekties arī uz tiem centieniem, kurus trešā persona **spēj un varētu īstenot atsevišķi**. To, vai trešā persona spēj un varētu īstenot atsevišķi to pašu vai tos iespējami aizstājošu jaunu produktu un/vai tehnoloģiju pētniecību un izstrādi vai pētniecības un izstrādes nozarojumu, kas būtībā tiecas sasniegt to pašu mērķi vai uzdevumu, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, var noteikt, pamatojoties uz trešās personas piekļuvi attiecīgajiem finanšu resursiem un cilvēkresursiem, tās intelektuālajam īpašumam, zinātībai vai citiem specializētiem aktīviem vai tās iepriekšējiem pētniecības un izstrādes centieniem.
150. Treškārt, jautājums par to, vai pētniecības un izstrādes centienus veic **trešās personas, kas ir neatkarīgas** no pētniecības un izstrādes nolīguma pusēm, ir paredzēts, lai novērtējumā iekļautu tikai tādus pētniecības un izstrādes centienus, kuros nav iesaistītas pētniecības un izstrādes nolīguma puses.
151. Attiecībā uz **konkurējošu pētniecības un izstrādes centienu līdzvērtīguma novērtējumu** pētniecības un izstrādes nolīguma pušu pētniecības un izstrādes

¹³⁶ “Konkurējoši pētniecības un izstrādes centieni” ir pētniecības un izstrādes centieni, kuros trešā persona īsteno viena pati vai sadarbībā ar citām trešām personām vai kurus trešā persona spēj un varētu īstenot patstāvīgi un kuri attiecas uz: a) to pašu vai tos iespējami aizstājošu jaunu produktu un/vai tehnoloģiju pētniecību un izstrādi kā tie, uz kuriem attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, vai b) pētniecības un izstrādes nozarojumiem, kas būtībā tiecas sasniegt to pašu mērķi vai uzdevumu, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums. Šīm trešām personām jābūt neatkarīgām no pētniecības un izstrādes nolīguma pusēm.

centieniem Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR ir noteikts, ka šo novērtējumu veic, pamatojoties uz uzticamu informāciju par tādiem elementiem kā i) pētniecības un izstrādes centienu apjoms, stadija un grafiks, ii) trešo personu finanšu resursi un cilvēkresursi, to intelektuālais īpašums, zinātība vai citi specializēti aktīvi, to iepriekšējie pētniecības un izstrādes centieni (un piekļuve tiem) un iii) trešo personu spējas tieši vai netieši izmantot iekšējā tirgū savu pētniecības un izstrādes centienu iespējamās rezultātus un iespējamība, ka tās to darīs¹³⁷.

152. Šie kritēriji ir jāpiemēro, pamatojoties uz pieeju, saskaņā ar kuru katrā atsevišķā gadījumā salīdzina faktorus, kas liecina par līdzvērtīgumu, un faktorus, kas liecina pret līdzvērtīgumu. Šā salīdzinājuma mērķis ir galu galā noskaidrot, vai konkurējoši pētniecības un izstrādes centieni rada konkurences spiedienu uz pētniecības un izstrādes nolīguma pusēm.
153. Pirmais elementu kopums līdzvērtīguma novērtēšanai ir **saistīts ar pašiem pētniecības un izstrādes centieniem**. Tas attiecas uz pētniecības un izstrādes centienu apjomu, stadiju un grafiku. Tas nozīmē, piemēram, ka tad, ja konkurējošiem trešās personas pētniecības un izstrādes centieniem ir vismaz tāds pats vai līdzīgs apjoms vai tie ir līdzīgi vai tālākā izstrādes posmā nekā pētniecības un izstrādes centieni, uz kuriem attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, tie var radīt konkurences spiedienu, un tas liecinātu par labu līdzvērtīgumam. Tāpat attiecībā uz grafiku, piemēram, trešās personas pētniecības un izstrādes centieni, kas ilgst sešus līdz astoņus gadus no ienākšanas tirgū, salīdzinājumā ar pētniecības un izstrādes nolīguma pušu pētniecības un izstrādes centieniem, kas ilgst vienu gadu no ienākšanas tirgū, var nebūt līdzvērtīgi.
154. Otrais elementu kopums ir **saistīts ar pētniecības un izstrādes centienu veicējas trešās personas (vai personu) spējām**. Tas attiecas uz trešās personas finanšu resursiem un cilvēkresursiem, tās intelektuālo īpašumu, zinātību un citiem specializētiem aktīviem vai tās iepriekšējiem pētniecības un izstrādes centieniem (un piekļuvi tiem). Šie elementi ir būtiski, nosakot, vai resursi un spējas, kas ir trešo personu pētniecības un izstrādes centienu pamatā, ir līdzvērtīgi un vai tādējādi tiem varētu būt vismaz līdzīgs attīstības temps un iznākums, un vai tādējādi tie rada konkurences spiedienu. Piemēram, trešās personas pētniecības un izstrādes centieni var nebūt līdzvērtīgi, ja tai būtiski trūkst finanšu resursu un cilvēkresursu līdzīgu pētniecības un izstrādes centienu veikšanai. Līdzīgi, trešās personas iepriekšēja veiksmīga pieredze pētniecības un izstrādes projektos, kas ir līdzīgi tam, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, liecinātu par labu līdzvērtīgumam. Turklāt dažās nozarēs arī līdzīga trešās personas piekļuve attiecīgajām intelektuālā īpašuma tiesībām (piemēram, patentiem) vai attiecīgajai zinātībai un/vai šādu tiesību vai zinātības turēšana īpašumā var liecināt par labu līdzvērtīgumam.
155. Trešais elementu kopums ir **saistīts ar rezultātu izmantošanu**. Tas attiecas uz trešo personu spējām un iespējamību (t.i., stimuliem turpināt īstenošanu, lai rezultātus ieviestu tirgū) izmantot pētniecības un izstrādes centienu iespējamās rezultātus iekšējā tirgū. Tas nozīmē, piemēram, ka pētniecības un izstrādes centieni, kas varētu tikt izmantoti tikai ārpus ES bez izredzēm sasniegt iekšējo tirgu, var nebūt

¹³⁷ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 7. panta 2. punkts. Attiecībā uz trešām personām, kas spēj un varētu patstāvīgi īstenot konkurējošus pētniecības un izstrādes centienus, līdzvērtīguma novērtējumam būtisks būtu tikai otrais un trešais elementu kopums.

līdzvērtīgi pētniecības un izstrādes centieniem, uz kuriem attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums un kuru rezultāti tiktu laisti iekšējā tirgū.

2.5.4.4. Nolīgumi starp nekonkurējošiem uzņēmumiem

156. Ja pētniecības un izstrādes nolīguma puses ir **nekonkurējoši uzņēmumi**, pusēm nepiemēro nekādu robežlielumu¹³⁸. Ja pētniecības un izstrādes rezultāti **netiek kopīgi izmantoti**, pētniecības un izstrādes nolīgumam piemēro atbrīvojumu visu pētniecības un izstrādes norises laiku.
157. Ja pētniecības un izstrādes rezultāti tiek **kopīgi izmantoti**, atbrīvojumu turpina piemērot septiņus gadus no brīža, kad līguma produkti vai līguma tehnoloģijas pirmoreiz tiek laistas iekšējā tirgū.
158. Pēc septiņu gadu perioda beigām pusēm vajadzētu spēt aprēķināt savas tirgus daļas izrietošā līguma produkta vai līguma tehnoloģijas tirgos. Atbrīvojumu turpina piemērot tikai tik ilgi, kamēr pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 25 % tirgos, pie kuriem pieder līguma produkti vai līguma tehnoloģijas. Ja pēc septiņu gadu perioda beigām kopējā tirgus daļa pārsniedz 25 % vienā no šiem tirgiem, Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzēto atbrīvojumu turpina piemērot divus secīgus kalendāros gadus pēc gada, kurā robežlielums pirmoreiz pārsniegts¹³⁹.

2.6. Stingrie un izslēgtie ierobežojumi

2.6.1. Stingrie ierobežojumi

159. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. pantā ir ietverts stingro ierobežojumu uzskaitījums. Tos uzskata par būtiskiem konkurences ierobežojumiem, kas tirgum un patērētājiem radītā kaitējuma dēļ lielākoties būtu jāaizliedz. Pētniecības un izstrādes nolīgumi, kas paredz vienu vai vairākus stingros ierobežojumus, kopumā ir izslēgti no Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētā atbrīvojuma tvēruma.
160. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. pantā paredzētos stingros ierobežojumus var sagrupēt šādās kategorijās: i) ierobežojumi pušu brīvībai veikt pētniecības un izstrādes centienus, ii) izlaidis vai pārdošanas ierobežojumi un cenu noteikšana, iii) aktīvās un pasīvās pārdošanas ierobežojumi un iv) citi stingrie ierobežojumi.

2.6.1.1. Ierobežojums pušu brīvībai veikt pētniecības un izstrādes centienus

161. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 1. punkts izslēdz no atbrīvojuma pētniecības un izstrādes nolīgumus, kas paredz ierobežojumus pušu brīvībai patstāvīgi vai sadarbībā ar trešām personām veikt pētniecību un izstrādi, vai nu:
 - (a) jomā, kas nav saistīta ar jomu, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, vai
 - (b) jomā, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, vai saistītā jomā pēc pētniecības un izstrādes pabeigšanas.
162. Citiem vārdiem sakot, pētniecības un izstrādes nolīguma pusēm vienmēr ir jābūt iespējai veikt pētniecības un izstrādes centienus jomās, kas nav saistītas ar jomām, uz kurām attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums. Pusēm pēc tās pētniecības un izstrādes pabeigšanas, uz kuru attiecas pētniecības un izstrādes nolīgums, jā saglabā iespēja brīvi veikt pētniecības un izstrādes centienus jomā, uz kuru attiecas

¹³⁸ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 1. punkts.

¹³⁹ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 5. punkts.

pētniecības un izstrādes nolīgums, vai saistītā jomā. Citos gadījumos pētniecības un izstrādes nolīgumam nepiemēro atbrīvojumu saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR.

2.6.1.2. Izlaides vai pārdošanas ierobežojumi un cenu noteikšana

163. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 2. punkts izslēdz no atbrīvojuma pētniecības un izstrādes nolīgumus, kas paredz izlaides vai pārdošanas ierobežojumus. Ja konkurenti vienojas ierobežot to, cik daudz katrs no tiem var saražot vai pārdot, tas parasti ir būtisks konkurences ierobežojums. Tomēr ražošanas mērķrādītāju noteikšana nav uzskatāma par stingro ierobežojumu, ja rezultātu kopīgā izmantošana ietver līguma produktu kopīgu ražošanu¹⁴⁰. Līdzīgi pārdošanas mērķrādītāju noteikšana nav uzskatāma par stingro ierobežojumu, ja rezultātu kopīga izmantošana ietver līguma produktu kopīgu izplatīšanu vai līguma tehnoloģiju kopīgu licencēšanu un ja to veic kopīga komanda, organizācija vai uzņēmums vai ja to kopīgi uztic trešai personai¹⁴¹. Tas attiecas arī uz darbībām, kas ir specializācija attiecībā uz izmantošanu¹⁴², un uz konkrētām nekonkurēšanas saistībām¹⁴³.
164. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 3. punktu arī cenu noteikšana attiecībā uz produktu pārdošanu vai tehnoloģiju licencēšanu trešām personām ir stingrie ierobežojumi. Tomēr cenu noteikšana tiešajiem klientiem vai licenču maksu noteikšana tiešajiem licenciātiem, ja rezultātu kopīga izmantošana ietver līguma produktu kopīgu izplatīšanu vai līguma tehnoloģiju kopīgu licencēšanu un ja to veic kopīga komanda, organizācija vai uzņēmums vai ja to kopīgi uztic trešai personai, nav uzskatāma par stingro ierobežojumu.

2.6.1.3. Aktīvās un pasīvās pārdošanas ierobežojumi

165. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 4., 5. un 6. punkts attiecas uz aktīvās un pasīvās pārdošanas ierobežojumiem. Attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem **pasīvā pārdošana** Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 24. apakšpunktā ir definēta kā pārdošanapēc individuālu klientu pašiniciatīvas pieprasījumiem, tai skaitā produktu piegāde klientam vai klientiem gadījumos, kad pārdošanas darījumu nav izraisījusi rīcība, kura aktīvi vērsta uz konkrēto klientu, klientu grupu vai teritoriju; pasīvā pārdošana ietver pārdošanu, kas izriet no dalības privāā vai publiskā iepirkuma konkursos.
166. Aktīvā pārdošana ietver visas pārdošanas formas, kas nav pasīvā pārdošana un kas ietver:
- (a) aktīvu vēršanos pie klientiem ar apmeklējumiem, vēstulēm, e-vēstulēm, zvaniem vai citiem tiešās komunikācijas veidiem vai ar mērķorientētu bezsaistes vai tiešsaistes reklāmu vai tirdzniecības veicināšanas pasākumiem, piemēram, drukātajos vai digitālajos medijos, tai skaitā tiešsaistes medijos, cenu salīdzināšanas rīkiem vai reklāmu meklētājos, kas vērsti uz klientiem konkrētās teritorijās vai klientu grupās;

¹⁴⁰ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 2. punkta a) apakšpunkts.

¹⁴¹ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 2. punkta b) apakšpunkts.

¹⁴² Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 2. punkta c) apakšpunkts. Termina “specializācija attiecībā uz izmantošanu” definīciju sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 14. apakšpunktā un šo pamatnostādņu 2.4.2. iedaļā.

¹⁴³ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 2. punkta d) apakšpunkts.

- (b) tādu valodas izvēles iespēju piedāvāšanu tīmekļa vietnē, kuras parasti netiek lietotas teritorijā, kurā iedibināts izplatītājs;
 - (c) tīmekļa vietnes piedāvāšanu ar domēna nosaukumu, kas atbilst citai teritorijai, kurā iedibināts izplatītājs.
167. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 4. punktu Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums nav attiecināms uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas paredz pasīvās pārdošanas ierobežojumus. Tas attiecas uz ikvienu pasīvās pārdošanas ierobežojumu attiecībā uz to, a) kādā teritorijā vai b) kādiem klientiem puses var pasīvi pārdot līguma produktus vai licencēt līguma tehnoloģijas, izņemot prasību piešķirt citai nolīguma pusei ekskluzīvu licenci attiecībā uz rezultātiem. Šā pēdējā minētā izņēmuma iemesls ir pusēm skaidri piešķirtā iespēja, kas paredz, ka līguma produktus ražo un izplata tikai viena puse, pamatojoties uz ekskluzīvu licenci, ko tai piešķirušas pārējās puses¹⁴⁴.
168. Saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 5. punktu Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums nav attiecināms uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas paredz noteiktus aktīvās pārdošanas ierobežojumus. Tas attiecas uz gadījumu, kad pastāv prasība neveikt vai ierobežot līguma produktu vai līguma tehnoloģiju aktīvo pārdošanu teritorijās vai attiecībā uz klientiem, kas, specializējoties attiecībā uz izmantošanu, nav ekskluzīvi iedalīti vienai no pusēm.
169. Tas nozīmē, ka aktīvā pārdošana nedrīkst būt ierobežota starp pusēm, ja vien puses nepiešķir teritorijas vai klientus vienai no tām atbilstoši specializācijai attiecībā uz izmantošanu¹⁴⁵.
- 2.6.1.4. Citi stingrie ierobežojumi
170. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredz vēl divus stingros ierobežojumus. Pirmkārt, ja puses savstarpēji sadala teritorijas vai citādi sadala klientus, pusēm specializējoties attiecībā uz izmantošanu, stingrais ierobežojums pastāv, ja tiek pieprasīts, lai viena puse atsakās apmierināt otram pusei piešķirto klientu pieprasījumu, ja šādi klienti tirgo līguma produktus vai licencē līguma tehnoloģijas citās teritorijās iekšējā tirgū¹⁴⁶.
171. Otrkārt, arī prasība apgrūtināt lietotājiem vai tālākpārdevējiem līguma produktu iegūvi no citiem tālākpārdevējiem iekšējā tirgū ir stingrais ierobežojums¹⁴⁷.

2.6.2. Izslēgtie ierobežojumi

172. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 9. pants konkrētas saistības, ko paredz pētniecības un izstrādes nolīgumos, izslēdz no Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētā atbrīvojuma. Ar pietiekamu pārliecību nevar pieņemt, ka šīs saistības atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Atšķirībā no stingrajiem ierobežojumiem, uz kuriem attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. pants, izslēgtie ierobežojumi neliedz izmantot grupu atbrīvojumu par visu pētniecības un izstrādes nolīgumu. Tomēr tas attiecas tikai uz gadījumu, kad attiecīgo ierobežojumu var

¹⁴⁴ Atbilstoši termina "specializācija attiecībā uz izmantošanu" definīcijai, kas noteikta Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 14. apakšpunktā.

¹⁴⁵ Termina "specializācija attiecībā uz izmantošanu" definīciju sk. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta 14. apakšpunktā.

¹⁴⁶ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 6. punkts.

¹⁴⁷ Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. panta 7. punkts.

nošķirt no pārējā nolīguma. Ja ierobežojums ir nošķirams, pārējam nolīgumam turpina piemērot atbrīvojumu saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR.

173. Par izslēgtajiem ierobežojumiem veic individuālu novērtējumu saskaņā ar 101. pantu. Netiek prezumēts, ka uz izslēgtajiem ierobežojumiem attiecas 101. panta 1. punkta piemērošanas joma vai ka tie neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.
174. Pirmais izslēgtais ierobežojums ir saistības neapstrīdēt to intelektuālā īpašuma tiesību spēkā esību, kuras pusēm ir iekšējā tirgū:
- (a) pēc pētniecības un izstrādes pabeigšanas attiecībā uz intelektuālā īpašuma tiesībām, kas ir būtiskas pētniecībai un izstrādei, vai
 - (b) pēc pētniecības un izstrādes nolīguma termiņa beigām attiecībā uz intelektuālā īpašuma tiesībām, kas aizsargā pētniecības un izstrādes rezultātus¹⁴⁸.
175. Iemesls šādu saistību izslēgšanai no grupu atbrīvojuma ir tāds, ka nevajadzētu liegt iespēju apstrīdēt šādu intelektuālā īpašuma tiesību spēkā esību pusēm, kuru rīcībā ir būtiskā informācija, pēc kuras identificēt intelektuālā īpašuma tiesības, kas piešķirtas kļūdas pēc. Attiecībā uz šādu ierobežojumu parasti nevar prezumēt, ka 101. panta 3. punkta nosacījumi ir izpildīti un tāpēc pusēm būs jāveic šādu ierobežojumu pašnovērtējums. Tomēr noteikumi, kas ļauj izbeigt pētniecības un izstrādes nolīgumu, ja viena no pusēm apstrīd to intelektuālā īpašuma tiesību spēkā esību, kas ir būtiskas pētniecības un izstrādes nolīgumam vai kas aizsargā pētniecības un izstrādes rezultātus, nav izslēgtie ierobežojumi.
176. Otrais izslēgtais ierobežojums ir saistības nepiešķirt licences trešām personām līguma produktu ražošanai vai līguma tehnoloģiju pielietošanai. Tas nozīmē, ka pusēm principā vajadzētu būt iespējai brīvi piešķirt licences trešām personām. Izņēmumu piemēro, ja pētniecības un izstrādes nolīgumā ir noteikts, ka kopīgās pētniecības un izstrādes vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātus izmanto vismaz viena puse un šī izmantošana notiek iekšējā tirgū attiecībā pret trešām personām.

2.7. Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu atsaukšana

177. Komisija var atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumus atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 1. punktam, ja tā konstatē, ka konkrētā gadījumā pētniecības un izstrādes nolīgums, uz kuru attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums, tomēr rada tādu ietekmi, kas nav saderīga ar 101. panta 3. punktu. Turklāt, ja konkrētā gadījumā šādam nolīgumam ir ietekme, kas nav saderīga ar 101. panta 3. punktu, dalībvalsts teritorijā vai kādā tās daļā, kam ir visas atsevišķa ģeogrāfiskā tirgus pazīmes, VKI var arī atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu attiecībā uz minēto teritoriju atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 2. punktam. Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. pantā nav minētas dalībvalstu tiesas, kurām tāpēc nav pilnvaru atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu, ja vien attiecīgā tiesa nav dalībvalsts norīkota konkurences iestāde atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 35. pantam.
178. Komisija un VKI var atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu jo īpaši tad, ja:

¹⁴⁸

Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 9. panta 1. punkta a) apakšpunkts.

- (a) pētniecības un izstrādes nolīguma pastāvēšana būtiski ierobežo trešo personu iespējas veikt pētniecību un izstrādi līguma produktu, līguma tehnoloģiju vai pētniecības un izstrādes nozarojumu jomā(-ās); tas tā var būt, piemēram, ierobežotas pieejamās pētniecības jaudas dēļ;
 - (b) pētniecības un izstrādes nolīguma pastāvēšana būtiski ierobežo trešo personu piekļuvi līguma produktu vai līguma tehnoloģiju tirgum; tas tā var būt, piemēram, konkrētās piegādes struktūras dēļ;
 - (c) puses bez objektīvi pamatota iemesla neizmanto kopīgas vai maksas pētniecības un izstrādes rezultātus attiecībā pret trešām personām;
 - (d) līguma produkti vai līguma tehnoloģijas visā iekšējā tirgū vai tā būtiskā daļā efektīvi nekonkurē ar produktiem vai tehnoloģijām, kuras lietotāji to iezīmju, cenas un paredzētā lietojuma dēļ uzskata par līdzvērtīgiem.
179. Atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 1. punktam Komisija var atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu pēc savas iniciatīvas vai uz sūdzības pamata. Tas ietver iespēju VKI lūgt, lai Komisija atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu konkrētā gadījumā, neskarot to noteikumu piemērošanu, kas attiecas uz lietu sadalījumu un palīdzību Eiropas Konkurences tīklā ("EKT")¹⁴⁹, un neskarot pašu VKI atsaukšanas pilnvaras atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 2. punktam. Ja vismaz trīs VKI lūdz, lai Komisija konkrētā gadījumā piemēro Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 1. punktu, Komisija apspriež konkrēto gadījumu EKT ietvaros, lai izlemtu, vai atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu. Šajā saistībā Komisija jo īpaši ņem vērā to VKI viedokļus, kuras ir lūgušas Komisiju atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu, lai laikus izdarītu secinājumu par to, vai atsaukšanas nosacījumi konkrētajā gadījumā ir izpildīti.
180. No Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 1. un 2. punkta izriet, ka Komisijai ir ekskluzīva kompetence atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu visā Savienībā, proti, tā var atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kas ierobežo konkurenci konkrētā ģeogrāfiskajā tirgū, kurš ir plašāks nekā atsevišķas dalībvalsts teritorija, savukārt VKI var atsaukt minētās regulas atbrīvojumu tikai to attiecīgās dalībvalsts teritorijā.
181. Tādējādi atsevišķas VKI atsaukšanas pilnvaras attiecas uz gadījumiem, kad konkrētais tirgus aptver vienu atsevišķu dalībvalsti vai reģionu, kas atrodas tikai vienas dalībvalsts teritorijā vai tās daļā. Šādā gadījumā VKI ir kompetence atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumu, kam ir ietekme, kura nav saderīga ar Līguma 101. panta 3. punktu, attiecīgajā valsts vai reģionālajā tirgū. Tā ir sakritīga kompetence tādā ziņā, ka Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 1. punkts pilnvaro arī Komisiju atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu attiecībā uz valsts vai reģionālo tirgu, ja vien konkrētais pētniecības un izstrādes nolīgums var ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm.
182. Ja runa ir par vairākiem atsevišķiem valsts vai reģionālajiem tirgiem, vairākas kompetentās VKI var atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumus vienlaicīgi.

¹⁴⁹

Sk. Regulas (EK) Nr. 1/2003 IV nodaļu.

183. No Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 1. punkta formulējuma izriet, ka tad, ja Komisija atsauc Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu, tai ir pienākums pierādīt, pirmkārt, ka attiecīgajam pētniecības un izstrādes nolīgumam ir ievērojamas pret konkurenci vērstas sekas, kuru dēļ uz to attiecas Līguma 101. panta 1. punkta piemērošanas joma. Otrkārt, tai ir jāpierāda, ka nolīgumam ir ietekme, kas nav saderīga ar Līguma 101. panta 3. punktu, un tas nozīmē, ka nolīgums neatbilst vismaz vienam no četriem Līguma 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 2. punktam tās pašas prasības ir piemērojamas, ja VKI atsauc Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu attiecībā uz savu dalībvalsti. Jo īpaši attiecībā uz pienākumu pierādīt, ka ir izpildīta otrā prasība, Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. pants prasa, lai kompetentā VKI pamatotu, ka vismaz viens no četriem Līguma 101. panta 3. punkta nosacījumiem nav izpildīts¹⁵⁰.
184. Ja Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 1. punkta prasības ir izpildītas, Komisija var atsaukt Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu individuālā gadījumā. Šāda atsaukšana un tās prasības, kas noteiktas iepriekšējos punktos, ir jānošķir no konstatējumiem Komisijas pārkāpuma lēmumā, kas pieņemts atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 III nodaļai. Tomēr atsaukšanu var apvienot, piemēram, ar pārkāpuma konstatējumu un tiesiskās aizsardzības līdzekļa noteikšanu un pat ar pagaidu pasākumiem, kā tas darīts iepriekšējos Komisijas lēmumos¹⁵¹.
185. Ja Komisija atsauc Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 1. punktam, tai ir jāņem vērā, ka atsaukšanai var būt tikai *ex nunc* ietekme, t. i., ka attiecīgo nolīgumu atbrīvojuma statuss paliks neietekmēts laikposmu pirms dienas, kad atsaukšana stājas spēkā. Ja tiek veikta atsaukšana atbilstoši Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta 2. punktam, attiecīgajai VKI ir jāņem vērā arī tās pienākumi, kas izriet no Regulas (EK) Nr. 1/2003 11. panta 4. punkta, jo īpaši pienākums iesniegt Komisijai ikvienu būtisku paredzētu lēmumu.
- 2.8. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu attiecībā uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, uz kuriem neattiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērošanas joma**
186. Netiek prezumēts, ka uz pētniecības un izstrādes nolīgumiem, uz kuriem neattiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR piemērošanas joma, attiecas 101. panta 1. punkta piemērošanas joma vai ka tie neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Par šādiem pētniecības un izstrādes nolīgumiem ir jāveic individuāls novērtējums saskaņā ar 101. pantu.

¹⁵⁰ Regulas (EK) Nr. 1/2003 29. panta prasība attiecībā uz kompetentās VKI pierādīšanas pienākumu izriet no situācijas, kurā pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR nav piemērojama un uzņēmums atsaucas uz 101. panta 3. punktu individuālā gadījumā. Šādā gadījumā uzņēmumam ir pienākums, ievērojot Regulas (EK) Nr. 1/2003 2. pantu, pierādīt, ka visi četri 101. panta 3. punkta nosacījumi ir izpildīti. Šajā nolūkā tam ir jāpamato savi apgalvojumi; sk., piemēram, Komisijas lēmumu lietā AT.39226 — *Lundbeck*, kas atbalstīts 2016. gada 8. septembra spriedumā lietā *Lundbeck/Komisija*, T-472/13, EU:T:2016:449, un 2021. gada 25. marta spriedumā lietā *Lundbeck/Komisija*, C-591/16 P, EU:C:2021:243.

¹⁵¹ Komisija ir izmantojusi savas pilnvaras atsaukt atbrīvojumu, ko sniedz viena no iepriekš piemērojamām grupu atbrīvojuma regulām, Komisijas 1992. gada 25. marta lēmumā (pagaidu pasākumi) un 1992. gada 23. decembra lēmumā par procedūru atbilstoši EEK līguma 85. pantam lietā IV/34.072 — *Mars/Langnese* un *Schöller*, kas atbalstīta ar 1998. gada 1. oktobra spriedumu lietā *Langnese-Iglo/Komisija*, C-279/95 P, EU:C:1998:447, un Komisijas 1991. gada 4. decembra lēmumā (pagaidu pasākumi) un 1991. gada 4. decembra lēmumā par procedūru atbilstoši EEK līguma 85. pantam lietā IV/33.157 — *Eco System/Peugeot*.

187. Šāds individuāls novērtējums sākas ar jautājumu par to, vai nolīgums ierobežotu konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē¹⁵². Ja tā būtu, tad uzņēmumiem būtu jānovērtē, vai pētniecības un izstrādes nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

2.8.1. Efektivitātes pieaugums

188. Neatkarīgi no tā, vai pētniecības un izstrādes nolīgumi paredz vai neparedz iespējamo rezultātu kopīgu izmantošanu, daudzi no tiem rada efektivitātes pieaugumu, apvienojot savstarpēji papildinošas prasmes un aktīvus un tādējādi radot uzlabotus vai jaunus produktus un tehnoloģijas, kuru izstrāde un laišana tirgū notiek ātrāk nekā citkārt. Pētniecības un izstrādes nolīgumi turklāt var veicināt zināšanu plašāku izplatību, kas savukārt var rosināt citu inovāciju. Pētniecības un izstrādes nolīgumi var arī izraisīt izmaksu samazinājumus un mazināt atkarību no pārāk ierobežota konkrētu tehnoloģiju, produktu un pakalpojumu piegādātāju skaita. Šis efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu.

2.8.2. Obligāta vajadzība

189. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir vajadzīgs, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada pētniecības un izstrādes nolīgums, neatbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem. Jo īpaši attiecībā uz stingrajiem ierobežojumiem, kas uzskaitīti Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 8. pantā¹⁵³, ir mazāka varbūtība, ka tie atbildīs obligātas vajadzības kritērijam individuālā novērtējumā.

2.8.3. Nodošana patērētājiem

190. Obligāti vajadzīgo ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz pētniecības un izstrādes nolīguma radītās konkurenci ierobežojošās sekas. Piemēram, laižot tirgū jaunus vai uzlabotus produktus, ir jāpārsniedz cenu pieaugums vai citas konkurenci ierobežojošās sekas.
191. Kopumā ir vairāk ticams, ka pētniecības un izstrādes nolīgums radīs efektivitātes pieaugumu, kas nāk par labu patērētājiem, ja tā rezultāts būs savstarpēji papildinošu prasmju un aktīvu apvienojums. Piemēram, nolīguma pusēm var būt atšķirīgas pētniecības spējas.
192. Ja pušu prasmes un aktīvi ir ļoti līdzīgi, pētniecības un izstrādes nolīguma būtiskākās sekas var būt vienas vai vairāku pušu pētniecības un izstrādes daļēja vai pilnīga likvidācija. Tas likvidētu nolīguma pušu (pastāvīgās) izmaksas, bet, visticamāk, neradītu labumus, kas tiktu nodoti patērētājiem.
193. Turklāt, jo lielāka ir pušu tirgus vara, jo mazāka ir iespēja, ka efektivitātes pieaugums tiks nodots patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošās sekas.

2.8.4. Konkurences nelikvidēšana

194. Atbilstība 101. panta 3. punkta kritērijiem nav iespējama, ja pusēm ir dota iespēja likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu vai tehnoloģiju būtisku daļu.

¹⁵² Sk. arī šo pamatnostādņu 2.3. iedaļu.

¹⁵³ Sk. arī šo pamatnostādņu 2.6. iedaļu par stingrajiem ierobežojumiem.

2.9. Novērtējuma laiks

195. Ierobežojošu nolīgumu novērtējumu saskaņā ar 101. pantu veic, ievērojot nolīgumu īstenošanas reālo situāciju un pamatojoties uz konkrētā laikā pastāvošiem faktiem. Novērtējumu ietekmē būtiskas izmaiņas faktos.
196. Līguma 101. panta 3. punktā noteikto izņēmuma piemēro, ja nolīgums atbilst 101. panta 3. punktā minētajiem četriem kumulatīvajiem nosacījumiem, un pārtrauc piemērot, ja nolīgums vairs neatbilst šiem nosacījumiem. Piemērojot visus četrus kumulatīvos kritērijus atbilstoši 101. panta 3. punktam, ir jāņem vērā pušu sākotnēji veiktās neatgūstamās investīcijas, kā arī laiks un ierobežojumi, ko prasa investīciju saistību uzņemšanās un efektivitāti veicinošu investīciju atlīdzināšana. Pienācīgi neņemot vērā šādas *ex ante* investīcijas, 101. pantu nevar piemērot. Tādējādi, ievērojot risku, kas pusēm jāuzņemas, un nolīguma īstenošanai nepieciešamās neatgūstamās investīcijas, var gadīties, ka investīciju atlīdzināšanas laikā nolīgums neatbilst attiecīgi 101. panta 1. punkta piemērošanas jomai vai 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Ja uz investīciju rezultātā tapušo izgudrojumu attiecina jebkādu ekskluzivitāti, kas pusēm piešķirta saskaņā ar intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības noteikumiem, jādomā, ka šādu investīciju atlīdzināšanas laiks parasti nepārsniegs saskaņā ar minētajiem noteikumiem noteikto ekskluzivitātes laikposmu.
197. Dažkārt ierobežojoši nolīgumi ir neatgriezeniski. Pēc ierobežojošā nolīguma īstenošanas *ex ante* apstākļu atjaunošana nav iespējama. Šādos gadījumos novērtējums jāveic, ņemot vērā vienīgi īstenošanas laikā pastāvošos faktus.
198. Piemēram, tādu pētniecības un izstrādes nolīgumu gadījumos, saskaņā ar kuriem puses piekrīt atteikties katra no sava pētniecības projekta un apvienot savas un citas puses spējas, objektīvi iespēja atdzīvīnāt pamestos projektus tehniski un ekonomiski var būt zudusi. Ja nolīgums šajā laikā ir saderīgs ar 101. pantu, piemēram, tāpēc, ka ir pietiekams skaits trešo personu, kas īsteno konkurējošus pētniecības un izstrādes centienus, pušu nolīgums par atteikšanos no saviem atsevišķajiem projektiem ir saderīgs ar 101. panta 1. punktu arī tad, ja trešo personu projekti vēlāk netiek īstenoti.
199. Tomēr 101. panta 1. punktā noteiktais aizliegums var attiekties uz citām nolīguma daļām, ko neskar neatgriezeniskuma problēma. Piemēram, ja papildus kopīgai pētniecībai un izstrādei nolīgumā ir paredzēta kopīga izmantošana, 101. pants var attiekties uz šo nolīguma daļu, ja turpmāku tirgus norišu dēļ nolīgums rada konkurenci ierobežojošas sekas un (vairs) neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem, pienācīgi ņemot vērā *ex ante* neatgūstamās investīcijas.

2.10. Piemērs

200. Pētniecības un izstrādes nolīgumi starp inovācijā konkurējošiem uzņēmumiem

1. piemērs

Situācija: uzņēmumi "A" un "B" katrs ir veikuši ievērojamas investīcijas pētniecībā un izstrādē, lai izstrādātu jaunu miniatūru elektronisko komponentu, kurš nedz uzlabos, nedz aizvietos esošos komponentus, un, ja produkts būs veiksmīgs, pieprasījums pēc tā radīs savu jaunu tirgu. Uzņēmumi "A" un "B" ir izstrādājuši agrīnus prototipus. Tagad uzņēmumi vienojas apvienot minētos pētniecības un izstrādes centienus, lai izveidotu kopuzņēmumu, kurš pabeigs pētniecību un izstrādi, koncentrējoties tikai uz vienu no abiem pētniecības un izstrādes centieniem (nolīguma pētniecības un izstrādes daļa), un ražos jauno komponentu (nolīguma kopīgas izmantošanas daļa), kas tiks pārdots atpakaļ uzņēmumiem "A" un "B", lai tie

varētu komercializēt jauno komponentu atsevišķi ("pētniecības un izstrādes nolīgums").

Konkrētajā brīdī nav citu uzņēmumu, kas izstrādā tādu pašu vai aizstājošu elektronisko komponentu vai kas spēj un varētu patstāvīgi īstenot pētniecības un izstrādes centienus, lai izstrādātu tādu pašu vai aizstājošu komponentu.

Analīze: miniatūrais elektroniskais komponents ir pilnīgi jauns produkts, un būtu jāanalizē, vai pētniecības un izstrādes nolīgums ierobežo konkurenci iekšējā tirgū 101. panta 1. punkta nozīmē. Būtu arī jānovērtē, vai uz pētniecības un izstrādes nolīgumu attiecas Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR.

Kad tiek noslēgts pētniecības un izstrādes nolīgums, uzņēmumi "A" un "B" ir vienīgie divi uzņēmumi, kas īsteno (vai kas spēj un varētu īstenot) pētniecības un izstrādes centienus, kuri ir saistīti ar jauno komponentu. Katrs no tiem spētu neatkarīgi veikt jaunā komponenta pētniecības un izstrādes centienus un ieviest jauno komponentu tirgū. Ar kopuzņēmuma starpniecību uzņēmumi "A" un "B" pievērsīsies vieniem pētniecības un izstrādes centieniem, nevis īstenos divus atsevišķus centienus. Tāpēc pētniecības un izstrādes nolīgumam varētu arī būt tādas ierobežojošas sekas 101. panta nozīmē, ko izraisītu pētniecības un izstrādes centienu skaita samazinājums un attiecīgi arī to produktu skaita samazinājums, kuri varētu sasniegt tirgu.

Ja nolīgums izraisa konkurences ierobežojumu, pusēm būtu jānosaka, vai tām var piemērot atbrīvojumu saskaņā ar Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR. Tomēr pētniecības un izstrādes nolīgums starp uzņēmumiem "A" un "B" neatbilst atbrīvojuma nosacījumiem. Proti, robežlielums attiecībā uz nolīgumiem starp inovācijā konkurējošiem uzņēmumiem nav sasniegts, jo nav citu konkurējošu pētniecības un izstrādes centienu (Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR 6. panta 3. punkts). Tāpēc ir vajadzīgs individuāls novērtējums, lai noskaidrotu, vai pētniecības un izstrādes nolīgums atbilst prasībām saskaņā ar 101. panta 3. punktu.

Saskaņā ar 101. panta 3. punktu, lai gan pētniecības un izstrādes nolīgums varētu radīt efektivitātes pieaugumu, kas izpaužas kā jauna produkta ātrāka ieviešana tirgū, pētniecības un izstrādes nolīgums likvidētu pušu vienīgo konkurences spiedienu inovācijas līmenī. Tādējādi tas varētu izraisīt inovācijas zaudēšanu un cenu paaugstināšanos lejupējos tirgos. Pētniecības un izstrādes nolīgums, iespējams, radītu duopolu jaunu miniatūru elektronisko komponentu nākotnes tirgū. Šādam duopolam būtu raksturīga augsta izmaksu kopīguma pakāpe un komerciāli sensitīvas informācijas iespējama apmaiņa starp pusēm, jo to kopuzņēmums ražos vienīgajiem jaunā komponenta pārdevējiem, proti, uzņēmumiem "A" un "B". Tāpēc var būt arī nopietns ar konkurenci nesaderīgas koordinācijas risks, kas rada aizliegtu vienošanos jaunajā tirgū. Lai gan dažas no šīm problēmām varētu novērst, ja puses ar pieņemamiem nosacījumiem apņemtos izsniegt zinātības vai intelektuālā īpašuma tiesību licences jaunā komponenta ražošanai trešām personām, šķiet maz ticams, ka tas varētu novērst visas problēmas un nodrošināt 101. panta 3. punkta nosacījumu izpildi. Tāpēc pētniecības un izstrādes nolīgumam, visticamāk, nav piemērojams atbrīvojums atbilstoši 101. panta 3. punktam.

201. Pētniecības un izstrādes nolīgumi starp uzņēmumiem, kas konkurē attiecībā uz esošu produktu un/vai tehnoloģiju

2. piemērs

Situācija: uzņēmumam “A” ir 51 % tirgus daļa tirgū, kurā ražo tā veiksmīgās zāles. Mazs uzņēmums — uzņēmums “B” — īsteno farmaceitisko pētniecību un izstrādi, aktīvo farmaceitisko vielu (“AFV”) ražošanu un ģenērisko zāļu ražošanu. Uzņēmums “B” ir izgudrojis procesu, kas ļauj ražot uzņēmuma “A” veiksmīgās zāles AFV ekonomiskākā veidā. Uzņēmums “B” ir iesniedzis patenta pieteikumu šim procesam (procesa patents). Līdz uzņēmuma “A” veiksmīgajās zālēs izmantojamā savienojuma (AFV) patenta termiņa beigām ir atlicis nedaudz mazāk par trim gadiem, pēc tam tirgū paliks vairāki ar zālēm saistīti procesa patenti. Uzņēmums “B” uzskata, ka tā izstrādātais jaunais, efektīvākais process nepārkāps uzņēmuma “A” pastāvošo procesa patentu tiesības un pēc uzņēmuma “A” AFV patenta termiņa beigām ļaus ražot veiksmīgo zāļu ģenērisko versiju. Uzņēmums “B”, visticamāk, vai nu ražos produktu pats, vai licencēs šo procesu ieinteresētajām trešām personām, piemēram, citiem ģenēriskajiem ražotājiem vai uzņēmumam “A”.

Pirms savas pētniecības un izstrādes pabeigšanas šajā jomā uzņēmums “B” ar uzņēmumu “A” noslēdz nolīgumu, saskaņā ar kuru uzņēmums “A” sniedz finansiālu ieguldījumu pētniecības un izstrādes projektā, ko īsteno uzņēmums “B”, ar nosacījumu, ka tas iegūst ekskluzīvu licenci par visiem uzņēmuma “B” procesa patentiem saistībā ar uzņēmuma “A” veiksmīgo zāļu AFV ražošanu.

Notiek vēl divi neatkarīgas pētniecības un izstrādes centieni, kuros izstrādā veiksmīgo zāļu AFV ražošanas procesu, nepārkāpjot uzņēmumu “A” vai “B” procesa patentu tiesības, bet vēl nav skaidrs, vai šie centieni nonāks līdz rūpnieciskai ražošanai.

Analīze: procesā, uz kuru attiecas uzņēmuma “B” patenta pieteikums, tiek tikai uzlabots esošs ražošanas process. Uzņēmums “A” darbojas esošās tehnoloģijas (ražošanas procesa) tirgū, kā arī esošā produkta (veiksmīgo zāļu) tirgū. Uzņēmums “B” ir potenciāls konkurents tehnoloģiju līmenī. Ja uzņēmums “B” izmantotu procesa patentu, tad tas, visticamāk, spētu ienākt produktu tirgū, piemēram, ar ģenērisku produktu. Tāpēc uzņēmumi “A” un “B” ir potenciāli konkurenti produktu tirgū, kura daļa ir veiksmīgās zāles. Nolīgumam nepiemēro atbrīvojumu atbilstoši Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR, jo vismaz attiecībā uz produkta tirgu uzņēmuma “A” tirgus daļa ir lielāka nekā 25 %. Tāpēc ir jāveic individuāls novērtējums.

Uzņēmumam “A” ir tirgus vara esošā tirgū, kura daļa ir veiksmīgās zāles. Lai gan šī tirgus vara ievērojami samazinātos, tirgū faktiski ienākot ģenēriskiem konkurentiem, procesa patenta ekskluzīvā licence padara uzņēmuma “B” izstrādāto procesu nepieejamu trešām personām un tādējādi var aizkavēt ģenērisko ražotāju ienākšanu tirgū (arī tāpēc, ka produktu joprojām aizsargā vairāki procesa patenti, kas pieder uzņēmumam “A”). Tā kā nav skaidrs, vai abi pārējie pētniecības un izstrādes centieni, kuros notiek darbs pie īpašumtiesības nepārkāpjošas uzņēmuma “A” procesa patenta alternatīvas izstrādes, nonāks līdz rūpnieciskajai ražošanai, uzņēmuma “B” procesa patents ir vienīgais ticamais ceļš tādu ģenērisko produktu laišanai tirgū, kas varētu konkurēt ar uzņēmuma “A” veiksmīgajām zālēm. Attiecīgi nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Uzņēmuma “A” izmaksu ietaupījumi, ko tas gūst, ieviešot jauno ražošanas procesu, nav pietiekami, lai pārsniegtu konkurences ierobežojumu. Tā kā produktu tirgū nav citu konkurentu, piemēram, ģenērisko ražotāju, ir maz ticams, ka ražošanas izmaksu ietaupījumi tiktu nodoti patērētājiem. Turklāt, lai gūtu šādus ietaupījumus, obligāti nav vajadzīga ekskluzīva licence. Tāpēc ir maz ticams, ka nolīgums atbilstu 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

202. Pētniecības partnerība

3. piemērs

Situācija: uzņēmumi “A”, “B” un “C” ir vadošie dalībnieki atjaunīgās enerģijas tehnoloģiju jomā. Tie plāno izveidot pētniecības partnerību, kas sagatavos pētniecības un izstrādes darba programmu, kurā būs izklāstīts vienots ilgtermiņa redzējums par jaunu atjaunīgās enerģijas tehnoloģiju izstrādi un esošo tehnoloģiju uzlabošanu un kura tiktu īstenota vairākos atsevišķos pētniecības un izstrādes projektos.

Minētā darba programma veidotu sadarbību pētniecībā un izstrādē un tiktu formalizēta saprašanās memorandā (SM), kurā izklāstīti sadarbības mērķi un noteikumi, tostarp pārvaldības mehānismi un uzraudzības kārtība. Tādējādi SM nosaka sadarbības satvaru konkrētiem sadarbības projektiem pētniecībā un izstrādē, atbalstot saskaņoto ilgtermiņa darba programmu.

Analīze: šāda veida pētniecības partnerība varētu ietvert konkurējošus uzņēmumus vai nu šo tehnoloģiju izstrādē, vai to īstenošanā, vai abējādi. Tomēr, ja pētniecības partnerība pēc būtības aprobežojas ar plašas darba programmas noteikšanu, šāda veida sadarbība, visticamāk, nebūs problemātiska.

Turklāt, ja pētniecības partnerība risina problēmu, ko neviens atsevišķs uzņēmums nevar atrisināt, un tai ir vajadzīga vairāku dalībnieku apvienošana, tad tā veicinātu inovāciju, kas citkārt nenotiktu, un tādējādi sniegtu ieguldījumu tehniskajā un saimnieciskajā attīstībā.

Lai gan šāda pētniecības partnerība diez vai radītu konkurences problēmas, individuālie sadarbības nolīgumi pētniecībā un izstrādē būtu jāanalizē neatkarīgi.

3. RAŽOŠANAS NOLĪGUMI

3.1. Ievads

203. Šīs nodaļas mērķis ir sniegt norādījumus par to ražošanas nolīgumu tvērumu un ietekmes uz konkurenci novērtējumu, uz kuriem attiecas 101. panta 1. punkts un kuri vai nu a) gūst labumu no Specializācijas nolīgumu GAR (3.4. iedaļa), vai b) neietilpst Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanas jomā un ir jānovērtē saskaņā ar 101. panta 1. un 3. punktu (3.5. iedaļa).
204. Ražošanas nolīgumiem ir dažādi veidi un dažādi tvērumi. Tie var paredzēt, ka ražošanu veic tikai viena puse vai divas vai vairākas puses. Uzņēmumi var ražot, izveidojot kopuzņēmumu, t. i., kopīgi kontrolētu uzņēmumu, kas ekspluatē vienu vai vairākas ražošanas iekārtas, vai izmantojot brīvākus ražošanas sadarbības veidus, piemēram, apakšnolīgumus.
205. Šīs pamatnostādnes attiecas uz visu veidu kopīgas ražošanas nolīgumiem un horizontāliem apakšnolīgumiem¹⁵⁴.
206. Apakšnolīgumi ir nolīgumi, saskaņā ar kuriem viena puse ("līgumslēdzējs") uztic produkta ražošanu citai pusei ("apakšuzņēmējs"). Horizontālus apakšnolīgumus slēdz uzņēmumi, kas darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū, neatkarīgi no tā, vai šie uzņēmumi ir faktiski vai potenciāli konkurenti. Pie horizontāliem apakšnolīgumiem pieder vienpusējas un savstarpējas specializācijas nolīgumi, kā arī citi horizontāli apakšnolīgumi.
207. Vienpusējas specializācijas nolīgumi ir nolīgumi starp divām vai vairākām pusēm (kas darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū), saskaņā ar kuriem viena puse vai puses piekrīt pilnīgi vai daļēji pārtraukt konkrētu produktu ražošanu vai atturēties no šo produktu ražošanas un pirkt tos no otras puses vai pusēm, kas piekrīt ražot un piegādāt šos produktus pusei vai pusēm, kuras pārtraukušas šo produktu ražošanu vai atturējušās no to ražošanas.
208. Savstarpējas specializācijas nolīgumi ir nolīgumi, kurus noslēdz divas vai vairākas puses, kas darbojas tajā pašā produktu tirgū, un saskaņā ar kuriem puse vai puses apņemas pilnībā vai daļēji pārtraukt ražot konkrētus produktus vai atturēties no šo produktu ražošanas un pirkt tos no otras puses vai citām pusēm, kas apņemas ražot un piegādāt šos produktus pusei vai pusēm, kuras pārtraukušas šo produktu ražošanu vai atturējušās no to ražošanas.
209. Šīs pamatnostādnes ir piemērojamas arī citiem horizontāliem apakšnolīgumiem. Minētie apakšnolīgumi ietver apakšnolīgumus ražošanas paplašināšanai, kur darbuzņēmējs tajā pašā laikā nepārtrauc vai neierobežo savu produkta ražošanu.

3.2. Konkrētie tirgi

210. Ražošanas nolīgums ietekmē tirgus, ko tieši skar sadarbība, tas ir, tirgus, pie kuriem pieder produkti, ko ražo saskaņā ar ražošanas nolīgumu. Šie tirgi tiks definēti

¹⁵⁴ Šīs pamatnostādnes neattiecas uz vertikāliem apakšnolīgumiem. Vertikālus apakšnolīgumus slēdz uzņēmumi, kas darbojas atšķirīgos tirgus līmeņos. Uz tiem attiecas Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā, un ar konkrētiem nosacījumiem tiem var piemērot Grupu atbrīvojuma regulas vertikālo ierobežojumu jomā paredzētos atbrīvojumus. Turklāt uz tiem var attiekties Komisijas 1978. gada 18. decembra Paziņojums par dažu apakšnolīgumu novērtēšanu saistībā ar EEK līguma 85. panta 1. punktu (OV C 1, 3.1.1979., 2. lpp.) ("Paziņojums par apakšnolīgumiem").

saskaņā ar Paziņojumu par tirgus definīciju¹⁵⁵. Ražošanas nolīgumam var būt arī plašāka ietekme uz tirgiem, kas atrodas augšup no tirgus, kuru tieši skar sadarbība, lejup no tā vai blakus tam (“sekundārie tirgi”)¹⁵⁶. Sekundārajiem tirgiem varētu būt vērā ņemama loma tikai gadījumos, kad tirgi ir savstarpēji atkarīgi un pusēm ir ietekmīgs stāvoklis sekundārajā tirgū.

3.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

211. Specializācijas nolīguma novērtējums sākas ar jautājumu par to, vai nolīgums paredz konkurences ierobežojumus, uz kuriem attiecas 101. panta 1. punkta piemērošanas joma. Ja tā ir, tad:

- (a) pirmkārt, novērtējumu vērš uz to, vai specializācijas nolīgumam var piemērot Specializācijas nolīgumu GAR paredzēto atbrīvojumu;
- (b) otrkārt, ja uz nolīgumiem neattiecas Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanas joma, būtu jāveic nolīguma individuāls novērtējums, lai noskaidrotu, vai specializācijas nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

3.3.1. Galvenās konkurences problēmas

212. Ražošanas nolīgumi var radīt dažādas konkurences problēmas, piemēram,

- (a) tiešu konkurences ierobežošanu starp pusēm;
- (b) pušu kā piegādātāju ar konkurenci saistītās rīcības koordināciju vai
- (c) ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošanu trešām personām saistītā tirgū.

213. Ražošanas nolīgumi var radīt **tiešus konkurences ierobežojumus starp pusēm**. Noslēdzot ražošanas nolīgumus, un jo īpaši izveidojot ražošanas kopuzņēmumus¹⁵⁷, puses var tieši saskaņot i) izlaides apjomus, ii) kvalitāti, iii) kopuzņēmuma saražoto produktu pārdošanas cenu vai iv) citus konkurences apstākļos svarīgus parametrus (piemēram, inovācija, ilgtspēja). Tas var ierobežot konkurenci arī gadījumos, kad puses pārdod produktus atsevišķi.

214. Ražošanas nolīgumi var arī izraisīt **pušu kā piegādātāju ar konkurenci saistītās rīcības koordināciju**, tas ir, **aizliegtu vienošanos**, kā rezultātā i) paaugstinās cenas, ii) samazinās izlaide, iii) pasliktinās produktu kvalitāte, iv) samazinās produktu daudzveidība vai v) samazinās inovācija. Tas var notikt, ja:

- (a) pusēm ir tirgus vara un
- (b) tirgus iezīmes veicina šādu koordināciju, jo īpaši,
 - i) ja ražošanas nolīgums palielina pušu izmaksu kopīgumu (tas ir, mainīgo izmaksu daļu, kas pusēm ir kopīga) tiktāl, ka pusēm ir iespēja noslēgt aizliegtu vienošanos, vai

¹⁵⁵ Komisijas Paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Kopienas konkurences tiesībās (OV C 372, 9.12.1997., 5. lpp.).

¹⁵⁶ Padomes Regula (EK) Nr. 139/2004 (2004. gada 20. janvāris) par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju, 2. panta 5. punkta pirmā daļa (OV L 24, 29.1.2004., 1.–22. lpp.).

¹⁵⁷ Sk. šo pamatnostādņu 51. punktu (“pilnfunkciju kopuzņēmumi”) un 13. punktu (“atbildība par 101. panta 1. punkta pārkāpumu”).

- ii) ja nolīgums paredz komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu, kas var novest pie aizliegtas vienošanās.
215. Turklāt ražošanas nolīgumi var radīt **ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu trešām personām saistītos tirgos** (piemēram, lejupējā tirgū, kura izejresursi ir atkarīgi no tirgus, kur noslēgts ražošanas nolīgums). Šīs konkurences problēmas varētu kļūt aktuālas neatkarīgi no tā, vai nolīguma puses ir konkurenti tirgū, kurā notiek sadarbība. Tomēr, lai šādai tirgus piekļuves ierobežošanai būtu pret konkurenci vērstas sekas, vismaz vienai pusei jāieņem ietekmīgs stāvoklis tirgū, kurā tiek vērtēti tirgus piekļuves ierobežošanas riski.
216. *Piemērs.* Iegūstot pietiekamu tirgus varu, puses, kas veic kopīgu ražošanu augšupējā tirgū, varētu paaugstināt būtiskas sastāvdaļas (vai izejresursu) cenu lejupējā tirgū. Tādējādi tās varētu izmantot kopīgo ražošanu, lai paaugstinātu savu lejupējo konkurentu izmaksas un tos marginalizētu vai galu galā izspiestu tos no tirgus. Tas savukārt palielinātu pušu tirgus varu lejupējā tirgū un tādējādi, iespējams, ļautu saglabāt cenas virs konkurences līmeņa vai citādi kaitēt patērētājiem.
- 3.3.2. *Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ*
217. Ja nolīgumi ir saistīti ar a) cenu noteikšanu, b) izlaides ierobežošanu vai c) tirgu vai klientu sadalīšanu, tie parasti ierobežo konkurenci mērķa dēļ.
218. Tomēr saistībā ar ražošanas nolīgumiem tas neattiecas uz gadījumiem, kad:
- (a) puses vienojas par izlaidi, uz kuru tieši attiecas ražošanas nolīgums (piemēram, par kopuzņēmuma jaudu vai ražošanas apjomu vai ārēju uzņēmumu saražojamo produktu apjomu), ar noteikumu, ka netiek likvidēti citi konkurences parametri (piemēram, cenas), vai
 - (b) ražošanas nolīgums, kurā ir paredzēta arī kopīgi saražoto produktu kopīga izplatīšana, paredz, ka puses kopīgi nosaka šo — un tikai šo — produktu pārdošanas cenas, ar noteikumu, ka ierobežojums ir nepieciešams kopīgai ražošanai, t. i., puses citādi nemaz nebūtu ieinteresētas noslēgt ražošanas nolīgumu.
219. Šajos divos gadījumos ražošanas nolīgumi, kas rada šādus ierobežojumus, būs jānovērtē, lai noskaidrotu, vai tie var izraisīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Šie ierobežojumi un ražošanas nolīgumi netiks novērtēti atsevišķi, bet tiks novērtēti, ņemot vērā vispārējo ietekmi uz visa ražošanas nolīguma tirgu.

3.3.3. *Konkurenci ierobežojošas sekas*

220. Tas, vai iespējamās konkurences problēmas, ko var radīt ražošanas nolīgumi, varētu kļūt aktuālas konkrētā gadījumā, ir atkarīgs no vairākiem mainīgiem lielumiem. Šie mainīgie lielumi nosaka ražošanas nolīguma iespējamo ietekmi uz konkurenci un līdz ar to 101. panta 1. punkta piemērojamību. Šie mainīgie lielumi ir:
- (a) tā tirgus iezīmes, kurā tiek īstenots nolīgums;
 - (b) sadarbības veids;
 - (c) tirgus aptvērums sadarbības jomā un
 - (d) produkti, ko skar sadarbība.

221. Ražošanas nolīguma iespējamās konkurenci ierobežojošās sekas ir atkarīgas no apstākļiem, kas pastāvētu, ja nebūtu nolīguma ar visiem apgalvotajiem ierobežojumiem.
222. Vērtējot nolīguma ietekmi uz konkurenci, jāņem vērā virkne būtisku faktoru, piemēram, vai nolīguma puses ir cieši konkurenti, vai klientiem ir ierobežotas iespējas mainīt piegādātājus, vai ir maz ticams, ka konkurenti palielinās piegādes, ja paaugstināsies cenas, un vai viena no nolīguma pusēm ir ievērojams konkurences spēks.
223. **Ražošanas nolīgumi, kas ietver arī komercializācijas funkcijas** (piemēram, kopīgu izplatīšanu vai tirgvedību). Šādiem nolīgumiem ir lielāks konkurenci ierobežojošu seku risks nekā kopīgas ražošanas nolīgumiem. Kopīga komercializācija pietuvina sadarbību patērētājiem un parasti ir saistīta ar cenu kopīgu noteikšanu un pārdošanu, tas ir, darbību, kas var radīt vislielākos riskus konkurencei.
224. Tomēr kopīgi saražoto produktu kopīgas izplatīšanas nolīgumi parasti apdraud konkurenci mazāk nekā atsevišķi kopīgas izplatīšanas nolīgumi.
225. Arī kopīgas izplatīšanas nolīgumi, ko vajag, lai vispār varētu noslēgt kopīgas ražošanas nolīgumus, visticamāk, ierobežos konkurenci mazāk nekā tad, ja tie nebūtu vajadzīgi kopīgajai ražošanai.
226. **Ražošanas nolīgumi, kam, visticamāk, nebūs ierobežojošu seku.** Konkrētiem ražošanas nolīgumiem, visticamāk, nebūs ierobežojošu seku.
227. Ražošanas nolīgumi starp uzņēmumiem, kas konkurē tirgos, kuros notiek sadarbība, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošās sekas, ja *ražošanas nolīguma rezultātā rodas jauns tirgus*¹⁵⁸, tas ir, ja nolīgums dod pusēm iespēju laist tirgū jaunu produktu, ko, pamatojoties uz objektīviem faktoriem, pusēm citādi nebūtu iespējams izdarīt (piemēram, pušu tehnisko spēju dēļ).
228. Ražošanas nolīgumi, visticamāk, neizraisīs pušu konkurences tiešu ierobežošanu, aizliegtu vienošanos vai ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu, ja *nolīguma pusēm nav tirgus varas* tirgū, kurā tiek novērtēts konkurences ierobežojums. Tikai tirgus vara var dot nolīguma pusēm iespēju izdevīgi saglabāt cenas virs konkurences līmeņa vai izdevīgi saglabāt izlaidi, produktu kvalitāti vai daudzveidību zem konkurences līmeņa.

3.3.3.1. Tirgus vara

229. Tirgus varas analīzes sākumpunkts ir a) pušu atsevišķās un kopējās tirgus daļas. Tām parasti seko b) tirgus koncentrācijas koeficients un dalībnieku skaits tirgū un c) dinamiski faktori, piemēram, potenciālie jaunpienācēji un mainīgās tirgus daļas, kā arī d) citi tirgus varas novērtēšanai būtiski faktori.
- (a) Tirgus daļas
230. Uzņēmumiem parasti nav tirgus varas, ja to tirgus daļa nesasniedz noteiktu robežlielumu.
231. **Specializācijas GAR.** Specializācijas GAR noteiktais tirgus daļas robežlielums ir 20 %. Uz specializācijas nolīgumiem¹⁵⁹ attiecas Specializācijas nolīgumu GAR, ja

¹⁵⁸ Šajā nodaļā “jauns tirgus” būtu jāsaprot plašākā nozīmē nekā saistībā ar pētniecības un izstrādes nolīgumiem, uz kuriem attiecas 2. nodaļa (sk., piemēram, 60. punktu).

¹⁵⁹ Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkts.

tos noslēdz starp pusēm, kuru kopējā tirgus daļa nepārsniedz 20 % konkrētajā tirgū vai tirgos, ar noteikumu, ka ir izpildīti pārējie Specializācijas GAR piemērošanas nosacījumi.

232. **Likumīguma prezumpcija.** Attiecībā uz horizontāliem apakš nolīgumiem, uz kuriem neattiecas specializācijas nolīguma definīcija, kas noteikta Specializācijas nolīgumu GAR (1. panta 1. punkta a) apakšpunktā), lielākoties ir maz ticams, ka pastāv tirgus vara, ja nolīguma pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 20 %. Katrā ziņā, ja pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 20 %, horizontālie apakš nolīgumi, visticamāk, būs atbilstoši 101. panta 3. punkta nosacījumiem.
233. **Tirgus daļa, kas pārsniedz 20 %.** Ja pušu kopējā tirgus daļa pārsniedz 20 %, ir jāanalizē ierobežojošās sekas. Parasti, jo lielāka ir pušu kopējā tirgus daļa, jo lielāks ir risks, ka ražošanas nolīgums var palielināt nolīguma pušu stimulus paaugstināt produktu cenas (un/vai pazemināt to kvalitāti un klāstu).

(b) Tirgus koncentrācijas koeficients

234. Salīdzinājumā ar tirgu, kas nav koncentrēts, parasti ir vairāk ticams, ka ražošanas nolīgums varētu radīt konkurenci ierobežojošās sekas koncentrētā tirgū. Ražošanas nolīgums koncentrētā tirgū var palielināt aizliegtas vienošanās risku arī tad, ja pušu kopējā tirgus daļa ir tikai viduvēja.
235. Tomēr, ja pušu kopējā tirgus daļa ir nedaudz lielāka par 20 %, tas vēl nenozīmē, ka tirgū ir liela koncentrācija. Pušu kopējā tirgus daļa, kas ir nedaudz lielāka par 20 %, var būt tirgū ar mērenu koncentrāciju.

(c) Dinamiskie faktori

236. Arī tad, ja nolīguma pušu tirgus daļas un tirgus koncentrācijas pakāpe ir ievērojama, dinamiskā tirgū, tas ir, tirgū, kurā bieži mainās jaunpienācēji un tirgus daļas, konkurenci ierobežojošu seku risks var būt neliels.

(d) Citi tirgus varas novērtēšanai būtiski faktori

237. Novērtējot pušu tirgus varu, būtiska nozīme ir arī starp konkurentiem tirgū pastāvošo saišu apjomam un intensitātei (piemēram, citiem sadarbības nolīgumiem).
238. Turklāt gadījumos, kad uzņēmums, kam pieder tirgus vara vienā tirgū, sadarbojas ar potenciālu jaunpienācēju, piemēram, ar tā paša produkta piegādātāju blakus esošā ģeogrāfiskajā vai produktu tirgū, nolīgums potenciāli var palielināt dominējošā tirgus dalībnieka tirgus varu. Tas var izraisīt konkurenci ierobežojošās sekas, ja: a) faktiskā konkurence dominējošā tirgus dalībnieka tirgū jau tā ir vāja un b) ienākšanas draudi rada būtisku konkurences spiedienu.

3.3.3.2. Tieša konkurences ierobežošana starp pusēm

239. Tieša konkurences ierobežošana starp ražošanas nolīguma pusēm var izpausties dažādi. Piemēram,
- (a) ražošanas kopuzņēmuma puses varētu ierobežot kopuzņēmuma izlaidi salīdzinājumā ar produkcijas apjomu, ko tās būtu laidušas tirgū, katrai no tām patstāvīgi nosakot izlaides apjomus.
- (b) Ja galvenās produkta iezīmes ir noteiktas ražošanas nolīgumā, arī tas varētu likvidēt konkurences galvenos elementus starp pusēm un galu galā radīt konkurenci ierobežojošās sekas.

- (c) Kopuzņēmums, kas nosaka ražošanas nolīguma pusēm augstas transfertcenas, palielinātu pusēm izejresursu izmaksas, kas savukārt var paaugstināt cenas lejupējos tirgos. Konkurentu atbildes reakcija varētu būt tiem izdevīga cenu paaugstināšana, līdz ar to veicinot cenu pieaugumu konkrētajā tirgū.
240. Turklāt dažās nozarēs, kurās ražošana ir galvenā saimnieciskā darbība, arī vienkārši ražošanas nolīgumi pašvar likvidēt konkurences galvenos elementus, tādējādi tieši ierobežojot konkurenci starp nolīgumu pusēm.
- 3.3.3.3. Aizliegtas vienošanās un ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošana
241. Aizliegtas vienošanās iespējamība ir atkarīga no pušu tirgus varas (sk. 3.3.3.1. iedaļu) un no konkrētā tirgus iezīmēm. Pie aizliegtas vienošanās var novest jo īpaši (bet ne tikai) izmaksu kopīgums vai ar ražošanas nolīgumu saistīta informācijas apmaiņa.
242. Ražošanas nolīgums var arī izraisīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu: a) palielinot uzņēmumu tirgus varu vai b) palielinot izmaksu kopīgumu, vai c) ja tas paredz komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu.
- (a) Izmaksu kopīgums
243. Ražošanas nolīgumam starp pusēm, kam ir tirgus vara, var būt konkurenci ierobežojošas sekas, ja tas palielina pušu izmaksu kopīgumu līdz tādām līmenim, ka pusēm ir iespēja noslēgt aizliegtu vienošanos (piemēram, par cenām vai citiem konkurences parametriem) vai ierobežot trešo personu piekļuvi sekundārajiem tirgiem.
244. Izmaksu kopīgums attiecas uz mainīgo izmaksu daļu, kas nolīguma pusēm ir kopīga. Attiecīgās izmaksas ir tā produkta mainīgās izmaksas, ar kuru ražošanas nolīguma puses konkurē tirgū.
245. Ražošanas nolīgums var drīzāk novest pie aizliegtas vienošanās vai tirgus piekļuves ierobežošanas, ja pirms tā noslēgšanas pusēm jau ir liela kopīga mainīgo izmaksu daļa, jo kopīgo izmaksu daļas palielinājums, ko izraisa to produktu ražošanas izmaksas, uz kuriem attiecas nolīgums, var izjaukt līdzsvaru un novest pie aizliegtas vienošanās. Turpretī pat tad, ja sākotnējais izmaksu kopīguma līmenis ir zems, ja kopīgo izmaksu daļas palielinājums (ko izraisa to produktu ražošanas izmaksas, uz kuriem attiecas nolīgums) ir liels, aizliegtas vienošanās vai tirgus piekļuves ierobežošanas risks var būt augsts.
246. Izmaksu kopīgums palielina aizliegtas vienošanās vai tirgus piekļuves ierobežošanas risku tikai tad, ja liela daļa no attiecīgajām mainīgajām izmaksām ir ražošanas izmaksas.
- (a) Vēl viens gadījums, kurā izmaksu kopīgums var novest pie aizliegtas vienošanās, ir tad, ja puses ir vienojušās kopīgi ražot starppatēriņa produktu, kas veido lielu daļu no tā galaprodukta mainīgajām izmaksām, par ko puses konkurē lejupējos tirgos. Puses varētu izmantot ražošanas nolīgumu, lai paaugstinātu saviem lejupējā tirgus produktiem būtiskā kopīgā izejresursa cenu. Tas vājinātu konkurenci lejupējā tirgū un, visticamāk, radītu galīgo cenu pieaugumu. Peļņa no lejupējā tirgus tiktu novirzīta uz augšupējo tirgu, lai ar kopuzņēmuma starpniecību to sadalītu starp sadarbības pusēm.
- (b) Tāpat izmaksu kopīgums palielina risku, ka horizontāli apakšnolīgumi ar konkurenci nesaderīgā veidā varētu ierobežot piekļuvi tirgum arī tad, ja

izejresursi, ko līgumslēdzējs pērk no apakšuzņēmēja, veido lielu daļu no tā galaprodukta mainīgajām izmaksām, ar kuru puses konkurē tirgū.

247. Tomēr ir mazāka iespējamība, ka izmaksu kopīgums palielinās aizliegtas vienošanās risku, ja sadarbība ir saistīta ar produktiem, kam vajadzīga dārga komercializācija, piemēram, tādu jaunu vai neviendabīgu produktu gadījumā, kam vajadzīga dārga tirgvedība vai augstas transporta izmaksas.

(b) Informācijas apmaiņa

248. Ražošanas nolīgums var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, ja tas ir saistīts ar komerciāli stratēģiskas informācijas apmaiņu, kas ļauj panākt aizliegtu vienošanos vai ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu.
249. Novērtējums par konkurenci ierobežojošām sekām, ko varētu radīt informācijas apmaiņa ražošanas nolīguma kontekstā, būtu jāveic saskaņā ar šo pamatnostādņu 6. nodaļā sniegtajiem norādījumiem. Vērtējot minētās informācijas apmaiņas negatīvās sekas, neveic atsevišķu novērtējumu, bet ņem vērā ražošanas nolīguma vispārējo ietekmi.
250. Ir lielāka varbūtība, ka ražošanas nolīgums būs atbilstošs 101. panta 3. punkta kritērijiem, ja informācijas apmaiņa nepārsniedz datu kopīgošanu, kas nepieciešama to produktu ražošanai, uz kuriem attiecas nolīgums, pat ja informācijas apmaiņai būtu konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Šādos gadījumos kopīgas ražošanas radītais efektivitātes pieaugums, domājams, pārsniegtu pušu rīcības koordinācijas radītās ierobežojošās sekas.
251. Ir mazāka varbūtība, ka ražošanas nolīgums būs atbilstošs 101. panta 3. punkta kritērijiem, ja informācijas apmaiņa pārsniedz to, kas ir nepieciešams kopīgai ražošanai, piemēram, informācija attiecas uz cenām un pārdošanu.

3.4. Nolīgumi, uz kuriem attiecas Specializācijas nolīgumu GAR

252. Specializācijas nolīgumu GAR paredz likumīguma prezumpciju, kas ar konkrētiem nosacījumiem ir piemērojama konkrētiem ražošanas nolīgumiem, kurus dēvē par “specializācijas nolīgumiem”.
253. Specializācijas nolīgumu GAR noteiktais atbrīvojums piemērojams tikai tiem specializācijas nolīgumiem, attiecībā uz kuriem var ar pietiekamu pārliecību pieņemt, ka tie atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

3.4.1. Specializācijas nolīgumi

254. Specializācijas nolīgumi ietver šādu veidu horizontālās sadarbības ražošanas nolīgumus — vienpusējas specializācijas nolīgumi, savstarpējas specializācijas nolīgumi un kopīgas ražošanas nolīgumi —, un tie attiecas uz preču ražošanu vai pakalpojumu sagatavošanu.
255. **Vienpusējas specializācijas nolīgumi.** Šo Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta a) apakšpunkta i) punktā definēto nolīgumu pamatelementi ir šādi:
- (a) tos noslēdz divas vai vairākas puses un
 - (b) nolīgumu puses jau darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū, un
 - (c) nolīgums attiecas uz vieniem un tiem pašiem produktiem, un
 - (d) puse vai puses apņemas pilnībā vai daļēji pārtraukt ražot vai atturēties ražot konkrētus produktus un iegādāties tos no pārējām pusēm, un

- (e) cita puse vai puses apņemas ražot un piegādāt šos produktus citai pusei vai pusēm, kuras pārtraukušas šo produktu ražošanu vai atturējušās no to ražošanas.
256. Saskaņā ar vienpusējas specializācijas nolīgumu definīciju nav nepieciešams, lai: i) puses darbotos vienā un tajā pašā ģeogrāfiskajā tirgū vai ii) puse vai puses, kas pārtraukušas konkrētu produktu ražošanu vai atturējušās no to ražošanas, samazinātu jaudu (piemēram, pārdotu rūpnīcas, slēgtu ražošanas līnijas utt.), jo ir pietiekami, ja tās samazina savus ražošanas apjomus.
257. **Savstarpējas specializācijas nolīgumi.** Šo Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta a) apakšpunkta ii) punktā definēto nolīgumu pamatelementi ir šādi:
- (a) tos noslēdz divas vai vairākas puses un
 - (b) nolīgumu puses jau darbojas vienā un tajā pašā produktu tirgū, un
 - (c) nolīgums attiecas uz atšķirīgiem produktiem, un
 - (d) divas vai vairākas puses savstarpēji apņemas pilnībā vai daļēji pārtraukt ražot vai atturēties ražot konkrētus, taču atšķirīgus produktus un iegādāties šos produktus no pārējām pusēm, un
 - (e) šādas citas puses apņemas ražot un piegādāt šos produktus pusēm, kas pārtraukušas šo produktu ražošanu vai atturējušās no to ražošanas.
258. Saskaņā ar savstarpējas specializācijas nolīgumu definīciju nav nepieciešams, lai: i) puses darbotos vienā un tajā pašā ģeogrāfiskajā tirgū vai ii) puses, kas pārtraukušas konkrētu, bet atšķirīgu produktu ražošanu vai atturējušās no to ražošanas, samazinātu jaudu (piemēram, pārdotu rūpnīcas, slēgtu ražošanas līnijas utt.), jo ir pietiekami, ja tās samazina savus ražošanas apjomus.
259. **Kopīgas ražošanas nolīgumi.** Šo Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta a) apakšpunkta iii) punktā definēto nolīgumu pamatelementi ir šādi:
- (a) tos noslēdz divas vai vairākas puses, un
 - (b) puses kopīgi ražo konkrētus produktus (sk. 3.4.3. iedaļu).
260. Saskaņā ar kopīgas ražošanas nolīgumu definīciju nav nepieciešams, lai: i) puses jau darbotos vienā un tajā pašā produktu tirgū vai ii) puse vai puses pārtrauku produktu ražošanu vai atturēties no to ražošanas.

3.4.2. *Citi noteikumi specializācijas nolīgumos*

261. Specializācijas nolīgumu GAR arī paredz atbrīvojumu attiecībā uz konkrētiem noteikumiem, ko var iekļaut specializācijas nolīgumos.
262. **Noteikumi par intelektuālā īpašuma tiesību piešķiršanu vai licencēšanu vienai vai vairākām pusēm** (Specializācijas nolīgumu GAR 2. panta 3. punkts). Šiem noteikumiem piemēro Specializācijas nolīgumu GAR 2. pantā paredzēto atbrīvojumu, ja tie atbilst diviem kumulatīviem nosacījumiem:
- (a) tie nav specializācijas nolīguma galvenais priekšmets un
 - (b) tie ir tieši saistīti ar šādu nolīgumu un ir nepieciešami tā īstenošanai.
263. **Noteikumi par piegādes vai pirkšanas saistībām** (Specializācijas nolīgumu GAR 2. panta 4. punkts un 11. apsvēruma). Specializācijas nolīgumu GAR nosaka, ka vienpusējas un savstarpējas specializācijas nolīgumiem atbrīvojumu piemēro tikai

tad, ja tie paredz piegādes un pirkšanas saistības. Šādā gadījumā saistības var būt vai nebūt ekskluzīvas (Specializācijas nolīgumu GAR 11. apsvērumš).

264. Attiecībā uz ekskluzīvām piegādes vai pirkšanas saistībām Specializācijas nolīgumu GAR 2. panta 4. punktā ir noteikts, ka atbrīvojums ir piemērojams specializācijas nolīgumiem, saskaņā ar kuriem puses uzņemas ekskluzīvas pirkšanas vai ekskluzīvas piegādes saistības.

(a) Ekskluzīvas piegādes saistības, kas definētas Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta j) apakšpunktā, nozīmē saistības nepiegādāt specializācijas produktus (kuri definēti Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta c) apakšpunktā) konkurējošam uzņēmumam, kas nav nolīguma puse. Tādējādi ekskluzīvas piegādes saistības neliedz pusēm piegādāt specializācijas produktus trešām personām, kas ir nekonkurējoši uzņēmumi.

(b) Ekskluzīvas pirkšanas saistības, kas definētas Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta k) apakšpunktā, nozīmē saistības pirkt specializācijas produktus tikai no nolīguma puses vai pusēm.

265. Arī citiem specializācijas nolīgumos ietvertiem noteikumiem, kas veido aksesuārus ierobežojumus, ir piemērojams Specializācijas nolīgumu GAR 2. pantā paredzētais atbrīvojums, ja vien ir izpildīti Savienības judikatūrā¹⁶⁰ paredzētie nosacījumi.

3.4.3. *Kopīga izplatīšana un jēdziens “kopīgs” saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR*

266. Specializācijas nolīgumu GAR ir definēts jēdziens “kopīgs” saistībā ar izplatīšanu. Kopīga izplatīšana var būt daļa no specializācijas nolīguma, un tai var piemērot Specializācijas nolīgumu GAR noteikto atbrīvojumu, ja izplatīšanas darbības tiek veiktas vienā no šādiem viediem:

(a) izplatīšanu veic kopīga komanda, organizācija vai uzņēmums vai

(b) izplatīšanu veic izplatītājs, kas ir trešā persona un atbilst trīs kumulatīviem nosacījumiem:

i) to kopīgi izrauga specializācijas nolīguma puses un

ii) to izrauga ekskluzīvi vai neekskluzīvi, un

iii) tas nav specializācijas nolīguma pušu faktiskš vai potenciāls konkurents.

267. Specializācijas nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums ir piemērojams arī¹⁶¹ specializācijas nolīgumiem, saskaņā ar kuriem a) puses kopīgi izplata specializācijas produktus un b) tos nepārdod neatkarīgi.

268. Specializācijas nolīgumu GAR jēdziens “kopīgs” ir lietots arī “kopīgas ražošanas nolīgumu” definīcijā (Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta a) apakšpunkta iii) punkts). Tomēr jēdziens “kopīgs” nav definēts saistībā ar ražošanu. Tāpēc saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR kopīga ražošana var izpausties jebkādā veidā.

¹⁶⁰ 2014. gada 11. septembra spriedums lietā *MasterCard/Komisija*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 89. punkts; 1985. gada 11. jūlija spriedums lietā *Remia* un citi/Komisija, 42/84, EU:C:1985:327, 19. un 20. punkts; 1986. gada 28. janvāra spriedums lietā *Pronuptia*, 161/84, EU:C:1986:41, 15.–17. punkts; 1994. gada 15. decembra spriedums lietā *DLG*, C-250/92, EU:C:1994:413, 35. punkts, un 1995. gada 12. decembra spriedums lietā *Oude Luttikhuis* un citi, C-399/93, EU:C:1995:434, 12.–15. punkts.

¹⁶¹ Specializācijas nolīgumu GAR 2. panta 4. punkta b) apakšpunkts un 1. panta 1. punkta l) apakšpunkts.

3.4.4. *Pakalpojumi saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR*

269. Specializācijas nolīgumi, kam piemērojams Specializācijas nolīgumu GAR paredzētais atbrīvojums, var arī attiekties uz pakalpojumu sagatavošanu. Pakalpojumu sagatavošana ir darbības, kas notiek pirms pakalpojumu sniegšanas klientiem (Specializācijas nolīgumu GAR 1. panta 1. punkta e) apakšpunkts). Piemēram, specializācijas nolīgumu par tādas platformas izveidi, ar kuras starpniecību tiks sniegts pakalpojums, var uzskatīt par nolīgumu, kas attiecas uz pakalpojumu sagatavošanu.
270. Tomēr, kā skaidrots Specializācijas nolīgumu GAR 9. apsvērumā, Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanas jomā neietilpst pakalpojumu sniegšana, izņemot sakarā ar izplatīšanu, kad puses sniedz saskaņā ar specializācijas nolīgumu sagatavotus pakalpojumus.

3.4.5. *Konkurējoši uzņēmumi — faktiskie vai potenciālie konkurenti*

271. Saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR (1. panta 1. punkta i) apakšpunkts) konkurējošus uzņēmumus uzskata par: a) faktiskiem konkurentiem, ja tie darbojas vienā un tajā pašā konkrētajā tirgū, vai b) potenciāliem konkurentiem, ja specializācijas nolīguma nebūtu, ne tikai teorētiski, bet reāli ne vairāk kā trīs gadu laikā varētu veikt vajadzīgās papildu investīcijas vai segt vajadzīgās citas izmaksas, lai ieietu konkrētajā tirgū.
272. Potenciāla konkurence ir jānovērtē reālistiski. Piemēram, puses nevar uzskatīt par potenciāliem konkurentiem tikai tāpēc, ka specializācijas nolīgums tām dod iespēju veikt konkrētas ražošanas darbības. Noteicošā ir atbilde uz jautājumu, vai katrai pusei patstāvīgi ir vajadzīgie līdzekļi, lai to izdarītu.

3.4.6. *Tirgus daļas robežlielums un atbrīvojuma ilgums*

3.4.6.1. *Tirgus daļas robežlielums*

273. Saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR 3. pantu specializācijas nolīgumiem piemēro atbrīvojumu, ja ir sasniegti šādi tirgus daļas robežlielumi:
- (a) pušu kopējā tirgus daļa konkrētajā tirgū vai tirgos, uz kuriem attiecas specializācijas nolīgums, nepārsniedz 20 % ar noteikumu, ka ir izpildīti pārējie atbrīvojuma nosacījumi saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR.
 - (b) Ja specializācijas produkti ir starppatēriņa produkti un viena vai vairākas puses pilnīgi vai daļēji iekšēji izmanto šos produktus konkrētu lejupēju produktu ražošanai, ko puses arī pārdod, Specializācijas nolīgumu GAR paredzēto atbrīvojumu piemēro ar nosacījumu, ka:
 - i) pušu kopējā tirgus daļa konkrētajā(-os) tirgū(-os), pie kura(-iem) pieder specializācijas produkts, nepārsniedz 20 % un
 - ii) pušu kopējā tirgus daļa konkrētajā(-os) tirgū(-os), pie kura(-iem) pieder lejupējais produkts, nepārsniedz 20 %. Saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR “lejupējs produkts” ir definēts kā produkts, , kura ražošanai viena vai vairākas puses par resursu izmanto specializācijas produktu un kuru šīs puses pārdod tirgū (1. panta 1. punkta g) apakšpunkts).

3.4.6.2. Tirgus daļu aprēķins

274. Saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR 4. pantu tirgus daļas ir jāaprēķina, pamatojoties uz datiem, kas attiecas uz iepriekšējo kalendāro gadu.
275. Attiecībā uz noteiktiem tirgiem var būt nepieciešams tirgus daļas aprēķināt, pamatojoties uz pušu tirgus daļu vidējo vērtību pēdējos trijos iepriekšējos kalendārajos gados. Tas var būt būtiski, piemēram, ja pastāv solīšanas tirgi un tirgus daļas gada griezumā var būtiski mainīties (piemēram, no 0 % līdz 100 %) atkarībā no tā, vai puse ir bijusi veiksmīga solīšanas procesā. Tas var būt būtiski arī attiecībā uz tirgiem, kuriem raksturīgi lieli, neregulāri pasūtījumi un par kuriem iepriekšējā kalendārā gada tirgus daļa var nebūt reprezentatīva, piemēram, ja iepriekšējā kalendārajā gadā nav bijis lielu pasūtījumu. Vēl viena situācija, kurā tirgus daļas var būt nepieciešams aprēķināt, pamatojoties uz pēdējo trīs iepriekšējo kalendāro gadu vidējo vērtību, ir gadījums, kad kalendārajā gadā pirms sadarbības nolīguma noslēgšanas ir noticis piedāvājuma vai pieprasījuma satricinājums.
276. Attiecībā uz kritērijiem tirgus daļu aprēķināšanai Specializācijas nolīgumu GAR paredz, ka tirgus daļas aprēķina, pamatojoties uz pārdošanas vērtību. Ja dati par tirgū pārdoto produktu vērtību nav pieejami, pušu tirgus daļas noteikšanai var izmantot aplēses, kas pamatojas uz citu uzticamu tirgus informāciju, tai skaitā par tirgū pārdoto produktu apjomiem.
277. Specializācijas nolīgumu GAR termini “uzņēmums” un “puse” ietver to attiecīgos saistītos uzņēmumus, kas definēti 1. panta 2. punktā. Saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR 4. panta 3. punktu tirgus daļu, kas ir specializācijas nolīguma pusēm un to saistītajam uzņēmumam, sadala vienlīdzīgi uz katru uzņēmumu, kam ir šādas tiesības vai pilnvaras:
- (a) pilnvaras tieši vai netieši izmantot vairāk nekā pusi balsstiesību;
 - (b) pilnvaras tieši vai netieši iecelt vairāk nekā pusi uzraudzības padomes, valdes vai uzņēmuma likumīgās pārstāvības struktūru locekļu, vai
 - (c) tiesības tieši vai netieši vadīt uzņēmuma darījumus.

3.4.6.3. Atbrīvojuma ilgums

278. Specializācijas nolīgumu GAR paredzētajam atbrīvojumam nav konkrēta ilguma. Atbrīvojums ir piemērojams visu specializācijas nolīguma darbības laiku, kamēr vien ir ievēroti tirgus daļu robežlielumi.
279. Specializācijas nolīgumu GAR paredz, ka tad, ja pušu kopējā tirgus daļa paaugstinās virs 20 % vismaz vienā no konkrētajiem tirgiem, kurus skar specializācijas nolīgums, atbrīvojumu turpina piemērot divus turpmākos kalendāros gadus pēc gada, kad pirmoreiz pārsniegts 20 % robežlielums.

3.4.7. Stingrie ierobežojumi Specializācijas nolīgumu GAR

3.4.7.1. Stingrie ierobežojumi

280. Specializācijas nolīgumu GAR 5. pantā ir ietverts stingro ierobežojumu uzskaitījums. Stingros ierobežojumus uzskata par būtiskiem konkurences ierobežojumiem, kas lielākoties būtu jāaizliedz, jo tie kaitē tirgum un patērētājiem. Specializācijas nolīgumi, kas paredz vienu vai vairākus stingros ierobežojumus, kopumā ir izslēgti no Specializācijas nolīgumu GAR paredzētā atbrīvojuma tvēruma.

281. Specializācijas nolīgumu GAR 5. pantā paredzētos stingros ierobežojumus var sagrupēt šādās kategorijās:
- (a) cenu noteikšana specializācijas produktiem, ko pārdod trešām personām;
 - (b) izlaides vai pārdošanas ierobežojumi un
 - (c) tirgu vai klientu sadalīšana.
282. Šādus ierobežojumus var sasniegt a) tieši vai netieši vai b) izolēti vai apvienojumā ar citiem faktoriem, kas ir specializācijas nolīguma pušu kontrolē.

3.4.7.2. Izņēmumi

283. Specializācijas nolīgumu GAR 5. pantā ir arī paredzēti vairāki izņēmumi attiecībā uz stingrajiem ierobežojumiem. Specializācijas nolīgumiem, kas ietver šādus noteikumus, tik un tā var piemērot atbrīvojumu, ja ir izpildīti pārējie atbrīvojuma nosacījumi saskaņā ar Specializācijas nolīgumu GAR.
- (a) Cenu noteikšana: saistībā ar kopīgu izplatīšanu Specializācijas nolīgumu GAR ļauj noteikt cenas tiešajiem klientiem (5. panta 1. punkta otrā daļa).
 - (b) Izlaides vai pārdošanas ierobežojumi:
 - i) saistībā ar vienpusējas vai savstarpējas specializācijas nolīgumiem Specializācijas nolīgumu GAR atļauj noteikumus par nolīgumā noteiktajiem produktu daudzumiem, ko i) puse vai puses pārtrauktu ražot un/vai sagatavot un/vai ko ii) puse vai puses ražotu vai sagatavotu otrai pusei vai pārējām pusēm (5. panta 2. punkta otrās daļas a) apakšpunkts);
 - ii) saistībā ar kopīgas ražošanas nolīgumiem Specializācijas nolīgumu GAR atļauj noteikumus par pušu jaudas un ražošanas apjomu noteikšanu attiecībā uz specializācijas produktiem (5. panta 2. punkta otrās daļas b) apakšpunkts);
 - iii) saistībā ar kopīgu izplatīšanu Specializācijas nolīgumu GAR atļauj noteikumus par pārdošanas mērķrādītāju noteikšanu attiecībā uz specializācijas produktiem (5. panta 2. punkta otrās daļas c) apakšpunkts).

3.4.8. Specializācijas nolīgumu GAR atbrīvojumu atsaukšana

284. Specializācijas nolīgumu GAR 6. un 7. pantā ir paredzēts, ka Komisija un VKI var atsaukt Specializācijas nolīgumu GAR atbrīvojumus saskaņā ar Regulas (EK) Nr. 1/2003 attiecīgi 29. panta 1. un 2. punktu, jo īpaši tad, ja:
- (a) konkrētais tirgus ir ļoti koncentrēts un
 - (b) konkurence jau ir vāja, jo īpaši tādu iemeslu dēļ kā i) citu tirgus dalībnieku individuālais stāvoklis tirgū vai ii) starp citiem tirgus dalībniekiem ar paralēliem specializācijas nolīgumiem izveidotas saiknes.
285. Pamatnostādnes, kas paredzētas attiecībā uz Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR atbrīvojumu atsaukšanu, ir piemērojamas arī Specializācijas nolīgumu GAR atbrīvojumu atsaukšanai (sk. šo pamatnostādņu 2.7. iedaļu).

3.5. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu attiecībā uz ražošanas nolīgumiem, uz kuriem neattiecas Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanas joma

286. Netiek prezumēts, ka uz ražošanas nolīgumiem, uz kuriem neattiecas Specializācijas nolīgumu GAR piemērošanas joma, attiecas 101. panta 1. punkta piemērošanas joma vai ka tie neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Par šādiem ražošanas nolīgumiem ir jāveic individuāls novērtējums.
287. Šādu ražošanas nolīgumu individuālais novērtējums sākas ar jautājumu par to, vai nolīgums ierobežotu konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē¹⁶². Ja tā ir, tad uzņēmumiem būtu jānovērtē, vai ražošanas nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

3.5.1. Efektivitātes pieaugums

288. Ražošanas nolīgumi var radīt efektivitātes pieaugumu:
- (a) ļaujot uzņēmumiem ietaupīt citādi divkārtējās izmaksas;
 - (b) palīdzot uzņēmumiem uzlabot produktu kvalitāti, ja tie apvieno savas savstarpēji papildinošās prasmes un zinātību;
 - (c) ļaujot uzņēmumiem palielināt produktu daudzveidību, ko tie citādi nevarētu atļauties vai nebūtu spējuši panākt;
 - (d) ļaujot uzņēmumiem uzlabot ražošanas tehnoloģijas vai ieviest jaunus produktus (piemēram, ilgtspējīgus produktus), ko tie citādi nebūtu spējuši izdarīt (piemēram, pušu tehnisko spēju dēļ);
 - (e) stimulējot uzņēmumus un sniedzot tiem iespēju pielāgot to ražošanas jaudu pēkšņam konkrētu produktu pieprasījuma kāpumam vai piedāvājuma samazinājumam, kas izraisa deficīta risku;
 - (f) pievēršoties deficītam un traucējumiem piegādes ķēdē kritiskās ekonomikas nozarēs, ļaujot pusēm samazināt atkarību no pārāk ierobežota konkrētu produktu, pakalpojumu un tehnoloģiju piegādātāju skaita;
 - (g) ļaujot uzņēmumiem ražot par zemākām izmaksām, ja sadarbība sniedz pusēm iespēju palielināt ražošanu gadījumos, kad, pieaugot izlaidei, samazinās robežizmaksas, tas ir, gūstot apjomradītus ietaupījumus, un
 - (h) nodrošinot diversifikācijas radītus izmaksu ietaupījumus, ja nolīgums ļauj pusēm palielināt dažādu veidu produktu skaitu.
289. Šis efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu.

3.5.2. Obligāta vajadzība

290. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada ražošanas nolīgums, neatbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem. Piemēram, parasti par obligāti vajadzīgiem neuzskata ierobežojumus, ko ražošanas nolīgums nosaka konkurējošai pušu rīcībai attiecībā uz izlaidi ārpus sadarbības jomas. Tāpat par obligāti vajadzīgu neuzskata kopīgu cenu noteikšanu, ja ražošanas nolīgums nav saistīts arī ar kopīgu komercializāciju.

¹⁶² Šo pamatnostādņu 2.3. iedaļa.

3.5.3. *Nodošana patērētājiem*

- 291. Obligāti vajadzīgu ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošās sekas, piemēram, ar zemākām cenām vai labāku produktu kvalitāti vai daudzveidību.
- 292. Efektivitātes pieaugums, kas dod labumu tikai nolīguma pusēm, vai izmaksu ietaupījumi, kurus rada izlaides samazinājums vai tirgus sadalīšana, nav pietiekami, lai nodrošinātu atbilstību 101. panta 3. punkta kritērijiem.
- 293. Ir vairāk ticams, ka patērētājiem labums tiek nodots gadījumos, kad ražošanas nolīguma puses panāk mainīgo izmaksu ietaupījumu, nekā tad, ja tās samazina pastāvīgās izmaksas.
- 294. Turklāt, jo lielāka ir pušu tirgus vara, jo mazāka ir varbūtība, ka efektivitātes pieaugums tiks nodots patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošās sekas.

3.5.4. *Konkurences nelikvidēšana*

- 295. Atbilstība 101. panta 3. punkta kritērijiem nav iespējama, ja pusēm ir dota iespēja likvidēt konkurenci attiecībā uz būtisku daļu konkrēto produktu. Šis aspekts jāanalizē konkrētajā to produktu tirgū, uz kuriem attiecas sadarbība, un jebkādos iespējamos sekundārajos tirgos.

3.6. **Mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumi**

- 296. Šajā iedaļā Komisija sniedz norādījumus par konkrēta veida ražošanas nolīgumiem, kas attiecas uz mobilo infrastruktūru, proti, mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumiem¹⁶³. Savienojamības tīkli ir digitālas ekonomikas un sabiedrības pamats un ir svarīgi praktiski visiem uzņēmumiem un patērētājiem. Mobilo tīklu operatori bieži sadarbojas, lai palielinātu savu tīklu izvēršanas rentabilitāti¹⁶⁴.
- 297. Mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumi ir tādu specializācijas nolīgumu piemērs, kuri attiecas uz pakalpojumu kopīgu sagatavošanu. Mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumos mobilo tīklu operatori vienojas koplietot dažus infrastruktūras elementus. Tā var būt to galvenās vietas infrastruktūras, piemēram, mastu, skapju, antenu vai strāvas avotu, koplietošana (“pasīvā koplietošana” jeb “piekļuve zonām”). Mobilo tīklu operatori var arī koplietot radiopiekļuves tīklu (“*RAN*”) aprīkojumu tādās vietās kā bāzes raidzvērtēja stacijas vai kontrolleru

¹⁶³ Jāatzīmē, ka termins “mobilā infrastruktūra” šajā iedaļā attiecas ne tikai uz infrastruktūras izmantošanu mobilajiem pakalpojumiem, piemēram, mobilajai platjoslai, bet arī lai nodrošinātu bezvadu piekļuvi noteiktai vietai, piemēram, fiksēto bezvadu piekļuvi (“*FWA*”), ko izmanto par alternatīvu vadu savienojumiem.

¹⁶⁴ Elektronisko sakaru tiesiskais regulējums paredz iespējas koplietot mobilo infrastruktūru konkrētos ļoti īpašos apstākļos. Piemēram, tas var attiekties uz mazāk blīvām teritorijām, kurās replicēšana ir praktiski neiespējama un pastāv risks liegt galalietotājiem digitālo savienojamību. Sk. nosacījumus, kas izklāstīti 61. panta 4. punktā Direktīvā (ES) 2018/1972 (2018. gada 11. decembris) par Eiropas Elektronisko sakaru kodeksa (*EECC*) izveidi, saskaņā ar kuru dalībvalstis nodrošina, ka to kompetentās iestādes ir pilnvarotas noteikt uzņēmumiem pienākumus saistībā ar pasīvās infrastruktūras koplietošanu vai pienākumus noslēgt lokalizētus viesabonēšanas piekļuves (no)līgumus, kā arī — izņēmuma kārtā — aktīvās infrastruktūras koplietošanu. Sk. arī Komisijas ieteikumu par kopīgu Savienības rīkkopu, kuras mērķis ir samazināt ļoti augstas veiktspējas tīklu izvēršanas izmaksas un nodrošināt savlaicīgu un investīcijām labvēlīgu piekļuvi 5G radiofrekvenču spektram nolūkā veicināt savienojamību, atbalstot ekonomikas atveseļošanu no Covid-19 krīzes Savienībā.

mezgli (“aktīvā *RAN* koplietošana”) vai to spektru, piemēram, frekvenču joslas (“spektra koplietošana”)¹⁶⁵.

298. Komisija atzīst mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumu sniegtos potenciālos labumus, ko rada izmaksu samazināšana vai kvalitātes uzlabošana. Izmaksu samazināšana, piemēram, saistībā ar izvēršanu un uzturēšanu, var sniegt labumu patērētājiem, proti, zemākas cenas. Labāku kvalitāti pakalpojumiem vai plašāku daudzveidību produktiem un pakalpojumiem var radīt, piemēram, jaunu tīklu un tehnoloģiju ātrāka izvēršana, plašāks aptvērums vai blīvāki tīkli. Mobilās infrastruktūras koplietošana var arī radīt iespēju rasties konkurencei, kas citādi nepastāvētu¹⁶⁶. Komisija ir arī kopumā konstatējusi, ka mobilo tīklu operatori var gūt labumu no lieliem efektīviem tīkliem, noslēdzot mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumus bez vajadzības īstenot konsolidāciju apvienojoties.
299. Komisija uzskata, ka mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumi, tostarp iespējama spektra koplietošana, principā nebūtu konkurences ierobežojums mērķa dēļ 101. panta 1. punkta nozīmē, ja vien tie nekalpo par līdzekli, lai iesaistītos kartelī.
300. Tomēr mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumi var radīt konkurenci ierobežojošas sekas. Tie var ierobežot infrastruktūras konkurenci, kāda būtu, ja nebūtu nolīguma¹⁶⁷. Samazināta infrastruktūras konkurence savukārt var ierobežot konkurenci gan vairumtirdzniecības, gan mazumtirdzniecības līmenī. Proti, ierobežotāka konkurence infrastruktūras līmenī var ietekmēt tādas parametrus kā vietu skaits un novietojums, vietu izvēršanas laiks, kā arī uzstādītās jaudas apjoms katrā vietā, kas savukārt var ietekmēt pakalpojuma un cenu kvalitāti.
301. Mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumi var arī faktiski samazināt pušu lēmumu pieņemšanas neatkarību un ierobežot pušu spēju un stimulus iesaistīties savstarpējā infrastruktūras konkurencē. Piemēram, tas var notikt dažu tehnisku¹⁶⁸, līgumisku vai finansiālu nolīguma nosacījumu dēļ¹⁶⁹. Var būt apgrūtināta arī informācijas apmaiņa starp pusēm no konkurences viedokļa, jo īpaši tad, ja šāda apmaiņa pārsniedz to, kas ir absolūti nepieciešams, lai mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgums varētu darboties.
302. Lai gan ietekmes uz konkurenci novērtējums saskaņā ar 101. pantu vienmēr ir jāveic katrā gadījumā atsevišķi¹⁷⁰, kā norādījumus var sniegt plašus principus, lai veiktu

¹⁶⁵ Visbeidzot, papildus sava mobilā tīkla *RAN* daļas koplietošanai mobilo tīklu operatori var arī koplietot dažus mezglus savos attiecīgajos pamattīklos, piemēram, mobilās komutācijas centrus un mobilitātes pārvaldības vienības.

¹⁶⁶ Piemēram, mobilās infrastruktūras koplietošana mazumtirdzniecības līmenī var ļaut rasties konkurencei, kāda nepastāvētu, ja nebūtu nolīguma. Sk. pēc analogijas 2006. gada 2. maija spriedumu lietā *O2 (Germany)/Komisija*, T-328/03, EU:T:2006:116, 77.–79. punktu. Šis spriedums attiecas uz valsts mēroga viesabonēšanas nolīgumiem, tomēr principus var piemērot *mutatis mutandis* mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumiem.

¹⁶⁷ Ir jāizvērtē nolīguma sekas un, lai tas būtu aizliegts, ir jākonstatē vairāki fakti, kas liecina, ka konkurence faktiski ir bijusi vai nu ievērojami kavēta, vai nu ierobežota vai izkropļota. Iespēja konkurēt, par kuru ir runa, ir jāizvērtē, ņemot vērā faktus, kādi būtu gadījumā, ja nebūtu strīdu izraisījušā nolīguma; to, ka konkurence ir deformēta, īpaši var apšaubīt, ja nolīgums šķiet nepieciešams tam, lai uzņēmums varētu uzsākt darboties jaunā jomā. Sk. spriedumu lietā T-328/03 *O2 (Germany)/Komisija*, ECLI: EU:T:2006:116, 68. punktu.

¹⁶⁸ Mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumi var izraisīt situācijas, kurās puse attur otru pusi. Piemēram, puse nespēj izvērst konkrētu tehnoloģiju teritorijā, ko apkalpo otra puse.

¹⁶⁹ Piemēram, ģeogrāfiska sadalījuma gadījumā, kad viena puse iekasē no otras puses tīkla modernizācijas cenu, kas ir augstāka nekā pamatā esošās papildu izmaksas.

¹⁷⁰ Spriedums lietā T-328/03 *O2 (Vācija)/Komisija*, ECLI: EU:T:2006:116, 65.–71. punkts.

šādu novērtējumu par dažādu veidu mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumiem:

- (a) pasīvā koplietošana, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošas sekas, kamēr vien tīkla operatori saglabā ievērojamu neatkarības un elastīguma pakāpi to darbījumbūtības stratēģijas, to pakalpojumu iezīmju un tīkla investīciju noteikšanā;
- (b) ir lielāka varbūtība, ka aktīvās *RAN* koplietošanas nolīgumiem būs konkurenci ierobežojošas sekas. Proti, salīdzinājumā ar pasīvo koplietošanu aktīvā *RAN* koplietošana biežāk ietver plašāku sadarbību attiecībā uz tīkla elementiem, kas var ietekmēt ne tikai aptvērums, bet arī neatkarīgu jaudas izvēršanu;
- (c) spektra koplietošanas nolīgumi (dēvēti arī par “spektra apvienošanu”) nozīmē daudz plašāku sadarbību un var vēl vairāk ierobežot pušu spēju nošķirt savus mazumtirdzniecības un/vai vairumtirdzniecības piedāvājumus un tieši ierobežot konkurenci starp tām¹⁷¹. Lai gan nosacījumos, kas ir piesaistīti radiofrekvenču spektra lietošanas tiesībām¹⁷², kompetentās iestādes neliedz radiofrekvenču spektra koplietošanu, šie nolīgumi ir jāizvērtē piesardzīgi saskaņā ar 101. pantu¹⁷³.

303. Novērtējot, vai mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumam var būt konkurenci ierobežojošas sekas, svarīgi ir dažādi faktori, tostarp:

- (a) koplietošanas veids un apjoms (tostarp tīkla operatoru neatkarības pakāpe)¹⁷⁴;
- (b) koplietoto pakalpojumu un koplietoto tehnoloģiju tvērums, ilgums un struktūra, kas ieviesta ar nolīgumiem;

¹⁷¹ Jānorāda, ka termins “spektra koplietošana” šajā iedaļā attiecas tikai uz tāda veida infrastruktūras koplietošanas nolīgumu, saskaņā ar kuru divi vai vairāki mobilo tīklu operatori kā kopīgu resursu izmanto (t. i., “apvieno”) savas attiecīgās spektra daļas vienā vai vairākās spektra joslās. Tomēr apsvērumi par spektra koplietošanu neskar citu veidu spektra koplietošanu, piemēram, starp nekonekurentiem (arī starp mobilo tīklu operatoriem un citiem dalībniekiem, kas nav mobilo tīklu operatori), kas dinamiskā veidā izmanto tās pašas spektra joslas, tādējādi sekmējot šāda nepietiekama resursa efektīvu izmantošanu un jaunu iespēju rašanos 5G izvēršanai. Turklāt termins “spektra koplietošana” šajā iedaļā nebūtu jājauc ar tā dēvēto “dinamisko spektra koplietošanu”, kas ir tehnoloģija, kura ļauj dinamiski sadalīt mobilo sakaru operatora jaudas resursus konkrētā spektra joslā, lai šajā spektra joslā varētu vienlaicīgi izmantot vairāk nekā vienu mobilo tehnoloģiju paaudzi, piemēram, 3G, 4G un 5G.

¹⁷² Sk. *EECC* 47. panta 2. punkta noteikumus, saskaņā ar kuriem dalībvalstu kompetentās iestādes neliedz radiofrekvenču spektra koplietošanu nosacījumos, kas ir piesaistīti radiofrekvenču spektra lietošanas tiesībām. Turklāt kompetentās iestādes, piesaistot nosacījumus individuālām radiofrekvenču spektra lietošanas tiesībām, var paredzēt iespējas: a) koplietot pasīvo vai aktīvo infrastruktūru, b) noslēgt komerciālus viesabonēšanas piekļuves nolīgumus, c) kopīgi izvērst infrastruktūras tādu tīklu vai pakalpojumu nodrošināšanai, kuri balstās uz radiofrekvenču spektra lietošanu.

¹⁷³ Piemēram, attiecībā uz mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumu, kas noslēgts starp diviem mobilo sakaru operatoriem, kuru stabilā kopējā tirgus daļa ir 90 %, un kas aptver visu dalībvalsts teritoriju, par visām tehnoloģijām (2G–5G) un ar spektra koplietošanu ir pamatoti veikt padziļinātu izpēti ar, domājams, augstu varbūtību, ka tirgū tiks identificētas ierobežojošas sekas, kas galu galā kaitē patērētājiem. Tomēr konkrētos apstākļos (piemēram, ja nolīgums skar tikai mazapdzīvotus apgabalus) šādiem nolīgumiem var nebūt ierobežojošu seku.

¹⁷⁴ Komisijas 2003. gada 16. jūlija lēmums, *T-Mobile Deutschland/O2 Germany: Network Sharing Rahmenvertrag* COMP/38.369, 12. apsvērums; Komisijas 2003. gada 30. aprīļa lēmums, *O2 UK Limited/T-Mobile UK Limited (“Apvienotās Karalistes tīkla koplietošanas nolīgums”)* (COMP/38.370), 11. apsvērums.

- (c) mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīguma ģeogrāfiskais tvērums un tirgus aptvērums (piemēram, iedzīvotāju īpatsvars un tas, vai nolīgums skar mazapdzīvotus apgabalus)¹⁷⁵;
 - (d) tirgus struktūra un iezīmes (pušu tirgus daļas, pušu turējumā esošā spektra daļa, pušu savstarpējās konkurences ciešums, ārpus nolīguma esošo operatoru skaits un to radītā konkurences spiediena apmērs, šķēršļi ienākšanai tirgū u. c.).
304. Lai gan tas automātiski nenožīmē atbilstību 101. pantam, lai mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumu varētu *prima facie* uzskatīt par tādu, kam, visticamāk, nav ierobežojošu seku saskaņā ar 101. pantu, tam jāatbilst vismaz šādiem nosacījumiem:
- (a) operatori kontrolē un ekspluatē savu pamattīklu, un nepastāv tehniski, līgumiski, finansiāli vai citi atturoši apstākļi, kas liedz operatoriem atsevišķi/vienpusēji izvietot savu infrastruktūru, veikt modernizāciju un inovāciju, ja tie to vēlas;
 - (b) operatori veic neatkarīgas mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības darbības (tehniskā, komerciālā un cita lēmumu pieņemšanas neatkarība). Tas ietver operatoru brīvību noteikt cenas saviem pakalpojumiem, noteikt produktu/to kopumu parametrus, ievērot neatkarīgas spektra stratēģijas un nošķirt savus pakalpojumus, pamatojoties uz kvalitāti un citiem kritērijiem;
 - (c) operatori apmainās tikai ar to informāciju, kas ir absolūti nepieciešama mobilās infrastruktūras koplietošanai, un ir ieviesti nepieciešamie šķēršļi informācijas apmaiņai.
305. Mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīguma neatbilstība šiem minimālajiem nosacījumiem liecina par to, ka mobilās infrastruktūras koplietošanas nolīgumam varētu būt ierobežojošas sekas saskaņā ar 101. pantu.

3.7. Piemēri

306. Tieša konkurences ierobežošana

1. piemērs

Situācija: divi produkta “X” piegādātāji, uzņēmums “A” un uzņēmums “B”, nolemj slēgt savas pašreizējās novecojušās ražotnes un būvēt jaunu, lielāku un efektīvāku ražotni, ko pārvaldīs kopuzņēmums, kura jauda pārsniegs uzņēmuma “A” un uzņēmuma “B” veco ražotņu kopējo jaudu. Konkurenti izmanto savas esošās iekārtas ar pilnu jaudu, un tiem nav paplašināšanās plānu. Uzņēmuma “A” un uzņēmuma “B” tirgus daļa produkta “X” konkrētajā tirgū ir attiecīgi 20 % un 25 %. Tirgus ir koncentrēts, stagnējošs, tajā nav nesenu jaunpienācēju, un tirgus daļas laika gaitā ir bijušas stabilas. Ražošanas izmaksas veido būtisku daļu no uzņēmuma “A” un uzņēmuma “B” mainīgajām izmaksām saistībā ar produktu “X”. Izmaksu un stratēģiskās nozīmes ziņā komercializācija salīdzinājumā ar ražošanu ir mazsvarīga saimnieciskā darbība: tirgvedības izmaksas ir zemas, jo produkts “X” ir viendabīgs un tirgū ieņem stabilu vietu, un transporta izmaksas nav būtisks konkurenci veicinošs faktors.

¹⁷⁵ Sk. Eiropas Elektronisko sakaru regulatoru iestādes (BEREC) kopējo nostāju par mobilās infrastruktūras koplietošanu, 2019. gada 13. jūnijs, 4.2. iedaļu. “Aktīvā koplietošana”. Sk., piemēram, arī Komisijas 2020. gada 6. marta lēmumu, *Vodafone Italia/TIM/INWIT JV* (M.9674), un tam pievienoto paziņojumu presei: [Mergers: INWIT/Telecom Italia, Vodafone \(europa.eu\)](#).

Analīze: Specializācijas nolīgumu GAR nav attiecināma uz šo piemēru, jo pušu kopējā tirgus daļa pārsniedz 20 % produkta “X” konkrētajā tirgū. Tāpēc būtu jāveic individuāls ražošanas nolīguma novērtējums.

Ja visas uzņēmuma “A” un uzņēmuma “B” mainīgās izmaksas vai to lielākā daļa abiem uzņēmumiem ir kopīgas, šis ražošanas nolīgums varētu radīt tiešus konkurences ierobežojumus starp tiem. Saskaņā ar nolīgumu puses varētu ierobežot kopuzņēmuma izlaidi salīdzinājumā ar produkciju, ko tās būtu laidušas tirgū, patstāvīgi nosakot izlaides apjomus. Ņemot vērā nelielos ierobežojumus, ko konkurenti īsteno jaudas ziņā, šī samazinātā izlaide var izraisīt cenu paaugstināšanos.

Tāpēc ir iespējams, ka uzņēmuma “A” un uzņēmuma “B” ražošanas kopuzņēmums produkta “X” tirgū varētu radīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē.

Aizstājot abas vecās, mazākās ražotnes ar jaunu ražotni, kopuzņēmums var palielināt izlaidi par zemākām cenām, tādējādi radot labumu patērētājiem. Tomēr ražošanas nolīgums atbilstu 101. panta 3. punkta kritērijiem tikai tad, ja puses sniegtu pamatotus pierādījumus, ka efektivitātes pieaugums būs ievērojams un, visticamāk, tiks nodots patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošas sekas.

307. Aizliegtas vienošanās

2. piemērs

Situācija: divi piegādātāji — uzņēmums “A” un uzņēmums “B” — izveido ražošanas kopuzņēmumu attiecībā uz produktu “Y”. Produkta “Y” tirgū uzņēmumam “A” un uzņēmumam “B” katram ir attiecīgi 15 % un 10 % liela tirgus daļa. Tirgū ir trīs citi dalībnieki: uzņēmums “C”, kura tirgus daļa ir 30 %, uzņēmums “D”, kura tirgus daļa ir 25 %, un uzņēmums “E” ar 20 % lielu tirgus daļu. Uzņēmums “B” jau ir izveidojis ražošanas kopuzņēmumu ar uzņēmumu “D”. Produkts “Y” ir viendabīgs, pamatā esošā tehnoloģija ir vienkārša, un piegādātājiem ir ļoti līdzīgas mainīgās izmaksas.

Analīze: tirgum ir raksturīgi tas, ka tajā ir ļoti maz dalībnieku ar līdzīgām tirgus daļām un mainīgajām ražošanas izmaksām. Uzņēmuma “A” un uzņēmuma “B” sadarbība tirgū radītu papildu saikni, *de facto* palielinot tirgus koncentrācijas pakāpi, jo tā uzņēmumu “A” un uzņēmumu “B” vienotu arī ar uzņēmumu “D”. Šī sadarbība var palielināt aizliegtas vienošanās risku, līdz ar to tā var radīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Līguma 101. panta 3. punkta kritēriji būtu izpildīti tikai ievērojama efektivitātes pieauguma gadījumā, kurš tiktu nodots patērētājiem tādā apjomā, kas pārsniegtu konkurenci ierobežojošas sekas. Tomēr šajā piemērā, ņemot vērā produkta “Y” viendabīgās iezīmes un tā pamatā esošās tehnoloģijas vienkāršību, tas šķiet maz ticams.

308. Ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošana

3. piemērs

Situācija: starppatēriņa produkta “X” ražotāji — uzņēmums “A” un uzņēmums “B” — izveido ražošanas kopuzņēmumu, lai tajā ražotu visu “X” kopapjomu. Starppatēriņa produkts “X” ir galvenais izejresurss lejupējā produkta “Y” ražošanā, un nav cita produkta, ko varētu izmantot šā produkta vietā kā izejresursu. Produkta “X” ražošanas izmaksas veido 70 % no mainīgajām izmaksām galaproduktam “Y”, attiecībā uz kuru uzņēmums “A” un uzņēmums “B” konkurē lejupējos tirgos.

Uzņēmumam “A” un uzņēmumam “B” katram ir 20 % liela tirgus daļa “Y” tirgū, kur jaunpienācēju skaits ir ierobežots un tirgus daļas laika gaitā ir bijušas stabilas. Uzņēmums “A” un uzņēmums “B” apmierina savu pieprasījumu pēc “X” (iekšējs patēriņš), turklāt tiem katram ir 40 % liela “X” tirgus daļa (pārdošana trešām personām). “X” tirgū ir lieli ienākšanas šķēršļi, un esošie ražotāji strādā ar gandrīz pilnu jaudu. “Y” tirgū ir divi citi lieli piegādātāji, katrs ar 15 % lielu tirgus daļu, un vairāki mazāki konkurenti. Šis nolīgums rada pastāvīgo izmaksu ietaupījumus, kas izpaužas kā galvenās mītnes izmaksu samazinājums, un tādējādi rada apjomradītus ietaupījumus kopuzņēmumam.

Analīze: Specializācijas nolīgumu GAR nav attiecināma uz šo piemēru, jo pušu kopējā tirgus daļa pārsniedz 20 % gan starppatēriņa produkta “X” tirgū, gan lejupējā produkta “Y” tirgū. Tāpēc būtu jāveic individuāls ražošanas nolīguma novērtējums.

Ražošanas kopuzņēmuma izveide ļautu uzņēmumam “A” un uzņēmumam “B” lielā mērā kontrolēt būtiskā izejresursa “X” piegādes konkurentiem “Y” lejupējā tirgū. Tas dotu uzņēmumam “A” un uzņēmumam “B” iespēju palielināt konkurentu izmaksas, mākslīgi paaugstinot “X” cenu vai samazinot izlaidi. Tas varētu ierobežot uzņēmuma “A” un uzņēmuma “B” konkurentu piekļuvi “Y” tirgum. Ievērojot iespējamo ar konkurenci nesaderīgo tirgus piekļuves ierobežošanu lejupējos tirgos, šis nolīgums var radīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Ražošanas kopuzņēmuma apjomradītie ietaupījumi, visticamāk, nepārsniegtu konkurenci ierobežojošās sekas, tāpēc šis nolīgums droši vien neatbilstu 101. panta 3. punkta kritērijiem.

309. Ražošanas nolīgums kā tirgus sadalīšanas līdzeklis

4. piemērs

Situācija: uzņēmumi “A” un “B” katrs ražo produktus “X” un “Y”, kas pieder pie atsevišķiem produktu tirgiem. Uzņēmuma “A” tirgus daļa “X” tirgū ir 30 %, bet “Y” tirgū — 10 %. Uzņēmuma “B” tirgus daļa “X” tirgū ir 10 %, bet “Y” tirgū — 30 %. Lai gūtu apjomradītus ietaupījumus ražošanā, uzņēmums “A” un uzņēmums “B” noslēdz savstarpējas specializācijas nolīgumu, saskaņā ar kuru uzņēmums “A” ražos tikai produktu “X”, un uzņēmums “B” ražos tikai produktu “Y”. Uzņēmumi neveic savstarpējas produktu piegādes, t. i., uzņēmums “A” pārdod tikai produktu “X”, bet uzņēmums “B” — tikai produktu “Y”. Puses apgalvo, ka šāda specializācija, pateicoties apjomradītiem ietaupījumiem, tām ļauj ievērojami ietaupīt pastāvīgās izmaksas un ka pievēršanās tikai viena produkta ražošanai ļaus pilnveidot ražošanas tehnoloģijas un tādējādi uzlabot produktu kvalitāti.

Analīze: Specializācijas nolīgumu GAR nav piemērojama, jo pušu kopējā tirgus daļa pārsniedz 20 % gan produkta “X” tirgū, gan produkta “Y” tirgū. Turklāt uz nolīgumu, kas noslēgts starp uzņēmumu “A” un uzņēmumu “B”, neattiecas Specializācijas nolīgumu GAR sniegtā savstarpējas specializācijas nolīguma definīcija, jo nav savstarpēju piegāžu (t. i., nav nolīguma par produktu “X” un “Y” pirkumu attiecīgi no uzņēmuma “A” un uzņēmuma “B”, kas piekrīt tos ražot un piegādāt). Tāpēc būtu jāveic individuāls ražošanas nolīguma novērtējums.

Attiecībā uz šā ražošanas nolīguma ietekmi uz konkurenci tirgū — ar nolīgumu produktu “X” un “Y” tirgi tiek sadalīti starp pusēm. Tāpēc tas ierobežo konkurenci mērķa dēļ. Tā kā apgalvotā efektivitāte pastāvīgo izmaksu samazinājuma un ražošanas tehnoloģijas uzlabojuma veidā ir saistīta vienīgi ar tirgus sadalīšanu, maz ticams, ka tā pārsniegtu nolīguma ierobežojošās sekas, tāpēc 101. panta 3. punkta

kritēriji nebūtu ievēroti. Katrā ziņā, ja uzņēmums “A” vai uzņēmums “B” uzskata, ka efektīvāk būtu ražot tikai vienu produktu, tie var vienkārši vienpusēji nolemt ražot tikai “X” vai “Y”, nevienojoties ar otru uzņēmumu, ka tas ražos tikai otru attiecīgo produktu.

310. Informācijas apmaiņa

5. piemērs

Situācija: uzņēmumi “A” un “B” ražo plaša patēriņa ķīmisku produktu “Z”. “Z” ir viendabīgs produkts, ko ražo atbilstoši Eiropas standartam, kurš nepieļauj nekādus produkta variantus. Ražošanas izmaksas ir nozīmīgs izmaksu faktors attiecībā uz produktu “Z”. Uzņēmuma “A” tirgus daļa ir 20 %, un uzņēmuma “B” tirgus daļa ir 25 % no produkta “Z” Savienības mēroga tirgus. Produkta “Z” tirgū ir vēl četri ražotāji, kuru tirgus daļas ir attiecīgi 20 %, 15 %, 10 % un 10 %. Uzņēmuma “A” ražotne atrodas Ziemeļeiropā, dalībvalstī “X”, bet uzņēmuma “B” ražotne ir Dienvideiropā, dalībvalstī “Y”. Lai gan lielākā daļa uzņēmuma “A” klientu atrodas Ziemeļeiropā, uzņēmumam “A” ir arī vairāki klienti Dienvideiropā. Vairums uzņēmuma “B” klientu atrodas Dienvideiropā, lai gan tam ir arī vairāki klienti Ziemeļeiropā. Pašlaik uzņēmums “A” piegādā saviem Dienvideiropas klientiem dalībvalsts “X” ražotnē izgatavoto produktu “Z” un transportē to uz Dienvideiropu ar kravas automobiļiem. Līdzīgi uzņēmums “B” piegādā saviem Ziemeļeiropas klientiem dalībvalstī “Y” ražoto produktu “Z” un transportē to uz Ziemeļeiropu ar kravas automobiļiem. Transporta izmaksas ir samērā augstas, tomēr ne tik augstas, lai uzņēmuma “A” piegādes uz Dienvideiropu un uzņēmuma “B” piegādes uz Ziemeļeiropu uzņēmumiem nebūtu izdevīgas.

Uzņēmumi “A” un “B” nolemj, ka būtu produktīvāk, ja uzņēmums “A” pārtrauktu produkta “Z” transportēšanu no dalībvalsts “X” uz Dienvideiropu, bet uzņēmums “B” — no dalībvalsts “Y” uz Ziemeļeiropu, tomēr katrs uzņēmums vēlas saglabāt klientus, kas tiem ir. Tādēļ uzņēmumi “A” un “B” nolemj noslēgt maiņas nolīgumu, kas tiem ļautu katru gadu pirkt nolīgumā noteiktu produkta “Z” apjomu no otras puses ražotnes, lai pārdotu nopirkto produktu “Z” tiem klientiem, kas atrodas tuvāk otras puses ražotnei. Lai aprēķinātu pirkšanas cenu, kura nebūtu izdevīgāka vienai no pusēm un kurā būtu pienācīgi ņemtas vērā pušu atšķirīgās ražošanas izmaksas un dažādi transporta izmaksu ietaupījumi, un lai nodrošinātu, ka abas puses var gūt atbilstošu peļņas normu, tās piekrīt viena otrai izpaust informāciju par galvenajām “Z” izmaksām (t. i., ražošanas un transporta izmaksām).

Analīze: tas, ka uzņēmumi “A” un “B”, būdami konkurenti, apmainās ar daļu no produkcijas, pats par sevi nerada konkurences problēmas. Tomēr nolīgums arī paredz informācijas apmaiņu par pušu “Z” ražošanas un transporta izmaksām. Turklāt uzņēmumiem “A” un “B” ir ietekmīgs kopējais stāvoklis tirgū samērā koncentrētā viendabīga plaša patēriņa produkta tirgū. Tāpēc, ievērojot plašo informācijas apmaiņu par svarīgu konkurences parametru attiecībā uz “Z”, ir iespējams, ka uzņēmumu “A” un “B” maiņas nolīgums radīs konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē, jo tas var novest pie aizliegtas vienošanās. Lai arī nolīgums radīs ievērojamu efektivitātes pieaugumu pušu izmaksu ietaupījumu veidā, nolīguma radītie konkurences ierobežojumi efektivitātes pieauguma panākšanai nav obligāti vajadzīgi. Puses varētu panākt līdzīgus izmaksu ietaupījumus, vienojoties par cenas formulu, kas nav saistīta ar ražošanas un transporta izmaksu izpaušanu. Tātad pašreizējā veidolā maiņas nolīgums neatbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem.

4. PIRKUMA NOLĪGUMI

4.1. Ievads

311. Šajā nodaļā galvenā uzmanība pievērsta nolīgumiem par produktu kopīgu pirkumu, ko veic vairāki uzņēmumi. Kopīgu pirkumu ar kopīgi kontrolēta uzņēmuma starpniecību var veikt uzņēmums, kurā dažādiem uzņēmumiem pieder daļas, kas nenodrošina kontroli, kooperatīvs vai kooperatīvu kooperatīvs vai izmantojot līgumisku vienošanos vai vēl brīvākus sadarbības veidus, piemēram, pirkumu veic viens pircējs vai sarunu dalībnieks, kas pārstāv pircēju grupu (visi veidi kopā saukti — “kopīga pirkuma vienošanās”).
312. Kopīga pirkuma vienošanās tiek īstenota dažādās ekonomikas nozarēs un ietver pirkšanas darbību apvienošanu. Tā var ietvert faktisku pirkumu apvienošanu, izmantojot kopīga pirkuma vienošanos. Tā var aprobežoties arī ar kopīgām sarunām par pirkšanas cenu, atsevišķiem cenas elementiem vai citiem noteikumiem, vienlaikus atstājot faktiskos pirkumus saskaņā ar kopīgi norunāto cenu un noteikumiem atsevišķu dalībnieku ziņā. Kopīga pirkuma vienošanās var ietvert arī papildu darbības, piemēram, kopīgu izplatīšanu, kvalitātes kontroli un glabāšanu noliktavā, izvairoties no piegādes izmaksu dublēšanās. Atkarībā no nozares pircējs var patērēt produktus vai izmantot tos par izejresursiem savām darbībām, piemēram, enerģiju vai mēslojumu. Potenciālo licenciātu grupas var arī kopīgi vienoties attiecībā uz licences līgumiem par standartam būtiskajiem patentiem ar licences devējiem, lai iekļautu šo tehnoloģiju savos produktos (dažreiz sauktas par licencēšanas sarunu grupām). Izplatīšanas nozarē pircēji var vienkārši pārdot tālāk produktus, piemēram, ātrās aprites patēriņa preces, plaša patēriņa elektroniku vai citas patēriņa preces. Pēdējās pircēju grupas no minētajām, kas ietver neatkarīgus mazumtirgotājus, mazumtirdzniecības ķēdes vai mazumtirgotāju grupas, parasti tiek sauktas par “mazumtirdzniecības aliansēm”¹⁷⁶.
313. Kopīga pirkuma vienošanās mērķis parasti ir radīt tādu pircēja varas pakāpi attiecībā pret lielajiem piegādātājiem, kādu atsevišķi kopīga pirkuma vienošanās dalībnieki nerasniegtu, ja rīkotos atsevišķi, nevis kopīgi. Tāpēc novērtējums galvenokārt ir vērsts uz pirkšanas tirgu, kurā, balstoties uz kopīga pirkuma vienošanos, tiek uzkrāta tās dalībnieku pircēja vara, kā arī risinātas sarunas ar piegādātājiem vai veikti pirkumi no tiem. Pircēja vara kopīga pirkuma vienošanās ietvaros var nodrošināt patērētājiem zemākas cenas, lielāku daudzveidību vai labāku kvalitāti produktiem vai pakalpojumiem. Uzņēmumi var arī iesaistīties kopīga pirkuma vienošanās procesā, ja tas palīdz novērst deficītu vai traucējumus konkrētu produktu ražošanā, tādējādi izvairoties no piegādes ķēdes pārtraukumiem. Tomēr pircēja vara konkrētos apstākļos var arī radīt konkurences problēmas, kā izklāstīts tālāk 4.2.3. iedaļā.
314. Kopīga pirkuma vienošanās var ietvert gan horizontālus, gan vertikālus nolīgumus. Šādos gadījumos ir nepieciešama divpakāpju analīze. Pirmkārt, horizontāli nolīgumi starp konkurējošiem uzņēmumiem, kas veic kopīgu pirkumu, vai uzņēmumu apvienības pieņemtie lēmumi jāizvērtē saskaņā ar šajās pamatnostādnēs aprakstītajiem principiem. Ja šī novērtējuma rezultātā tiek secināts, ka kopīga pirkuma vienošanās nerada konkurences problēmas, būs jāveic turpmāks novērtējums, lai pārbaudītu attiecīgos vertikālos nolīgumus, kas noslēgti starp kopīga

¹⁷⁶ Sk. Colen, L., Bouamra-Mechemache Z., Daskalova, V., Nes, K., “Retail alliances in the agricultural and food supply chain” , EUR 30206 EN, Eiropas Komisija, 2020, ISBN 978-92-76-18585-7, doi:10.2760/33720, JRC120271.

pirkuma vienošanās dalībniekiem un atsevišķu tās dalībnieku, kā arī starp kopīga pirkuma vienošanās dalībniekiem un piegādātājiem. Pēdējā novērtējumā tiks ievēroti noteikumi, ka iekļauti Grupu atbrīvojuma regulā vertikālo ierobežojumu jomā, un Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā. Vertikālie nolīgumi, uz kuriem neattiecas Vertikālo nolīgumu grupu atbrīvojuma regula, netiek uzskatīti par nelikumīgiem, taču attiecībā uz tiem jāveic individuāla pārbaude.

4.2. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

4.2.1. Galvenās konkurences problēmas

315. Iepirkuma nolīgumi var radīt konkurenci ierobežojošas sekas augšupējā pirkuma un/vai lejupējā pārdošanas tirgū vai tirgos, piemēram, šādas — paaugstinātas cenas, samazināta izlaide, produktu kvalitāte vai daudzveidība, inovācija, tirgus sadalīšana vai arī ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošana citiem iespējamajiem pircējiem.

4.2.2. Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ

316. Kopīga pirkuma vienošanās parasti nav konkurences ierobežojums mērķa dēļ, ja tā patiešām attiecas uz kopīgu pirkumu, tas ir, ja kopīga pirkuma vienošanās ietver kolektīvas sarunas un nolīguma noslēgšanu tā dalībnieku vārdā ar jebkuru konkrētu piegādātāju par vienu vai vairākiem tirdzniecības noteikumiem. Šāda vienošanās jānošķir no pircēju kartelēm, tas ir, nolīgumiem vai saskaņotām darbībām starp diviem vai vairākiem pircējiem, kuru mērķis ir:

- (a) koordinēt šo pircēju individuālo ar konkurenci saistīto rīcību tirgū vai ietekmēt attiecīgos konkurences parametrus, izmantojot tādu praksi kā (bet ne tikai) pirkšanas cenu vai to daļu noteikšana vai koordinēšana (tostarp nolīgumi, ar ko nosaka algas vai vienojas nemaksāt cenu par produktu) vai citi tirdzniecības nosacījumi, pirkuma kvotu piešķiršana, tirgu un piegādātāju sadalīšana;
- (b) ietekmēt šo pircēju individuālās sarunas ar piegādātājiem vai atsevišķus pirkumus no piegādātājiem, piemēram, koordinējot pircēja cenu sarunu stratēģijas vai informācijas apmaiņu par šādu sarunu statusu ar piegādātājiem.

317. Pircēju kartelu mērķis ir izkropļot konkurences procesu iekšējā tirgū¹⁷⁷, kas ir pretrunā 101. panta 1. punkta a) apakšpunktam¹⁷⁸. Pircēju kartelī pircēji savstarpēji saskaņo savu rīcību, ņemot vērā savu individuālo mijiedarbību ar piegādātāju pirkšanas tirgū. Ja pircēji sadarbojas ar piegādātājiem individuāli, tiem savi pirkuma lēmumi jāpieņem neatkarīgi citam no cita, nelikvidējot savstarpējo stratēģisko nenoteiktību ar nolīgumu un saskaņotu darbību starpniecību vai mākslīgi nepalielinot pārredzamību attiecībā uz turpmāko rīcību tirgū. Tas tā noteikti nav, ja pircēji vispirms savstarpēji nosaka pirkšanas cenu un pēc tam katrs no pircējiem vienojas ar piegādātāju un veic pirkumu no tā atsevišķi.

318. Pircēju kartelis var pastāvēt arī tad, ja savstarpēji apmainīties ar komerciāli sensitīvu informāciju par saviem individuālajiem pirkšanas nodomiem vai sarunām ar piegādātājiem pircēji vienojas ārpus jebkādas patiesas kopīga pirkuma vienošanās,

¹⁷⁷ 2019. gada 7. novembra spriedums lietā *Campine*, T-240/17, EU:T:2019:778, 297. punkts.

¹⁷⁸ Sk. 2009. gada 4. jūnija spriedumu lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 37. punktu; 2006. gada 13. decembra spriedumu *French Beef* apvienotajās lietās T-217/03 un T-245/03, EU:T:2006:391, 83. un turpmākos punktus.

un kolektīvi mijiedarboties ar piegādātājiem karteļa dalībnieku vārdā¹⁷⁹. Tas jo īpaši attiecas uz informācijas apmaiņu starp pircējiem par maksājamām pirkšanas cenām (maksimālajām cenām, minimālajām atlaidēm un citiem cenu aspektiem), noteikumiem, piegādes avotiem (gan piegādātāju, gan teritoriju ziņā), apjomiem un daudzumiem, kvalitāti vai citiem konkurences parametriem (piemēram, laiku, piegādi un inovāciju).

319. Tālāk sniegtais neizsmelošais faktoru saraksts var palīdzēt uzņēmumiem izvērtēt, vai nolīgums, kurā tie ir iesaistīti kopā ar citiem pircējiem, neveido pircēju karteli. Tālāk minētie faktori jāizvērtē katrā gadījumā atsevišķi:

- (a) kopīga pirkuma vienošanās ietvaros piegādātājiem ir skaidri norādīts, ka ar tās starpniecību tiek kopīgi pārrunāti un noteikti dalībniekiem par saistošiem noteikumi par to atsevišķajiem pirkumiem vai kopīgiem pirkumiem šo pircēju vajadzībām. Šādā nolūkā nav nepieciešams, lai kopīga pirkuma vienošanās ietvaros tiktu atklāta precīza tās dalībnieku identitāte, jo īpaši, ja dalībnieki ir mazi vai vidēji uzņēmumi, kas mijiedarbojas ar lieliem piegādātājiem. Tomēr, visticamāk, netiks uzskatītas par pietiekamām netiešas zināšanas par kopīga pirkuma vienošanos piegādātāju pusē, piemēram, ar trešo personu vai preses ziņojumu starpniecību¹⁸⁰;
- (b) kopīga pirkuma vienošanās puses ir noteikušas savas sadarbības veidu, tvērumu un darbību rakstiskā nolīgumā, lai tās atbilstību 101. panta 1. punktam varētu pārbaudīt *ex post*, kā arī pārbaudīt, salīdzinot ar kopīga pirkuma vienošanās faktisko darbību. Tomēr rakstisks nolīgums nevar pasargāt to no konkurences tiesību rūpīgas pārbaudes.

320. Pircēju kartelis, ja tas ietekmē tirdzniecību starp dalībvalstīm, pēc savas būtības un neatkarīgi no jebkādām tā iespējamām konkrētām sekām ir ievērojams konkurences ierobežojums¹⁸¹. Tāpēc pircēju karteļu novērtējumā, atšķirībā no kopīga pirkuma vienošanās novērtējuma, nav jādefinē konkrētais(-ie) tirgus(-i), kā arī nav jāņem vērā pircēju stāvoklis augšupējā pirkšanas tirgū un tas, vai tie konkurē lejupējā pārdošanas tirgū.

321. Kopīga pirkuma vienošanās var izraisīt arī konkurences ierobežošanu mērķa dēļ, ja tā kalpo par līdzekli, lai iesaistītos slēptā kartelī, tas ir, slēgtu vienošanos starp pircējiem, kas nosaka cenas, ierobežo izlaidi vai sadala tirgus vai klientus lejupējā pārdošanas tirgū vai tirgos.

322. Kopīga pirkuma vienošanās tādas pircēju grupas vidū, kuras mērķis ir izslēgt faktisku vai potenciālu konkurentu no tā paša līmeņa pārdošanas tirgus, ir kvalificējama kā kolektīvs boikots, kā arī ir uzskatāma par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ.

4.2.3. Konkurenci ierobežojošas sekas

323. Kopīga pirkuma vienošanās, kuras ietvaros pircēji kopīgi mijiedarbojas ar piegādātājiem, jāanalizē tās juridiskajā un ekonomiskajā kontekstā, ņemot vērā šādas

¹⁷⁹ Sk. 6. nodaļu par informācijas apmaiņu un jo īpaši 6.2.6. iedaļu, kas attiecas arī uz komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu starp pircējiem.

¹⁸⁰ Tomēr pircēju kartelis atpazīstams ne tikai pēc slepenības. Komisija ir piemērojusi sankcijas arī pircēju karteļiem, kas nedarbojās pilnīgi slepeni, bet vismaz izveidoti tika samērā pārredzamā veidā. Sk. Komisijas Lēmumu 2003/600/EK (2003. gada 2. aprīlis), *French Beef* (OV L 209, 19.8.2003., 12. lpp.).

¹⁸¹ 2012. gada 13. decembra spriedums lietā *Expedia*, C-226/11, EU:C:2012:795, 37. punkts.

vienošanās faktisko un iespējamo ietekmi uz konkurenci. Kopīga pirkuma vienošanās izraisīto konkurenci ierobežojošo seku analīzei jāaptver negatīvā ietekme gan uz pirkšanas tirgu vai tirgiem, kur kopīga pirkuma vienošanās dalībnieki mijiedarbojas ar piegādātājiem, gan uz pārdošanas tirgu vai tirgiem, kur kopīga pirkuma vienošanās puses var konkurēt kā pārdevēji.

324. Tomēr parasti kopīga pirkuma vienošanās, visticamāk, neradīs konkurences problēmas, ja pusēm nav tirgus varas pārdošanas tirgū vai tirgos.
325. Daži līgumiski ierobežojumi, kas noteikti kopīga pirkuma vienošanās dalībniekiem, nedrīkst ierobežot konkurenci saskaņā ar 101. panta 1. punktu un pat labvēlīgi ietekmēt konkurenci, ja tie aprobežojas tikai ar to, kas ir objektīvi nepieciešams, lai nodrošinātu pienācīgu vienošanās darbību un īstenotu tās pircēja varu attiecībā uz piegādātājiem¹⁸². Tas attiecas, piemēram, uz aizliegumu kopīga pirkuma vienošanās pusēm iesaistīties citās konkurējošās vienošanās, ciktāl tās varētu apdraudēt šo pušu darbības un pircēja varu. Un pretēji — ekskluzīvām pirkšanas saistībām, saskaņā ar kurām kopīga pirkuma vienošanās dalībniekiem jāiegādājas viss vai lielākā daļa no tā, kas tiem nepieciešams, ar šīs vienošanās starpniecību, var būt negatīva ietekme uz konkurenci, kā arī attiecībā uz tām var būt nepieciešams novērtējums, ņemot vērā kopīga pirkuma vienošanās vispārējo ietekmi.

4.2.3.1. Konkrētie tirgi

326. Kopīga pirkuma vienošanās var ietekmēt divus tirgus. Pirmkārt, tirgu vai tirgus, uz kuriem kopīga pirkuma vienošanās attiecas tieši, proti, konkrēto pirkšanas tirgu vai tirgus, kuros puses risina sarunas ar piegādātājiem vai pērk no tiem. Otrkārt, pārdošanas tirgu vai tirgus, tas ir, lejupējo tirgu vai tirgus, kuros kopīga pirkuma vienošanās puses aktīvi darbojas kā pārdevēji.
327. Konkrēto pirkšanas tirgu definīcija atbilst principiem, kas aprakstīti Paziņojumā par tirgus definīciju un jebkādiem turpmākiem norādījumiem saistībā ar konkrēto tirgu definīciju Savienības konkurences tiesībās, un tā ir balstīta uz aizstājamības jēdzienu, lai noteiktu konkurences spiedienu. Vienīgā atšķirība no “pārdošanas tirgu” definīcijas ir tāda, ka aizstājamība jādefinē no piedāvājuma, nevis pieprasījuma viedokļa. Citiem vārdiem, piegādātāju alternatīvām ir izšķiroša nozīme, nosakot konkurences spiedienu uz pircējiem. Šīs alternatīvas varētu analizēt, piemēram, pārbaudot piegādātāju reakciju uz nelielu, bet pastāvīgu cenu samazinājumu. Kad tirgus ir definēts, tirgus daļu var aprēķināt kā pušu veikto pirkumu procentuālo daļu no kopējā nopirktā produkta vai produktu pārdošanas apjoma konkrētajā tirgū.
328. Ja puses turklāt ir konkurentes vienā vai vairākos pārdošanas tirgos, arī šie tirgi ir svarīgi novērtējumam. Pārdošanas tirgi jādefinē, piemērojot metodiku, kas aprakstīta Paziņojumā par tirgus definīciju, un jebkādos turpmākus norādījumus par konkrēto tirgu definīciju Savienības konkurences tiesībās.

4.2.3.2. Tirgus vara

329. Nav absolūta robežlieluma, kuru pārsniedzot varētu pieņemt, ka kopīga pirkuma vienošanās pusēm ir tirgus vara tādā mērā, ka kopīga pirkuma vienošanās varētu radīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr vairumā gadījumu ir maz ticams, ka pastāv tirgus vara, ja kopīga pirkuma vienošanās pušu kopējā tirgus daļa pirkšanas tirgū vai tirgos nepārsniedz 15 %, kā arī kopējā tirgus

¹⁸² Sk. 1994. gada 15. decembra spriedumu lietā *Gottrup-Klim*, C-250/92, EU:C:1994:413, 34. punktu.

daļa pārdošanas tirgū vai tirgos nepārsniedz 15 %. Katrā ziņā, ja pušu kopējās tirgus daļas nepārsniedz 15 % gan pirkšanas, gan pārdošanas tirgū vai tirgos, visticamāk, 101. panta 3. punkta nosacījumi ir izpildīti.

330. Tirgus daļa, kas pārsniedz šo robežlielumu vienā vai abos tirgos, automātiski nenorāda, ka kopīga pirkuma vienošanās varētu radīt konkurenci ierobežojošas sekas. Attiecībā uz kopīga pirkuma vienošanos ar kopējo tirgus daļu, kas pārsniedz šo robežlielumu, ir nepieciešams detalizēts tās ietekmes uz tirgu novērtējums, kas ietver tādus faktorus kā tirgus koncentrācija, peļņas normu un iespējamās spēcīgu piegādātāju kompensējošās varas novērtējums, bet neaprobežojas ar tiem.
331. Ja kopīga pirkuma vienošanās pusēm ir ievērojamas pakāpes pircēja vara pirkšanas tirgū, tad pastāv risks, ka tās var kaitēt konkurencei augšupējā tirgū, kas galu galā par sliktu patērētājiem var arī radīt kaitējumu konkurencei tālākos lejupējos tirgos. Piemēram, kopīgi īstenota pircēja vara var kaitēt investīciju stimuliem un piespiest piegādātājus samazināt to ražoto produktu klāstu vai kvalitāti. Tas var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, piemēram, kvalitātes pazemināšanos, inovācijas centienus samazināšanos vai galu galā nepietiekamu piedāvājumu.
332. Risks, ka kopīga pirkuma vienošanās varētu atturēt no investīcijām vai inovācijām, kas dod labumu patērētājiem, var būt lielāks lielajiem pircējiem, kuri kopīgi veic lielu daļu pirkumu, jo īpaši, ja darījumi tiek veikti ar maziem piegādātājiem. Noslēdzot kopīga pirkuma vienošanos ar ievērojamu tirgus daļu pirkšanas tirgū vai tirgos, šādi piegādātāji var būt īpaši neaizsargāti pret peļņas samazināšanos, jo īpaši, ja mazie piegādātāji ir veikuši īpašas investīcijas, lai apgādātu kopīga pirkuma vienošanās dalībniekus. Konkurenci ierobežojošu seku iespējamība ir mazāka, ja piegādātājiem ir ievērojamas pakāpes kompensējoša pārdevēja vara (kas ne vienmēr nozīmē dominējošu stāvokli) pirkšanas tirgū vai tirgos, piemēram, tāpēc, ka tie pārdod produktus vai pakalpojumus, kas pircējiem ir nepieciešami, lai konkurētu lejupējā pārdošanas tirgū vai tirgos.
333. Piemēram, nolīgums starp kopīga pirkuma vienošanās dalībniekiem vairs nepirkt produktus no noteiktiem piegādātājiem, jo šādi produkti ir ilgtspējīgi, kaut arī pirkuma vienošanās dalībnieki vēlas iegādāties tikai ilgtspējīgus produktus, var radīt konkurences ierobežojumus cenas un izvēles ziņā. Ņemot vērā šāda nolīguma saturu, mērķus un juridisko un ekonomisko kontekstu¹⁸³, tā mērķis principā nav no pirkšanas tirgus izslēgt piegādātājus, kas ražo ilgtspējīgus produktus. Šādos apstākļos konkurenci ierobežojošas sekas, ko rada kopīga pirkuma vienošanās par tikai ilgtspējīgu produktu pirkšanu, būtu jāizvērtē, jo īpaši ņemot vērā produktu raksturu, pircēju stāvokli tirgū un piegādātāju stāvokli tirgū. Šajā kontekstā būs svarīgi apsvērt, vai attiecīgajiem piegādātājiem ir citi klienti, kas nav kopīga pirkuma vienošanās puses (tostarp klienti citos tirgos) un vai viņi var vienkārši pieņemt lēmumu sākt ražot arī ilgtspējīgus produktus.
334. Kopīga pirkuma vienošanās pušu pircēja varu var izmantot arī, lai izslēgtu konkurējošus pircējus no pirkšanas tirgus, ierobežojot to piekļuvi produktīviem piegādātājiem, un ir nepieciešams izvērtēt konkurenci ierobežojošas sekas, ko rada vienošanās. Tas ir visdrīzāk iespējams tad, ja ir tikai ierobežots piegādātāju skaits un pastāv šķēršļi ienākšanai augšupējā pirkšanas tirgus piedāvājuma pusē. Un pretēji, kopīga pirkuma vienošanās tādas pircēju grupas vidū, kuras mērķis ir izslēgt faktisku

¹⁸³

Sk. 1.2.4. iedaļu iepriekš.

vai potenciālu konkurentu no tā paša līmeņa pārdošanas tirgus, ir kvalificējama kā kolektīvs boikots, kā arī ir uzskatāma par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ.

335. Ja kopīga pirkuma vienošanās puses ir faktiski vai potenciāli lejupejie konkurenti, to stimuli cenu konkurencei lejupejā pārdošanas tirgū vai tirgos var ievērojami mazināties, kad tās pērk būtisku daļu produktu kopā. Pirmkārt, ja pusēm kopā ir ievērojama tirgus varas pakāpe pārdošanas tirgū vai tirgos (kas ne vienmēr nozīmē dominējošu stāvokli), ir mazāk iespējams, ka ar kopīga pirkuma vienošanos panāktās zemākās pirkšanas cenas tiks nodotas patērētājiem. Otrkārt, jo lielāka ir pircēju kopējā tirgus daļa lejupejā pārdošanas tirgū, jo lielāks ir risks, ka augšupējās pirkšanas koordinēšana var izraisīt arī lejupejās pārdošanas koordināciju. Šis risks ir īpaši augsts, ja kopīga pirkuma vienošanās ierobežo (vai neveicina) tās dalībnieku spēju neatkarīgi pērk papildu izejresursu apjomu pirkšanas tirgū kopīga pirkuma vienošanās ietvaros vai ārpus tās. Attiecībā uz kopīga pirkuma vienošanās dalībnieku saistībām pērk visas vai lielāko daļu no tiem nepieciešamajām precēm vienošanās ietvaros jāizvērtē konkurenci ierobežojošās sekas. Šādā novērtējumā jo īpaši tiek ņemts vērā saistību apmērs, kopīga pirkuma vienošanās tirgus daļa pārdošanas tirgū un piegādātāju koncentrācijas pakāpe pirkšanas tirgū, un tas, vai šādas saistības ir nepieciešamas, lai nodrošinātu pietiekami stingru nostāju sarunās par vienošanos ar spēcīgiem piegādātājiem.
336. Analizējot to, vai kopīga pirkuma vienošanās pusēm ir pircēja vara, būtisks ir konkurentu savstarpējo saikņu (piemēram, citu pirkuma nolīgumu) skaits un intensitāte pirkšanas tirgū.
337. Tomēr, ja konkurējoši pircēji, kas sadarbojas, nedarbojas vienā un tajā pašā konkrētajā pārdošanas tirgū (piemēram, mazumtirgotāji, kas darbojas dažādos ģeogrāfiskos tirgos un nevar tikt uzskatīti par potenciāliem konkurentiem), ir mazāk ticams, ka kopīga pirkuma vienošanās radīs konkurenci ierobežojošās sekas pārdošanas tirgū. Šāda kopīga pirkuma vienošanās ar dalībniekiem, kas nedarbojas vienā un tajā pašā pārdošanas tirgū, tomēr var radīt konkurenci ierobežojošās sekas, ja dalībniekiem ir tik ievērojams stāvoklis pirkšanas tirgos, ka tas var kaitēt citu dalībnieku konkurences procesam pirkšanas tirgos (piemēram, būtiski kaitējot investīciju stimuliem augšupējā tirgū).

4.2.3.3. Aizliegta vienošanās

338. Kopīga pirkuma vienošanās var novest pie aizliegtas vienošanās, ja tā veicina pušu rīcības koordināciju pārdošanas tirgū, kurā šīs puses ir faktiski vai potenciāli konkurenti. Tas jo īpaši var attiekties uz gadījumiem, kad tirgus struktūra pārdošanas tirgū veicina aizliegtu vienošanos (piemēram, tāpēc, ka tirgus ir koncentrēts un uzrāda ievērojamu pārredzamības pakāpi). Aizliegtas vienošanās iespējamība ir lielāka arī tad, ja kopīga pirkuma vienošanās ietver ievērojamu skaitu uzņēmumu pārdošanas tirgū un aptver ne tikai pirkšanas noteikumu kopīgu apspriešanu (piemēram, nosakot vienošanās dalībnieku pirkuma apjomus), tādējādi būtiski ierobežojot vienošanās pušu iespējas konkurēt pārdošanas tirgū.
339. Aizliegtu vienošanos var veicināt arī tad, ja puses panāk izmaksu kopīgumu augstā pakāpē, veicot kopīgu pirkumu, ar nosacījumu, ka pusēm ir tirgus vara pārdošanas tirgū un tirgus iezīmes veicina koordināciju.
340. Konkurenci ierobežojošās sekas ir iespējamākas, ja kopīga pirkuma vienošanās pusēm ir kopīga ievērojama daļa no to mainīgajām izmaksām pārdošanas tirgū. Tā notiek, piemēram, gadījumā, ja mazumtirgotāji, kas aktīvi darbojas tajā pašā

konkrētajā mazumtirdzniecības tirgū vai tirgos, kopīgi pērk ievērojamu daudzumu produktu, ko tie piedāvā tālākpārdošanai. Tā var notikt arī tad, ja konkurējoši galaprodukta ražotāji un pārdevēji kopā pērk lielu daļu savu izejresursu.

341. Lai īstenotu kopīga pirkuma vienošanos, var būt nepieciešams apmainīties ar komerciāli sensitīvu informāciju, piemēram, par pirkšanas cenām (vai to daļu) un apjomiem. Šādas informācijas apmaiņa var veicināt koordināciju attiecībā uz pārdošanas cenām un izlaidi un tādējādi novest pie aizliegtas vienošanās pārdošanas tirgos. Komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņas plašāku ietekmi var samazināt līdz minimumam, piemēram, ja datus apkopo ar kopīga pirkuma vienošanos, kas nenodod informāciju pusēm, ieviešot tehniskus vai praktiskus pasākumus, lai aizsargātu tās konfidencialitāti. Turklāt uzņēmuma dalībai vairākās kopīga pirkuma vienošanās nevajadzētu izraisīt pret konkurenci vērstu informācijas apmaiņu vai cita veida koordināciju starp dažādiem pirkuma vienošanās procesiem.
342. Jebkāda ietekme uz konkurenci, ko rada komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa, tiks izvērtēta, ņemot vērā kopīga pirkuma vienošanās vispārējo ietekmi, ja šāda apmaiņa ir nepieciešama kopīga pirkuma vienošanās darbībai. Tas, vai informācijas apmaiņa saistībā ar kopīga pirkuma vienošanos var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, būtu arī jāizvērtē saskaņā ar 6. nodaļā sniegtajiem norādījumiem. Ja informācijas apmaiņa nepārsniedz datu kopīgošanu, kas nepieciešama, lai kopīga pirkuma vienošanās puses kopīgi iegādātos produktus, pat tad, kad informācijas apmaiņai ir konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē, nolīgums drīzāk atbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem nekā tad, ja apmaiņa pārsniedz to, kas bija nepieciešams kopīgajam pirkumam.
343. Apspriežot noteikumus ar piegādātājiem, kopīga pirkuma vienošanās dalībnieki var draudēt piegādātājiem pārtraukt sarunas vai uz laiku pārtraukt pirkšanu, ja vien tiem netiks piedāvāti labāki noteikumi vai zemākas cenas. Šādi draudi parasti ir daļa no sarunu procesa un var ietvert pircēju kolektīvu rīcību, kad sarunas risina kopīga pirkuma vienošanās dalībnieki. Spēcīgi piegādātāji var izmantot līdzīgus draudus sarunās ar pircējiem, lai apturētu sarunas vai produktu piegādi. Šādi draudi parasti neveido konkurences ierobežojumu mērķa dēļ, un jebkādas negatīvas sekas, kas izriet no šādiem kolektīviem draudiem, tiks izvērtētas nevis atsevišķi, bet gan ņemot vērā kopīga pirkuma vienošanās vispārējo ietekmi. Šādi sarunās izmantoti draudi ir, piemēram, kad sarunu laikā par turpmāka piegādes nolīguma noteikumiem mazumtirdzniecības alianses dalībnieki uz laiku pārtraucto konkrēto produktu pasūtīšanu no piegādātājiem, kurus katrs dalībnieks ir izvēlējis atsevišķi saviem veikaliem¹⁸⁴. Šādas uz laiku īstenotas apturēšanās rezultātā atsevišķu alianses dalībnieku izvēlētie produkti var nebūt pieejami mazumtirgotāju plauktos ierobežotu laiku, proti, kamēr mazumtirdzniecības alianse un piegādātājs vienojas par turpmāko piegāžu noteikumiem.

4.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

4.3.1. Efektivitātes pieaugums

344. Kopīga pirkuma vienošanās var radīt ievērojamu efektivitātes pieaugumu. Jo īpaši tā var radīt izmaksu ietaupījumus, piemēram, zemākas pirkšanas cenas vai samazinātas

¹⁸⁴ Mazumtirgotāju īstenota īslaicīga konkrētu produktu pasūtīšanas partraukšana no piegādātājiem jānošķir no tā sauktās “izslēgšanas no saraksta”, proti, pasākuma, ar kuru mazumtirgotājs konkrētus piegādātāja produktus pavisam izņem no sava sortimenta un vairs neierāda tiem vietu savos plauktos.

darījumu, transportēšanas un uzglabāšanas izmaksas, tādējādi veicinot apjomradītus ietaupījumus. Turklāt kopīga pirkuma vienošanās var veicināt kvalitatīvu efektivitātes pieaugumu, liekot piegādātājiem inovēt un ieviest tirgū jaunus vai uzlabotus produktus. Šāda kvalitatīva efektivitāte var sniegt labumu patērētājiem, jo samazinās atkarība un tiek novērsts deficīts, izmantojot noturīgākas piegādes ķēdes, kā arī tiek veicināta iekšējā tirgus noturība.

4.3.2. Obligāta vajadzība

345. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada pirkuma nolīgums, neatbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem. Saistības pirkt vai risināt sarunas, tikai izmantojot kopīga pirkuma vienošanos, dažos gadījumos var būt obligāti vajadzīgas, lai sasniegtu vajadzīgo pircēja varas vai apjoma pakāpi apjomradītu ietaupījumu īstenošanai. Tomēr šādas saistības jāizvērtē katra individuālā gadījuma kontekstā.

4.3.3. Nodošana patērētājiem

346. Ar obligāti vajadzīgiem ierobežojumiem sasniegtais efektivitātes pieaugums, piemēram, izmaksas samazinoša pirkumu efektivitāte vai kvalitatīva efektivitāte, kas izpaužas kā jaunus vai uzlabotu produktu ieviešana tirgū, jānodod patērētājiem tādā apmērā, kas pārsniedz kopīga pirkuma vienošanās radītās konkurenci ierobežojošās sekas. Tāpēc nepietiek ar izmaksu ietaupījumiem vai citu efektivitāti, kas sniedz labumu tikai kopīga pirkuma vienošanās pusēm. Tā vietā izmaksu ietaupījumi jānodod pušu pašu klientiem, tas ir, patērētājiem. Piemērā ar zemākām pirkšanas izmaksām, nodošana var notikt, samazinot cenas pārdošanas tirgū vai tirgos.
347. Parasti uzņēmumiem ir stimuls vismaz daļu no mainīgo izmaksu samazinājuma nodot saviem klientiem. Lielāka peļņas norma, kas izriet no mainīgo izmaksu samazinājuma, sniedz uzņēmumiem būtisku komerciālu stimulu palielināt izlaidi, samazinot cenas. Tomēr kopīga pirkuma vienošanās dalībnieki, kuriem kopā ir ievērojama tirgus vara pārdošanas tirgū vai tirgos, var būt mazāk ieinteresēti nodot mainīgo izmaksu samazinājumus patērētājiem. Turklāt ir maz ticams, ka tikai pastāvīgo izmaksu samazinājumi (piemēram, piegādātāju vienreizējie maksājumi) tiks nodoti patērētājiem, jo tie parasti nesniedz uzņēmumiem stimulu paplašināt izlaidi. Tādēļ ir nepieciešams rūpīgs konkrētās kopīga pirkuma vienošanās novērtējums, lai izvērtētu, vai tā rada ekonomisku stimulu izlaides palielināšanai un tādējādi nodod izmaksu samazinājumu vai efektivitāti¹⁸⁵. Visbeidzot, zemākas pārdošanas cenas patērētājiem ir īpaši maz ticamas, ja kopīga pirkuma vienošanās ierobežo (vai neveicina) tās dalībnieku spēju neatkarīgi iegādāties papildu apjomus kopīga pirkuma vienošanās ietvaros vai ārpus tās. Faktiski kopīga pirkuma vienošanās, kas ierobežo tās dalībnieku iespējas neatkarīgi pasūtīt papildu apjomus, veicina pārdošanas cenu paaugstināšanu. Tā notiek tāpēc, ka kopīga izeresursu pirkšanas ierobežošana var arī ierobežot pārdošanas apjomu pārdošanas tirgū vai tirgos.

¹⁸⁵ Piemēram, lai gan atlaidei var būt līgumā noteikta vienreizēja maksājuma forma, tā faktiski var būt atkarīga no tā, vai pircējs sasniegs noteiktus paredzamos pārdošanas mērķrādītājus līdz brīdim, kad tiek vestas sarunas par līguma pārslēgšanu nākamajam gadam.

4.3.4. Konkurences nelikvidēšana

348. Atbilstība 101. panta 3. punkta kritērijiem nav panākama, ja pusēm ir dota iespēja likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu būtisku daļu. Šim novērtējumam jāaptver gan pirkšanas, gan pārdošanas tirgi.

4.4. Piemēri

349. Pircēju kartelis

1. piemērs

Situācija: daudz mazo uzņēmumu uzpērk lietotus mobilos tālruņus mazumtirdzniecības vietās, kur klienti tos nodod atpakaļ, iegādājoties jaunu mobilo tālruni. Šie uzpircēji pārdod lietotus mobilos tālruņus reciklēšanas uzņēmumiem, kas iegūst vērtīgas izejvielas, piemēram, zeltu, sudrabu un varu, lai tos izmantotu atkārtoti kā ilgtspējīgāku alternatīvu nerūpnieciskai ieguvei. Pieci reciklēšanas uzņēmumi, kas pārstāv 12 % no lietoto mobilo tālruņu pirkšanas tirgus, vienojas par kopēju maksimālo viena tālruņa pirkšanas cenu. Šie pieci reciklēšanas uzņēmumi arī informē cits citu par cenu pārrunām, kuras tie ved atsevišķi ar lietotu mobilo tālruņu uzpircējiem, par piedāvājumiem, ko uzpircēji tiem izteikuši, un par cenu, ko tie galu galā piekrīt maksāt uzpircējiem par tālruni.

Analīze: visi pieci reciklēšanas uzņēmumi ir pircēju kartēļa dalībnieki. Tie katrs atsevišķi risina sarunas un veic pirkumus no mobilo tālruņu uzpircējiem. Nepastāv kopīga pirkuma vienošanās, kuras ietvaros pircēji tiek kopīgi pārstāvēti sarunās ar uzpircējiem vai pirkumu veikšanā no tiem. Neatkarīgi no relatīvi mazās tirgus daļas, kāda reciklēšanas uzņēmumiem ir elektronisko atkritumu pirkšanas tirgū, nolīgums starp tiem ir kvalificējams kā konkurences ierobežošana mērķa dēļ, kuram nav nepieciešama nedz tirgus definēšana, nedz tā iespējamās ietekmes uz tirgu novērtēšana.

350. Eiropas mazumtirdzniecības alianses kopīga sarunu vešana

2. piemērs

Situācija: Eiropas mazumtirdzniecības alianse, kuras dalībnieki ir septiņas lielas mazumtirdzniecības ķēdes, katra no citas dalībvalsts, kopīgi vienojas ar lielu vairāku zīmolu konditorejas izstrādājumu ražotāju par dažiem papildu noteikumiem turpmākajam piegādes nolīgumam. Alianses tirgus daļa nepārsniedz 18 % katrā konkrētajā konditorejas izstrādājumu pirkšanas tirgū, un katram tās dalībniekam ir 15–20 % tirgus daļa attiecīgās dalībvalsts mazumtirdzniecības tirgos. Sarunas jo īpaši attiecas uz papildu atlaidi no ražotāja parastās cenrāža cenas apmaiņā pret konkrētiem reklāmas pakalpojumiem, kas aptver septiņas dalībvalstis, kurās alianses dalībnieki darbojas pārdošanas tirgū. Abas puses smagās sarunās vienojas, lai panāktu labāko iespējamo darījumu. Kādā brīdī sarunu laikā mazumtirdzniecības alianse draud un pēc tam nolemj uz laiku pārtraukt konkrētu produktu pasūtīšanu no ražotāja, lai palielinātu spiedienu. Kad sarunas ir nonākušas strupceļā, katrs alianses dalībnieks, īstenojot šo lēmumu, atsevišķi izlemj, kurus ražotāja produktus tas pārstāj pasūtīt. Galu galā pēc vēl vienas sarunu kārtas ražotājs un alianse vienojas par papildu atlaidi, kas attieksies uz turpmākajiem tās dalībnieku atsevišķajiem pirkumiem, un tie atsāk pasūtīt visu produktu klāstu no ražotāja.

Analīze: Eiropas mazumtirdzniecības alianse ir kvalificējama kā kopīga pirkuma vienošanās pat tad, ja tā kopīgi savu dalībnieku vārdā ar ražotāju apspriež tikai dažus

noteikumus, pamatojoties uz kuriem tie atsevišķi pērk nepieciešamos daudzumus. Valsts mēroga mazumtirdzniecības ķēdes, kas ir alianses dalībnieces, nedarbojas vienos un tajos pašos pārdošanas tirgos. Tāpēc pastāv mazāka iespēja, ka kopīga pirkuma vienošanās radīs konkurenci ierobežojošas sekas lejupējos tirgos tiktāl, ciktāl tās dalībnieki saskaras ar pietiekamu konkurences spiedienu no konkurējošo mazumtirgotāju puses. Jebkura negatīva ietekme uz konkurenci starp ražotājiem augšupējā tirgū pirms papildu atlaides (piemēram, attiecībā uz piegādātāju veiktu inovāciju) jāizvērtē, ņemot vērā kopīga pirkuma vienošanās vispārējo ietekmi. Šķiet, ka īslaicīga pasūtījumu pārtraukšana īstermiņā nekaitē patērētājiem, ja pastāv citi konkurējoši mazumtirgotāji, no kuriem tie var pirkt tos pašus produktus vai aizstājamos produktus, un var sniegt labumu patērētājiem ilgtermiņā zemāku cenu dēļ.

351. Kopīgus pirkumus veic mazi uzņēmumi ar viduvējām kopējām tirgus daļām.

3. piemērs

Situācija: 150 mazie mazumtirgotāji noslēdz kopīga pirkuma vienošanos. Vienošanās ietvaros tiem jānopērk minimālais apjoms, kas veido aptuveni 50 % no katra mazumtirgotāja kopējām izmaksām. Vienošanās ietvaros mazumtirgotāji var nopirkt vairāk par minimālo apjomu, kā arī tie var veikt pirkumus ārpus sadarbības. To kopējā tirgus daļa ir 23 % gan pirkšanas, gan pārdošanas tirgos. Uzņēmums “A” un uzņēmums “B” ir divi lieli kopīga pirkuma vienošanās dalībnieku konkurenti. Uzņēmumam “A” pieder 25 % tirgus daļa gan pirkšanas, gan pārdošanas tirgū, uzņēmumam “B” — 35 %. Nav šķēršļu, kas liegtu arī pārējiem mazākajiem konkurentiem izveidot kopīga pirkuma vienošanos. 150 mazumtirgotāji panāk ievērojamus izmaksu ietaupījumus, veicot kopīgus pirkumus ar kopīga pirkuma vienošanās starpniecību.

Analīze: mazumtirgotājiem pirkšanas un pārdošanas tirgos ir viduvējs stāvoklis. Turklāt sadarbība rada zināmus apjomradītus ietaupījumus. Lai gan mazumtirgotāji panāk izmaksu kopīgumu augstā pakāpē, ir maz ticams, ka tiem būs tirgus vara pārdošanas tirgū uzņēmumu “A” un “B” klātbūtnes dēļ, kuri abi atsevišķi ir lielāki nekā kopīga pirkuma vienošanās dalībnieki. Līdz ar to mazumtirgotāji, visticamāk, nesaskaņos savu rīcību un nepanāks aizliegtu vienošanos. Tāpēc arī ir maz ticams, ka kopīga pirkuma vienošanās izveide radīs konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē.

352. Izmaksu kopīgums un tirgus vara pārdošanas tirgū

4. piemērs

Situācija: divas lielveikalu ķēdes noslēdz nolīgumu, lai kopīgi pirktu produktus, kas veido aptuveni 80 % no to mainīgajām izmaksām. Konkrētajos dažādu kategoriju produktu pirkšanas tirgos pusēm ir kopējās tirgus daļas 25–40 % apmērā. Konkrētajā pārdošanas tirgū to kopējā tirgus daļa ir 60 %, un ir vēl četri citi nozīmīgi mazumtirgotāji ar 10 % tirgus daļu. Ienākšana tirgū ir maz ticama.

Analīze: visticamāk, ka šāds pirkuma nolīgums dotu pusēm iespēju koordinēt to rīcību pārdošanas tirgū, tādējādi radot aizliegtu vienošanos. Pusēm ir tirgus vara pārdošanas tirgū, ņemot vērā, ka šajā tirgū ir daži daudz mazāki konkurenti, un pirkuma nolīgums nodrošina izmaksām ievērojamu kopīgumu. Turklāt ienākšana tirgū ir maz ticama. Pušu stimulēšana saskaņot rīcību tiktu nostiprināta, ja to izmaksu struktūras būtu līdzīgas jau pirms nolīguma noslēgšanas. Turklāt līdzīgas pušu peļņas

normas vēl vairāk palielinātu aizliegtas vienošanās risku. Šāds nolīgums arī rada risku, ka, pusēm aizturot pieprasījumu un līdz ar to samazināta apjoma rezultātā lejupējās pārdošanas cenas pieaugs. Tādējādi pirkuma nolīgums var radīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Lai gan ļoti iespējams, ka nolīgums radīs efektivitātes pieaugumu izmaksu ietaupījumu veidā, jo pusēm ir ievērojama tirgus vara pārdošanas tirgū, tas, visticamāk, netiks nodots patērētājiem tādā apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošas sekas. Tāpēc maz ticams, ka pirkuma nolīgums atbilstīs 101. panta 3. punkta kritērijiem.

353. Personas, kas darbojas dažādos ģeogrāfiskos tirgos

5. piemērs

Situācija: seši lieli mazumtirgotāji, no kuriem katrs atrodas citā dalībvalstī, veido kopīga pirkuma vienošanos, lai kopīgi iegādātos vairākus zīmolu ražotus cieto kviešu miltu produktus. Puses drīkst pirkt citus līdzīgu zīmolu produktus ārpus sadarbības. Turklāt pieci no tiem piedāvā arī līdzīgus privātu zīmolu produktus. Kopīga pirkuma vienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa ir aptuveni 22 % konkrētajā pirkšanas tirgū Savienības mērogā. Pirkšanas tirgū ir vēl trīs līdzīga izmēra lielie pircēji. Katrai no kopīga pirkuma vienošanās pusēm ir 20–30 % tirgus daļa pārdošanas tirgos, kuros tās aktīvi darbojas un kuri ir valstu tirgi. Neviena no tiem nedarbojas dalībvalstī, kurā darbojas kāds cits grupas dalībnieks. Puses nav potenciāli jaunpienācēji cita citas tirgos.

Analīze: kopīga pirkuma vienošanās spēs konkurēt ar citiem esošajiem lielākajiem pircējiem pirkšanas tirgū. Pārdošanas tirgi ir daudz mazāki (apgrozījuma un ģeogrāfiskā tvēruma ziņā) nekā Savienības mēroga pirkšanas tirgus, un šajos tirgos dažiem vienošanās dalībniekiem var būt tirgus vara. Pat ja kopīga pirkuma vienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa pirkšanas tirgū ir lielāka par 15 %, puses, visticamāk, nesaskaņos savu rīcību un aizliegtā veidā nevienosies pārdošanas tirgos, jo tās nav ne faktiski, ne potenciāli konkurenti lejupējos tirgos. Puses arī, visticamāk, nodos tālāk šīs pazeminātās cenas, ciktāl tās saskaras ar ievērojamu konkurenci pārdošanas tirgos. Līdz ar to kopīga pirkuma vienošanās, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē.

354. Informācijas apmaiņa

6. piemērs

Situācija: trīs konkurējošie ražotāji — “A”, “B” un “C” — uztic neatkarīgas kopīga pirkuma vienošanās dalībniekiem pirkt produktu “Z”, kas ir starppatēriņa produkts, ko šīs trīs puses izmanto galaprodukta “X” ražošanai. “Z” izmaksas nav nozīmīgs izmaksu faktors produkta “X” ražošanai. Kopīga pirkuma vienošanās dalībnieki nekonkurē ar pusēm “X” pārdošanas tirgū. Visa pirkumiem nepieciešamā informācija (piemēram, kvalitātes specifikācijas, daudzumi, piegādes datumi, maksimālās pirkšanas cenas) tiek izpausta tikai kopīga pirkuma vienošanās dalībniekiem, bet ne pārējām pusēm. Kopīga pirkuma vienošanās dalībnieki vienojas par pirkšanas cenām ar piegādātājiem. “A”, “B” un “C” kopējā tirgus daļa ir 30 % ikvienā pirkšanas un pārdošanas tirgū. Pirkšanas un pārdošanas tirgos tiem ir seši konkurenti, no kuriem divu konkurentu tirgus daļa ir 20 %.

Analīze: tā kā starp pusēm nenotiek tieša informācijas apmaiņa, pirkumiem nepieciešamās informācijas nodošana, izmantojot kopīga pirkuma vienošanos, visticamāk, neradīs aizliegtu vienošanos. Līdz ar to maz ticams, ka informācijas apmaiņa radīs konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē.

5. KOMERCIALIZĀCIJAS NOLĪGUMI

5.1. Ievads

355. Komercializācijas nolīgumi ietver sadarbību starp konkurentiem, tiem pārdodot, izplatot vai reklamējot to aizstājējproduktus. Šāda veida nolīgumiem var būt ļoti dažāds tvērums atkarībā no komercializācijas funkcijām, uz kurām attiecas sadarbība. Vienā spektra galā kopīgas pārdošanas nolīgumu rezultātā var tikt kopīgi noteikti visi komerciālie aspekti, kas saistīti ar produkta pārdošanu, tostarp cena. No otras puses, ir ierobežotāki nolīgumi, kas attiecas tikai uz vienu konkrētu komercializācijas funkciju, piemēram, izplatīšanu, pēcpārdošanas pakalpojumiem vai reklāmu.
356. Svarīga šo ierobežotāko nolīgumu kategorija ir izplatīšanas nolīgumi. VNGAR un Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā parasti attiecas uz izplatīšanas nolīgumiem, ja vien nolīguma puses nav faktiski vai potenciāli konkurenti. Ja konkurenti vienojas izplatīt savus aizstājējproduktus (jo īpaši, ja tie to dara dažādos ģeogrāfiskos tirgos), dažos gadījumos pastāv risks, ka nolīgumu mērķis vai sekas ir tirgu sadalīšana starp pusēm vai ka šādi nolīgumi noved pie aizliegtas vienošanās. Tas var attiekties gan uz savstarpējiem, gan nesavstarpējiem nolīgumiem konkurentu vidū, kas tādējādi attiecīgi jāizvērtē, pirmkārt, saskaņā ar šajā nodaļā izklāstītajiem principiem. Ja šāda novērtējuma rezultātā tiek secināts, ka sadarbība starp konkurentiem izplatīšanas jomā principā būtu pieņemama, būs nepieciešams turpmāks novērtējums, lai pārbaudītu minētajos nolīgumos ietvertos vertikālos ierobežojumus. Otrajam novērtējuma posmam būtu jābalstās uz principiem, kas izklāstīti Pamatnostādnēs vertikālo ierobežojumu jomā.
357. Vienīgais izņēmums no iepriekšējā punktā minētā divpakāpju procesa ir nesavstarpēju izplatīšanas nolīgumu gadījumā konkurentu vidū, ja a) piegādātājs ir preču ražotājs, vairumtirgotājs vai importētājs un izplatītājs, bet pircējs ir izplatītājs, nevis konkurējošs uzņēmums ražošanas, vairumtirdzniecības vai importa līmenī, vai b) piegādātājs ir pakalpojumu sniedzējs vairākos tirdzniecības līmeņos, savukārt pircējs sniedz pakalpojumus mazumtirdzniecības līmenī un nav konkurējošs uzņēmums tirdzniecības līmenī, kurā tas pērk līgumpakalpojumus, uz kuriem attiecas VNGAR¹⁸⁶, bet neattiecas šīs pamatnostādnes. 48. punktā ir sniegti papildu norādījumi par vispārējo saistību starp šīm pamatnostādnēm ar VNGAR un Pamatnostādnēm vertikālo ierobežojumu jomā.
358. Vēl būtu jānošķir nolīgumi, kuros puses vienojas tikai par kopīgu komercializāciju, un nolīgumiem, kuros komercializācija ir saistīta ar cita veida augšupējo sadarbību, piemēram, kopīgu ražošanu vai kopīgu pirkumu. Analizējot komercializācijas nolīgumus, kas apvieno dažādus sadarbības posmus, jāveic novērtējums saskaņā ar 6. un 7. punktu.
359. Uz lauksaimniecības produktu komercializāciju attiecas īpaši noteikumi. 101. pants neattiecas i) uz lauksaimniecības produktu komercializāciju ar atzītu ražotāju organizāciju un ražotāju organizāciju apvienību¹⁸⁷ starpniecību un ii) uz noteiktiem komercializācijas nolīgumiem, kas neattiecas uz koppārdošanas cenām un ir noslēgti

¹⁸⁶ (...). pants Grupu atbrīvojuma regulā vertikālo ierobežojumu jomā.

¹⁸⁷ 152. panta 1.a punkts Eiropas Parlamenta un Padomes Regulā (ES) 1308/2013 (2013. gada 17. decembris), ar ko izveido lauksaimniecības produktu tirgu kopīgu organizāciju, kurā grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2021. gada 2. decembra Regulu (ES) 2021/2117.

starp lauksaimniekiem un to apvienībām¹⁸⁸, ievērojot īpašus nosacījumus, kas paredzēti šajos noteikumos. Turklāt ir spēkā īpaši noteikumi par svaigpiena komercializāciju¹⁸⁹.

5.2. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

5.2.1. Galvenās konkurences problēmas

360. Komercializācijas nolīgumi var izraisīt konkurences ierobežojumus vairākos veidos. Pirmkārt un acīmredzami, komercializācijas nolīgumi var novest pie cenu noteikšanas.
361. Otrkārt, komercializācijas nolīgumi var veicināt arī izlaides ierobežojumus, jo puses var lemt par tirgū laisto produktu apjomu, tādējādi ierobežojot piedāvājumu.
362. Treškārt, komercializācijas nolīgumi var kļūt par līdzekli pusēm, lai sadalītu tirgus, pasūtījumus vai klientus, piemēram, gadījumos, kad pušu ražotnes atrodas dažādos ģeogrāfiskos tirgos vai ja nolīgumi ir savstarpēji.
363. Visbeidzot, komercializācijas nolīgumi var izraisīt arī stratēģiskas informācijas apmaiņu saistībā ar aspektiem, kas ietilpst vai neietilpst sadarbības tvērumā, vai izmaksu kopīgumu, jo īpaši attiecībā uz nolīgumiem, kas neietver cenu noteikšanu, un rezultātā var rasties aizliegta vienošanās.

5.2.2. Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ

364. Pirmkārt, komercializācijas nolīgumi noved pie konkurences ierobežojuma mērķa dēļ, ja tie kalpo par līdzekli, lai iesaistītos slēptā kartelī. Katrā ziņā komercializācijas nolīgumi, kas ietver cenu noteikšanu, izlaides ierobežojumus vai tirgus sadalīšanu, var ierobežot konkurenci mērķa dēļ.
365. Cenu noteikšana ir viena no lielākajām konkurences problēmām, ko rada komercializācijas nolīgumi starp konkurentiem. Līgumi, kas attiecas tikai uz kopīgu pārdošanu, un vispārēji komercializācijas nolīgumi, kas ietver kopīgu cenu noteikšanu, parasti noved pie konkurējošo ražotāju vai pakalpojumu sniedzēju cenu politikas koordinēšanas. Šādi nolīgumi var ne tikai likvidēt cenu konkurenci starp pusēm aizstājējproduktu jomā, bet arī ierobežot produktu kopējo apjomu, kas pusēm jāpiegādā pasūtījumu sadales sistēmas ietvaros. Tādēļ šādi nolīgumi, visticamāk, ierobežos konkurenci mērķa dēļ.
366. Šis novērtējums nemainās, ja nolīgums ir neekskluzīvs (proti, ja puses var brīvi pārdot atsevišķi ārpus nolīguma darbība jomas), ja vien var secināt, ka nolīguma rezultātā tiks koordinētas cenas, ko puses iekasē no visiem vai daļas klientu.
367. Tāpat būtiskas konkurences problēmas, ko var radīt komercializācijas nolīgumi, ir arī izlaides ierobežojumi. Ja nolīguma puses kopīgi lemj par tirgojamo produktu daudzumu, var tikt samazināts nolīgumā paredzēto produktu piedāvājums, kas palielina to cenu. Jebkurai nolīguma pusei principā būtu patstāvīgi jāpieņem lēmums palielināt vai samazināt savu izlaidi, lai apmierinātu tirgus pieprasījumu. Izlaides ierobežojumu risks ir mazāk izteikts neekskluzīvu komercializācijas nolīgumu gadījumā, ja vien puses paliek brīvas un faktiski pieejamas, lai atsevišķi apkalpotu jebkādu papildu pieprasījumu, un ar nosacījumu, ka nolīgums nenovedīs pie pušu piegādes politikas koordinācijas.

¹⁸⁸ Tās pašas regulas 209. pants.

¹⁸⁹ Tās pašas regulas 149. pants.

368. Vēl viena īpaša konkurences problēma saistībā ar komercializācijas nolīgumiem starp pusēm, kas darbojas dažādos ģeogrāfiskos tirgos vai attiecībā uz dažādām klientu kategorijām, ir tas, ka tie var kalpot kā tirgus sadalīšanas instruments. Ja puses izmanto savstarpēju komercializācijas nolīgumu, lai izplatītu viena otras produktus un likvidētu faktisku vai potenciālu konkurenci starp tām, apzināti sadalot tirgus vai klientus, nolīgumam, visticamāk, būs konkurenci ierobežojošs mērķis. Ja nolīgums nav savstarpējs, tirgus sadalīšanas risks ir mazāk izteikts. Tomēr jāizvērtē, vai nesavstarpējs nolīgums veido pamatu savstarpējai norunai izvairīties no ienākšanas citai citās tirgos.

5.2.3. Konkurenci ierobežojošas sekas

369. Komercializācijas nolīgumam, kas nav ierobežojošs mērķa dēļ, joprojām var būt konkurenci ierobežojošas sekas, kas jāpārbauda saskaņā ar 37. punktā minētajiem elementiem. Īpaši attiecībā uz komercializācijas nolīgumu pret konkurenci vērstajām sekām var pievienot šādus precizējumus.

370. Lai novērtētu komercializācijas nolīguma iespējamās ierobežojošās sekas, jādefinē konkurences attiecības starp pusēm konkrētajā produktu un ģeogrāfiskajā tirgū vai tirgos, kurus tieši skar sadarbība (t. i., tirgū vai tirgos, uz kuriem attiecas nolīgumā ietvertie produkti). Komercializācijas nolīgumā parasti galvenais ietekmētais tirgus ir tas, kurā ar nolīguma starpniecību puses kopīgi komercializēs līgumā paredzētos produktus. Tomēr, tā kā komercializācijas nolīgums vienā tirgū var ietekmēt arī pušu ar konkurenci saistīto rīcību blakus esošos tirgos, kas ir cieši saistīti ar tirgu, uz kuru tieši attiecas sadarbība, jādefinē arī visi šādi blakus esošie tirgi. Blakus esošie tirgi var būt horizontāli vai vertikāli saistīti ar tirgu, kurā notiek sadarbība.

371. Gadījumos, kad tie nav ierobežojoši mērķa dēļ, komercializācijas nolīgumiem starp konkurentiem parasti būs konkurenci ierobežojošas sekas tikai tad, ja pusēm ir zināma tirgus varas pakāpe, kas jāizvērtē, ņemot vērā arī iespējamo kompensējošo pircēja varu. Šajā ziņā komercializācijas nolīgumos puses apvieno (daļu no) savas ar tirgu saistītās darbības tiešā saistībā ar saviem klientiem. Tāpēc kopīgas tirgus varas gadījumā parasti ir ievērojama varbūtība, ka puses spēj paaugstināt cenas vai samazināt izlaidi, produktu kvalitāti, produktu daudzveidību vai inovāciju. Tiešās attiecības ar klientiem paaugstina nolīguma pret konkurenci vērsto seku risku.

372. Komercializācijas nolīgums parasti nerada konkurences problēmas, ja ir objektīvi nepieciešams ļaut vienai pusei ienākt tirgū, kurā tā nebūtu varējusi ienākt atsevišķi vai ar mazāku pušu skaitu, nekā faktiski iesaistās sadarbībā, piemēram, saistīto izmaksu dēļ.

373. Galvenais jautājums, novērtējot savstarpēju komercializācijas nolīgumu, ir tas, vai attiecīgais līgums ir objektīvi nepieciešams, lai puses varētu ienākt cita citas tirgos. Ja tā ir, nolīgums nerada horizontālas konkurences problēmas. Tomēr, ja nolīgums samazina vienas puses neatkarību lēmumu pieņemšanā attiecībā uz ienākšanu otras puses tirgū vai tirgos, ierobežojot šīs puses stimulus to darīt, tas var radīt konkurenci ierobežojošas sekas. Tas pats pamatojums attiecas uz nesavstarpējiem nolīgumiem, kuriem konkurenci ierobežojošu seku risks tomēr ir mazāk izteikts.

5.2.3.1. Aizliegta vienošanās

374. Kopīgas komercializācijas nolīgums, kas neietver cenu noteikšanu, izlaides ierobežošanu vai tirgus sadalīšanu, arī var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, ja tas palielina pušu mainīgo izmaksu kopīgumu līdz līmenim, kas, iespējams, novestu pie aizliegtas vienošanās. Visticamāk, tas tā ir kopīgas komercializācijas nolīguma

gadījumā, ja pirms nolīguma pusēm jau ir kopīga liela daļa no to mainīgajām izmaksām. Šādā situācijā vēl lielāks kopīguma (tas ir, līgumā ietvertā produkta komercializācijas izmaksu) pieaugums var izjaukt līdzsvaru, nosveroties aizliegtas vienošanās virzienā. Un otrādi, ja pieaugums ir liels, aizliegtas vienošanās risks var būt augsts, pat ja sākotnējais izmaksu kopīguma līmenis ir zems.

375. Aizliegtas vienošanās iespējamība ir atkarīga no pušu tirgus varas un konkrētā tirgus iezīmēm. Izmaksu kopīgums var palielināt aizliegtas vienošanās risku tikai tad, ja pusēm ir tirgus vara un ja komercializācijas izmaksas veido lielu daļu no mainīgajām izmaksām, kas saistītas ar attiecīgajiem produktiem. Tas, piemēram, neattiecas uz viendabīgiem produktiem, kuru augstākais izmaksu faktors ir ražošana. Komercializācijas izmaksu kopīgums palielina aizliegtas vienošanās risku, ja komercializācijas nolīgums attiecas uz produktiem, kuru komercializācija ir dārga, piemēram, rada augstas izplatīšanas vai tirgvedības izmaksas. Līdz ar to arī nolīgumi, kas attiecas tikai uz kopīgu reklāmu vai kopīgu veicināšanu, var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, ja attiecīgās izmaksas veido nozīmīgu izmaksu faktoru.
376. Kopīga komercializācija parasti ietver sensitīvas komerciālas informācijas apmaiņu, jo īpaši par tirgvedības stratēģiju un cenām. Lai īstenotu lielāko daļu komercializācijas nolīgumu, ir nepieciešama zināma informācijas apmaiņa. Tādēļ jāpārbauda, vai informācijas apmaiņa var radīt aizliegtu vienošanos attiecībā uz pušu darbībām sadarbības ietvaros un ārpus tās. Jebkuras negatīvas sekas, kas izriet no informācijas apmaiņas, tiks izvērtētas nevis atsevišķi, bet gan ņemot vērā nolīguma vispārējo ietekmi.
377. Katrā ziņā informācijas apmaiņas iespējamās konkurenci ierobežojošās sekas komercializācijas nolīgumu kontekstā būs atkarīgas no tirgus iezīmēm un kopīgotajiem datiem, un tās jāizvērtē, ņemot vērā 6. nodaļā sniegtos vispārīgos norādījumus.

5.2.3.2. Sadarbība, kas parasti nerada bažas

378. Kā jau minēts iepriekš 367. punktā, komercializācijas nolīgumiem starp konkurentiem parasti var būt konkurenci ierobežojošas sekas, ja pusēm ir zināma tirgus varas pakāpe. Lielākoties ir maz ticams, ka pastāv tirgus vara, ja nolīguma pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 15 % tirgū, kurā tās kopīgi komercializē nolīgumā paredzētos produktus. Katrā ziņā, ja pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 15 %, visticamāk, 101. panta 3. punkta nosacījumi ir izpildīti.
379. Ja pušu kopējā tirgus daļa ir lielāka par 15 %, tad nevar pieņemt, ka to nolīgums neradīs ierobežojošas sekas, un līdz ar to jāizvērtē kopīgas komercializācijas nolīguma iespējamā ietekme uz tirgu.

5.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

5.3.1. Efektivitātes pieaugums

380. Komercializācijas nolīgumi var ievērojami palielināt efektivitātes pieaugumu. Efektivitāte, kas jāņem vērā, novērtējot, vai komercializācijas nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem, būs atkarīga no darbības veida un sadarbības pusēm. Cenu noteikšana parasti nav pamatota, ja vien tā nav obligāti vajadzīga citu tirgvedības funkciju integrācijai un ja vien šī integrācija neradīs ievērojamu efektivitāti. Kopīga izplatīšana var radīt ievērojamu efektivitāti, kas izriet no apjomradītiem ietaupījumiem, jo īpaši mazākiem ražotājiem vai neatkarīgu mazumtirgotāju grupām, piemēram, ja tās izmanto jaunas izplatīšanas platformas, lai konkurētu ar globāliem vai lielākajiem operatoriem. Kopīga izplatīšana jo īpaši var

būt svarīga vides mērķu sasniegšanai, ja tie ir konkrēti, kvantitatīvi nosakāmi un dokumentēti. Komercializācijas nolīgumi var arī veicināt noturīgu iekšējo tirgu un radīt efektivitāti, kas sniedz labumu patērētājiem, samazinot atkarību un/vai mazinot deficītu un traucējumus piegādes ķēdēs.

381. Turklāt efektivitātes pieaugums nedrīkst būt ietaupījums, ko rada tikai tādu izmaksu likvidēšana, kuras ir konkurences neatņemama sastāvdaļa, — tam jārodas no saimniecisko darbību integrācijas. Transporta izmaksu samazinājums, kas ir tikai klientu sadalīšanas rezultāts bez loģistikas sistēmas integrācijas, tāpēc nevar tikt uzskatīts par efektivitātes pieaugumu 101. panta 3. punkta nozīmē.
382. Nolīguma pusēm jāpierāda efektivitātes pieaugums. Šajā ziņā svarīgs elements būtu pušu ieguldījums ievērojama kapitāla, tehnoloģiju vai citu aktīvu veidā. Var pieņemt arī izmaksu ietaupījumus, samazinot resursu un iekārtu dublēšanos. Tomēr, ja kopīga komercializācija apzīmē tikai pārdošanas aģentūru bez investīcijām, maz ticams, ka tā atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

5.3.2. *Obligāta vajadzība*

383. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu komercializācijas nolīguma radītu efektivitātes pieaugumu, neatbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem. Obligātās vajadzības jautājums ir īpaši svarīgs tiem nolīgumiem, kas ietver cenu noteikšanu vai tirgus sadalīšanu, ko var uzskatīt par obligāti vajadzīgu tikai izņēmuma gadījumos.

5.3.3. *Nodošana patērētājiem*

384. Obligāti vajadzīgu ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz komercializācijas nolīguma radītās konkurenci ierobežojošās sekas. Tas var izpausties kā zemākas cenas vai arī labāka produktu kvalitāte vai daudzveidība. Tomēr, jo lielāka ir pušu tirgus vara, jo mazāka iespējamība, ka efektivitātes pieaugums tiks nodots patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošās sekas. Ja pušu kopējā tirgus daļa ir mazāka par 15 %, ir iespējams, ka jebkāds pierādīts nolīguma radītais efektivitātes pieaugums tiks pietiekamā apjomā nodots patērētājiem.

5.3.4. *Konkurences nelikvidēšana*

385. Atbilstība 101. panta 3. punkta kritērijiem nav iespējama, ja pusēm ir dota iespēja likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu būtisku daļu. Tas jāanalizē konkrētajā tirgū, kurā ietilpst sadarbības aptvertie produkti, un iespējamajos sekundārajos tirgos.

5.4. **Solišanas konsorcijs**

386. Termins “solišanas konsorcijs” attiecas uz situāciju, kad divas vai vairākas puses sadarbojas, lai iesniegtu kopīgu piedāvājumu publiskā vai privātā iepirkuma konkursā¹⁹⁰.

¹⁹⁰ Sadarbība izsolē var tikt īstenota, vai nu izmantojot apakšnolīguma slēgšanu, kad oficiālais pretendents attiecīga lēmuma gadījumā piekrīt ar vienu vai vairākām citām pusēm slēgt apakšlīgumu par daļu no darbības, vai ar konsorcijs starpniecību, kur visi konsorcijs partneri kopīgi piedalās konkursa procesā, parasti ar konkrētu tiesību subjektu, kas izveidots konkursa procesa nolūkiem. No publiskā iepirkuma viedokļa atšķirība starp apakšnolīgumu slēgšanu un konsorcijs ir tāda, ka pirmajā gadījumā galvenajam līgumslēdzējam var nebūt nekavējoties jāatklāj savu apakšuzņēmēju vārdi, savukārt konsorcijs ietvaros konsorcijs dalībnieku vārdi tiek nekavējoties paziņoti konkursa rīkotājam iestādei. No konkurences

387. Šajā iedaļā solīšanas konsorcijs jānošķir no manipulācijām ar piedāvājumiem (jeb aizliegtas pretendenta vienošanās), kas attiecas uz nelikumīgiem nolīgumiem starp ekonomikas dalībniekiem ar mērķi kropļot konkurenci piešķiršanas procedūrās. Manipulācijas ar piedāvājumiem ir viens no nopietnākajiem ierobežojumiem mērķa dēļ, un tās var izpausties dažādos veidos, piemēram, kā iepriekš saskaņots piedāvājumu saturs (jo īpaši cena) nolūkā ietekmēt procedūras iznākumu, kā atturēšanās no piedāvājuma iesniegšanas, kā tirgus sadalīšana pēc ģeogrāfiskiem apsvērumiem, līgumslēdzējas iestādes vai iepirkuma priekšmeta vai arī kā rotācijas shēmas vairākām procedūrām. Visu minēto darbību mērķis ir dot iespēju iepriekš izvēlētam pretendentam iegūt līguma slēgšanas tiesības, vienlaikus radot iespaidu, ka procedūrā notiek īsta konkurence¹⁹¹. No konkurences viedokļa manipulācijas ar piedāvājumiem ir karteļa veids, kas ietver manipulācijas ar konkursa procedūru, lai panāktu līguma slēgšanas tiesību piešķiršanu¹⁹².
388. Manipulācijas ar piedāvājumiem parasti neietver kopīgu dalību konkursa procesā. Parasti tā ir drīzāk slēpta vai klusa vienošanās starp potenciālajiem dalībniekiem saskaņot savus šķietamos individuālos lēmumus attiecībā uz dalību konkursa procesā. Tomēr dažos gadījumos atšķirība starp manipulācijām ar piedāvājumiem un likumīgiem kopīgu piedāvājumu veidiem nav skaidri pamanāma, jo īpaši apakšnolīgumu slēgšanas gadījumā. Piemēram, gadījumi, kad divi pretendenti slēdz savstarpēju apakšnolīgumu, var liecināt par aizliegtu vienošanos, jo šādi apakšnolīgumi parasti ļauj pusēm pārzināt vienai otras finanšu piedāvājumu, tādējādi ir pamats apšaubīt pušu neatkarību, kad tās izstrādā piedāvājumus. Tomēr nepastāv vispārēja prezumpcija, ka veiksmīgā pretendenta apakšnolīguma slēgšana ar citu pretendentu vienas un tās pašas procedūras ietvaros ir attiecīgo ekonomikas dalībnieku aizliegta vienošanās, un attiecīgās puses, iespējams, var pierādīt pretējo¹⁹³.
389. Solīšanas konsorcijs nolīgumos var būt noteikta ievērojama pušu resursu un darbību integrācijas pakāpe, jo īpaši, ja līgumā paredzētā darbība aptver kopīgas ražošanas veidus, lai piedalītos konkursa procedūrā. Situācijās, kad kopīga komercializācija ir tikai palīgdarbība pušu galvenajai integrācijai ražošanas procesā, nolīguma smagumcentrs ir koncentrēts ražošanas darbībā, un ietekmes uz konkurenci novērtējums jāveic saskaņā ar noteikumiem, kas piemērojami attiecīgajai sadarbībai, un tā ir uzskatāma par kopīgu ražošanu. Šādā gadījumā cenu noteikšana līguma produktiem vai pakalpojumiem parasti netiek uzskatīta par ierobežojumu mērķa dēļ un seku dēļ, un būs nepieciešams veikt ietekmes novērtējumu (sk. iepriekš 216. punktu par ražošanas nolīgumiem).
390. Tomēr principā konsorcijs nolīgumi, kas galvenokārt vai tikai ietver kopīgu komercializāciju, jāuzskata par komercializācijas nolīgumiem, un tāpēc tie jāizvērtē saskaņā ar šajā nodaļā izklāstītajiem principiem.

tiesību viedokļa gan apakšnolīgumi, gan konsorcijs veido kopīgu piedāvājumu. Šajā iedaļā vienkāršības labad tiks lietots termins "solīšanas konsorcijs".

¹⁹¹ Komisijas Paziņojums par līdzekļiem cīņai pret slepenām norunām publiskajā iepirkumā un par norādījumiem, kā piemērot ar tām saistīto izslēgšanas iemeslu (OV C 91, 18.3.2021., 1. lpp.)

¹⁹² 2021. gada 14. janvāra spriedums lietā *Kilpailu- ja kuluttajavirasto*, C-450/19, EU:C:2021:10, 35. punkts.

¹⁹³ Paziņojums par līdzekļiem cīņai pret slepenām norunām publiskajā iepirkumā un par norādījumiem, kā piemērot ar tām saistīto izslēgšanas iemeslu (OV C 91, 18.3.2021., 1. lpp.), 5.6. iedaļa.

391. Kopīgas solīšanas konsorcijs nolīgums neatkarīgi no tā juridiskās kvalifikācijas neierobežo konkurenci, ja tas ļauj iesaistītajiem uzņēmumiem piedalīties projektos, kuros tie nevarētu uzņemties atsevišķi. Tā kā konsorcijs nolīgumu puses tādējādi nav potenciāli konkurenti projekta īstenošanā, tas nav uzskatāms par konkurences ierobežojumu 101. panta 1. punkta nozīmē. Tas var attiekties uz uzņēmumiem, kuri sniedz dažādus pakalpojumus, kas ir savstarpēji papildinoši, lai piedalītos konkursā. Vēl tas var attiekties uz gadījumiem, kad iesaistītie uzņēmumi, lai gan visi darbojas vienos un tajos pašos tirgos, nevar izpildīt līgumu atsevišķi, piemēram, līguma apjoma vai sarežģītības dēļ.
392. Vērtējums par to, vai puses var piedalīties konkursā katra atsevišķi, tādējādi savstarpēji konkurējot, pirmkārt, ir atkarīgs no konkursa noteikumos ietvertajām prasībām. Tomēr tīri teorētiska varbūtība veikt līgumā paredzēto darbību atsevišķi vien automātiski nepadara puses par konkurentiem — jābūt reālistiskam novērtējumam par to, vai uzņēmums, ņemot vērā konkrētā gadījuma apstākļus, spēs pats izpildīt līgumu, piemēram, izvērtējot uzņēmuma lielumu un iespējas, kā arī tā pašreizējo un turpmāko jaudu attiecībā pret līguma prasību attīstības gaitu.
393. Gadījumos, kad ir izsludināts uzaicinājums iesniegt piedāvājumus, ja ir iespējams iesniegt piedāvājumus par līguma daļām, par konkurentiem ir uzskatāmi tādi uzņēmumi, kuri ir spējīgi iesniegt piedāvājumu par vienu vai vairākām daļām, bet, domājams, ne par visu konkursa aptverto līgumu. Līdzīgās situācijās sadarbība bieži vien tiek attaisnota ar to, ka sadarbība konsorcijs nolīguma ietvaros ļautu pusēm iesniegt piedāvājumu par visu līgumu un attiecīgi dotu iespēju piedāvāt kombinētu atlaidi visam līgumam. Tomēr tas nemaina faktu, ka principā puses ir konkurentes vismaz daļā no konkursa un iespējamā efektivitāte, kas panākta ar kopīgu piedāvājumu visam konkursa apjomam, jāizvērtē, pamatojoties uz 101. panta 3. punkta principiem.
394. Ja nav iespējams izslēgt, ka konsorcijs nolīguma puses konkursā varētu konkurēt katra atsevišķi (vai ja konsorcijs nolīgumā ir vairāk pušu nekā nepieciešams), kopīgais piedāvājums var ierobežot konkurenci. Ierobežojums var būt mērķa dēļ vai seku dēļ atkarībā no nolīguma satura un konkrētajiem gadījuma apstākļiem (sk. iepriekš 360.–375. punktu).
395. Katrā ziņā konsorcijs nolīgums starp konkurentiem var atbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem. Parasti būs nepieciešams īpašs un konkrēts novērtējums, pamatojoties uz dažādiem elementiem, piemēram, pušu stāvokli konkrētajā tirgū, pārējo konkursa dalībnieku skaitu un stāvokli tirgū, konsorcijs nolīguma saturu, ietvertajiem produktiem vai pakalpojumiem un tirgus apstākļiem.
396. Efektivitātes ziņā tas var izpausties kā zemākas cenas, bet arī kā labāka kvalitāte, plašāka izvēle vai ātrāka to produktu vai pakalpojumu realizācija, uz kuriem attiecas uzaicinājums iesniegt piedāvājumus. Turklāt šādam nolīgumam jāatbilst visiem pārējiem 101. panta 3. punkta kritērijiem (obligāta vajadzība, nodošana patērētājiem un konkurences likvidēšana). Konkursa procedūrās šie kritēriji bieži vien ir savstarpēji saistīti — efektivitātes pieaugumu, kas tiek panākts ar kopīgu piedāvājumu konsorcijs nolīguma ietvaros, var vienkāršāk nodot patērētājiem zemāku cenu vai labākas piedāvājuma kvalitātes veidā, ja netiek likvidēta konkurence konkursa ietvaros un citi attiecīgie konkurenti piedalās solīšanas procedūrā.
397. Pēc būtības 101. panta 3. punkta kritēriji var tikt izpildīti, ja kopīga dalība konkursā ļauj pusēm iesniegt piedāvājumu, kas ir konkurētspējīgāks par piedāvājumiem, ko tās

būtu iesniegušas atsevišķi, cenu un/vai kvalitātes ziņā un ja patērētājiem un līgumslēdzējam nestie labumi pārsniedz konkurences ierobežojumus. Efektivitāte jānodod patērētājiem, un, lai nodrošinātu atbilstību 101. panta 3. punkta kritērijiem, nepietiks ar to, ka šāda efektivitāte dod labumu tikai kopīgas solīšanas konsorcijs noliģuma pusēm.

5.5. Piemēri

398. Kopīga komercializācija, kas nepieciešama, lai iekļūtu tirgū

1. piemērs

Situācija: četri uzņēmumi, kas sniedz veļas mazgāšanas pakalpojumus lielā pilsētā netālu no citas dalībvalsts robežas, katrs ar 3 % tirgus daļu kopējā veļas mazgāšanas tirgū šajā pilsētā, vienojas izveidot kopīgu tirgvedības atzaru veļas mazgāšanas pakalpojumu pārdošanai institucionāliem klientiem (tas ir, viesnīcām, slimnīcām un birojiem), vienlaikus saglabājot neatkarību un brīvību konkurēt par vietējiem, atsevišķiem klientiem. Ņemot vērā jauno pieprasījuma segmentu (institucionālie klienti), tie izveido kopīgu zīmola nosaukumu, nosaka vienotu cenu un vienotus standarta noteikumus, arī maksimālo 24 stundu periodu līdz piegādei, kā arī piegādes grafikus. Uzņēmumi izveido kopīgu zvanu centru, kurā institucionālie klienti var pieprasīt savākšanas un/vai piegādes pakalpojumu. Tie algo administratoru (zvanu centru) un vairākus šoferus. Uzņēmumi papildus investē piegādei paredzētos furgonos un zīmola popularizēšanā, lai uzlabotu tā atpazīstamību. Noliģums pilnībā nesamazina to individuālās infrastruktūras izmaksas (jo tie saglabā savas telpas un joprojām savstarpēji konkurē attiecībā uz atsevišķiem vietējiem klientiem), taču tas tiem palielina apjomradītos ietaupījumus un ļauj piedāvāt visaptverošākus pakalpojumus citu veidu klientiem, kas ietver garāku darba laiku un piegādi plašākā ģeogrāfiskā mērogā. Lai nodrošinātu projekta dzīvotspēju, ir obligāti vajadzīgs, lai noliģumu noslēgtu visi četri uzņēmumi. Tirgus ir ļoti sadrumstalots, un neviena individuāla konkurenta tirgus daļa nepārsniedz 15 %.

Analīze: lai gan pušu kopīgā tirgus daļa ir mazāka par 15 %, tas, ka noliģums ietver cenu noteikšanu, nozīmē, ka uz to varētu attiekties 101. panta 1. punkts. Tomēr, ciktāl puses nebūtu varējušas ienākt tirgū, kas sniedz veļas mazgāšanas pakalpojumus institucionāliem klientiem, vai nu atsevišķi, vai sadarbībā ar mazāku pušu skaitu nekā četras, kuras ir pašlaik iesaistītas noliģumā, šāds noliģums neradītu konkurences problēmas neatkarīgi no cenu noteikšanas ierobežojuma, ko šajā gadījumā var uzskatīt par obligāti vajadzīgu kopīgā zīmola popularizēšanai un projekta panākumiem.

399. Komercializācijas noliģums, ko noslēdz vairāk pušu, nekā nepieciešams, lai iekļūtu tirgū

2. piemērs

Situācija: figurē tie paši fakti, kas izklāstīti 398. punkta 1. piemērā, bet ar vienu būtisku atšķirību: lai nodrošinātu projekta dzīvotspēju, noliģumu varēja īstenot tikai trīs no pusēm (nevis četras, kas faktiski iesaistās sadarbībā).

Analīze: lai gan pušu kopīgā tirgus daļa ir mazāka par 15 %, fakts, ka noliģums ietver cenu noteikšanu un to varēja īstenot mazāk nekā četras puses, nozīmē, ka ir piemērojams 101. panta 1. punkts. Tādējādi noliģums jāizvērtē saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Noliģums rada efektivitātes pieaugumu, jo puses tagad var piedāvāt uzlabotus pakalpojumus jaunai klientu kategorijai plašākā mērogā (kurus citādi tās

nebūtu varējušas apkalpot atsevišķi). Ņemot vērā pušu kopējo tirgus daļu, kas ir mazāka par 15 %, ir iespējams, ka tās pietiekamā apjomā nodos ikvienu efektivitātes pieaugumu patērētājiem. Turklāt jāņem vērā, vai nolīgumā noteiktie ierobežojumi ir obligāti vajadzīgi efektivitātes panākšanai un vai nolīgums likvidē konkurenci. Tā kā līguma mērķis ir sniegt visaptverošāku pakalpojumu (tostarp piegādi, kas iepriekš netika piedāvāta) klientu papildu kategorijai viena zīmola ietvaros ar vienotiem standarta noteikumiem, cenu noteikšanu var uzskatīt par obligāti vajadzīgu kopīgā zīmola popularizēšanai un līdz ar to arī projekta panākumiem un no tiem izrietošajai efektivitātei. Turklāt, ņemot vērā tirgus sadrumstalotību, nolīgums nelikvidēs konkurenci. Tas, ka nolīgums ietver četras puses (nevis trīs, kas būtu absolūti nepieciešamas), ļauj palielināt jaudu un veicina vairāku institucionālo klientu pieprasījuma vienlaicīgu apmierināšanu atbilstoši standarta noteikumiem (t. i., izpildot noteikumus par maksimālo piegādes termiņu). Tādējādi efektivitātes pieaugums, visticamāk, pārsniegs ierobežojošās sekas, ko rada konkurences samazināšanās starp pusēm, un nolīgums, visticamāk, atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

400. Kopīga interneta platforma (1)

3. piemērs

Situācija: vairāki nelieli specializēti veikali visā dalībvalstī pievienojas elektroniskai tīmekļa platformai, lai reklamētu, pārdotu un piegādātu augļu dāvanu grozus. Pastāv vairākas konkurējošas tīmekļa platformas. Izmantojot ikmēneša maksu, šie veikali sadala platformas darbības izmaksas un kopīgi investē zīmola popularizēšanā. Izmantojot tīmekļa vietni, kurā tiek piedāvāts plašs dažādu veidu dāvanu grozu klāsts, klienti pasūta (un apmaksā) tāda veida dāvanu grozu, kādu vēlas saņemt. Pēc tam pasūtījums tiek piešķirts specializētajam veikalam, kas atrodas vistuvāk piegādes adresei. Veikals individuāli sedz izmaksas par dāvanu groza izveidi un piegādi klientam. Šis veikals saņem 90 % no galīgās cenas, ko nosaka tīmekļa platforma un kas vienādi attiecas uz visiem iesaistītajiem specializētajiem veikaliem, savukārt atlikušie 10 % tiek izmantoti kopīgai popularizēšanai un tīmekļa platformas darbības izmaksu segšanai. Izņemot ikmēneša maksas samaksu, visā valsts teritorijā nav nekādu citu ierobežojumu specializētajiem veikaliem attiecībā uz pievienošanos platformai. Turklāt specializētie veikali, kuriem ir sava uzņēmuma tīmekļa vietne, arī var pārdot (un dažos gadījumos tā arī dara) augļu dāvanu grozus internetā ar savu nosaukumu un tādējādi joprojām var savstarpēji konkurēt ārpus sadarbības. Klientiem, kuri pērk, izmantojot tīmekļa platformu, tiek garantēta augļu grozu piegāde tajā pašā dienā, turklāt tie var izvēlēties ērtu piegādes laiku.

Analīze: lai gan nolīgumam ir ierobežots raksturs, jo tas attiecas tikai uz noteikta veida produktu kopīgu pārdošanu, izmantojot konkrētu tirgvedības kanālu (tīmekļa platformu), tā kā tas ietver cenu noteikšanu, tas, iespējams, ierobežos konkurenci mērķa dēļ. Tāpēc nolīgums jāizvērtē saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Nolīgums rada efektivitātes pieaugumu, piemēram, lielāku izvēli un augstākas kvalitātes pakalpojumu, kā arī meklēšanas izmaksu samazināšanos, kas dod labumu patērētājiem un, visticamāk, pārsniegs nolīguma radītās konkurenci ierobežojošās sekas. Ņemot vērā to, ka sadarbībā iesaistītie specializētie veikali joprojām spēj darboties atsevišķi un savstarpēji konkurēt gan ar savu veikalu, gan interneta starpniecību, cenu noteikšanas ierobežojumu varētu uzskatīt par obligāti vajadzīgu produkta popularizēšanai (jo, iegādājoties ar tīmekļa platformas starpniecību, patērētāji nezina, no kā pērk dāvanu grozu, un nevēlas saskarties ar daudzām

dažādām cenām) un no tā izrietošajam efektivitātes pieaugumam, kā arī ņemot vērā kopīgo tiešsaistes zīmolu radi. Ja nav citu ierobežojumu, nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem. Turklāt, tā kā pastāv citas konkurējošas tīmekļa platformas un puses turpina savstarpēji konkurēt, izmantojot savus veikalus vai internetu, konkurence netiks likvidēta.

401. Kopīga interneta platforma (2)

4. piemērs

Situācija: vairākas mazas neatkarīgas grāmatnīcas izveido elektronisku tīmekļa platformu, ar kuras starpniecību reklamēs, pārdos un piegādās to veikalos pieejamās grāmatas. Grāmatnīcas aptver ievērojamu reģionu, kas robežojas ar vairākām dalībvalstīm. Ikviens grāmatnīca maksā gada maksu, kas paredzēta platformas darbības un popularizēšanas izmaksu segšanai. Maksa tiek aprēķināta, pamatojoties uz fiksētu procentuālo daļu no katras grāmatnīcas gada pārdošanas apjoma platformā līdz maksimālajai summai. Par šo maksimālo summu vienojas ik gadu, un tā ir balstīta uz platformas darbības izmaksām, kas radušās iepriekšējā gadā. Sākotnējam 3 gadu periodam procentuālā daļa ir noteikta 10 % apmērā no gada pārdošanas apjoma, taču biedru vidū valda izpratne, ka, uzņēmējdarbībai attīstoties, tie, iespējams, varēs samazināt iemaksas. Grāmatnīcas vienojas ar piegādes uzņēmumu par tiešsaistē pasūtīto grāmatu piegādi tajā pašā dienā. Ņemot vērā projektā iesaistīto grāmatnīcu skaitu, piegādes uzņēmums var garantēt piegādi tajā pašā dienā. Šī piegādes pakalpojuma cena tiek saskaņota un ietver preču iepakojšanas izmaksas. Starp atsevišķajām grāmatnīcām nav vienošanās par to grāmatu tiešsaistes cenu, ko katra grāmatnīca paziņo tikai platformai, un starp grāmatnīcām netiek veikta informācijas apmaiņa par nākotnes cenām vai akcijām. Grāmatu cena tiešsaistē parasti ir tāda pati kā veikalā (un tiek norādīta papildu summa par pasta izdevumiem un iepakojšanu, kas saskaņota ar piegādes uzņēmumu). Ieeja platformā ir pieejama visiem neatkarīgajiem veikaliem, samaksājot gada maksu. Tajā pašā reģionā ir vairākas citas līdzīgas tīmekļa platformas, kas nodrošina līdzīgu pakalpojumu. Nevienai atsevišķai platformai vienā reģionā nav tirgus daļas, kas pārsniedz 15 %.

Analīze: tā kā līgums paredz cenas noteikšanu par pasūtījumu iepakojšanu un piegādi, kā arī maksu, kas balstīta uz procentuālo daļu no mazumtirdzniecības cenām, var tikt piemērots 101. panta 1. punkts. Puses sniedz pierādījumus, ka labumi no noslēgtā nolīguma, tostarp klauzula par piegādi tajā pašā dienā, nebūtu bijuši pieejami katrai grāmatnīcai atsevišķi. Turklāt nolīguma dēļ ir manāms grāmatu tirdzniecības pieaugums — gan internetā, gan veikalos. Šķiet skaidrs, ka šos labumus nebūtu bijis iespējams sasniegt bez nolīguma. Tā kā tajā pašā reģionā darbojas vairākas citas platformas ar līdzīgām tirgus daļām, konkurence netiek likvidēta un nolīgums nerada konkurences problēmas.

402. Pārdošanas kopuzņēmums

5. piemērs

Situācija: uzņēmumi “A” un “B”, kas atrodas divās dažādās dalībvalstīs, ražo velosipēdu riepas. To kopējā tirgus daļa Savienības mēroga velosipēdu riepu tirgū ir 14 %. Tie nolēmj izveidot (nepilnfunkciju) pārdošanas kopuzņēmumu, lai tirgotu riepas velosipēdu ražotājiem, un piekrīt pārdot visu savu produkciju ar kopuzņēmuma starpniecību. Katrai pusei saglabājas atsevišķa ražošanas un transporta infrastruktūra. Puses apgalvo, ka no nolīguma izriet ievērojams efektivitātes pieaugums. Šādi pieaugums galvenokārt ir saistīts ar palielinātiem

apjomradītiem ietaupījumiem, spēju apmierināt esošo un potenciālo jauno klientu prasības un labāk konkurēt ar riepām, kas importētas no trešo valstu ražotājiem. Kopuzņēmums vienojas par cenām un piešķir pasūtījumus tuvākajai ražotnei, lai racionalizētu transporta izmaksas, veicot klientam tālāku piegādi.

Analīze: lai gan pušu kopējā tirgus daļa ir mazāka par 15 %, uz nolīgumu attiecas 101. panta 1. punkts. Tas ierobežo konkurenci mērķa dēļ, jo ietver klientu sadalīšanu un cenu noteikšanu, ko veic kopuzņēmums. Apgalvoto efektivitāti, kas izriet no nolīguma, nerada saimniecisko darbību integrācija vai kopīgas investīcijas. Kopuzņēmumam būtu ļoti ierobežots tvērums, un tas kalpotu tikai kā saskarne pasūtījumu sadalīšanai starp ražotnēm. Tāpēc ir maz ticams, ka efektivitātes pieaugums tiktu nodots patērētājiem tādā apjomā, ka tas pārsniegtu nolīguma radītās konkurenci ierobežojošās sekas. Tādējādi 101. panta 3. punkta nosacījumi netiktu izpildīti.

403. Pret klientu aizvilināšanu vērsta klauzula nolīgumā par ārpakalpojumu izmantošanu

6. piemērs

Situācija: uzņēmumi “A” un “B” ir konkurējoši komercietpju uzkopšanas pakalpojumu sniedzēji. Abiem ir tirgus daļa 15 % apmērā. Ir vairāki citi konkurenti, kuru tirgus daļas ir no 10 % līdz 15 %. Uzņēmums “A” ir pieņēmis (vienpusēju) lēmumu turpmāk koncentrēties tikai uz lielajiem klientiem, jo izrādās, ka lielu un mazu klientu apkalpošanai ir nepieciešama nedaudz atšķirīga darba organizācija. Līdz ar to uzņēmums “A” ir nolēmis vairs neslēgt līgumus ar jauniem mazajiem klientiem. Turklāt uzņēmumi “A” un “B” noslēdz ārpakalpojumu nolīgumu, saskaņā ar kuru uzņēmums “B” tiešā veidā sniegtu uzkopšanas pakalpojumus uzņēmuma “A” esošajiem mazajiem klientiem (kas veido 1/3 no tā klientu bāzes). Tajā pašā laikā uzņēmums “A” nevēlas zaudēt attiecības ar minētajiem mazajiem klientiem. Tādējādi uzņēmums “A” turpinās saglabāt savas līgumattiecības ar mazajiem klientiem, bet tiešu uzkopšanas pakalpojumu sniegšanu veiks uzņēmums “B”. Lai īstenotu ārpakalpojumu nolīgumu, uzņēmumam “A” noteikti būs jāsniedz uzņēmumam “B” informācija par to uzņēmuma “A” mazo klientu identitāti, uz kuriem attiecas nolīgums. Tā kā uzņēmums “A” baidās, ka uzņēmums “B” varētu mēģināt aizvilināt šos klientus, piedāvājot lētākus tiešos pakalpojumus (tādējādi apejot uzņēmumu “A”), uzņēmums “A” uzstāj, ka ārpakalpojumu nolīgumā jāietver “pret klientu aizvilināšanu vērsta klauzula”. Saskaņā ar šo klauzulu uzņēmums “B” nedrīkst sazināties ar mazajiem klientiem, uz kuriem attiecas ārpakalpojumu nolīgumi, ar mērķi sniegt tiem tiešus pakalpojumus. Turklāt uzņēmumi “A” un “B” vienojas, ka uzņēmums “B” nedrīkst pat sniegt tiešus pakalpojumus šiem klientiem, ja tie vēršas pie uzņēmuma “B”. Bez “pret klientu aizvilināšanu vērsta klauzulas” uzņēmums “A” neslēgtu ārpakalpojumu nolīgumu ar uzņēmumu “B” vai kādu citu uzņēmumu.

Analīze: ārpakalpojumu nolīguma dēļ uzņēmums “B” vairs nav uzskatāms par neatkarīgu uzkopšanas pakalpojumu sniedzēju uzņēmuma “A” mazajiem klientiem, jotie vairs nevarēs veidot tiešas līgumattiecības ar uzņēmumu “B”. Tādēļ var tikt piemērots 101. panta 1. punkts. Tomēr šie klienti pārstāv tikai 1/3 no uzņēmuma “A” klientu bāzes, tas ir, 5 % no tirgus. Tie joprojām varēs vērsties pie uzņēmuma “A” un uzņēmuma “B” konkurentiem, kas pārstāv 70 % no tirgus. Tādējādi ārpakalpojumu nolīgums neļaus uzņēmumam “A” rentabli paaugstināt cenas, ko tas iekasē no klientiem, uz kuriem attiecas minētais ārpakalpojumu nolīgums. Turklāt ārpakalpojumu nolīgums, visticamāk, neradīs aizliegtu vienošanos, jo

uzņēmumu "A" un "B" kopējā tirgus daļa ir tikai 30 % un uzņēmumi saskaras ar vairākiem konkurentiem, kuru tirgus daļas ir līdzīgas uzņēmumu "A" un "B" individuālajām tirgus daļām. Turklāt fakts, ka lielo un mazo klientu apkalpošana ir nedaudz atšķirīga, līdz minimumam samazina risku, ka ārpakalpojumu nolīgums var plašāk ietekmēt uzņēmumu "A" un "B" rīcību, kad tie konkurē par lielajiem klientiem. Līdz ar to ārpakalpojumu nolīgums, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošas sekas, un tam var piemērot atbrīvojumu saskaņā ar 101. panta 3. punktu.

404. Plašsaziņas līdzekļu izplatīšanas platforma

7. piemērs

Situācija: televīzijas raidorganizācija "A" un televīzijas raidorganizācija "B", kuras abas galvenokārt darbojas bezmaksas televīzijas tirgū kādā dalībvalstī, izveido kopuzņēmumu, lai tajā pašā valsts tirgū izveidotu tiešsaistes pieprasījumuvideo platformu, kurā patērētāji var par maksu skatīties filmas vai seriālus, ko veido ikviena no minētajām raidorganizācijām vai trešās personas, kuras ir licencējušas attiecīgās audiovizuālās tiesības vienai no divām televīzijas raidorganizācijām. Televīzijas raidorganizācijas "A" grupai ir aptuveni 25 % tirgus daļa bezmaksas televīzijas tirgū, un televīzijas raidorganizācijas "B" tirgus daļa ir aptuveni 15 %. Ir vēl divi lieli tirgus dalībnieki, kuru tirgus daļas ir no 10 % līdz 15 %, un vairākas nelielas raidorganizācijas. Pieprasījumuvideo valsts tirgus, kurā galvenokārt darbosies kopuzņēmums, ir jauns tirgus, kurā kopumā ir gaidāms ievērojams izaugsmes potenciāls. Cenu par video skatīšanos centralizēti noteiks kopuzņēmums, kas arī koordinēs pieprasījumuvideo licenču iegādes cenas augšupējā tirgū.

Analīze: ņemot vērā raidorganizāciju lielumu valsts televīzijas tirgū un lielo audiovizuālo tiesību bibliotēku, gan raidorganizācija "A", gan raidorganizācija "B" varētu atsevišķi ieviest pieprasījumuvideo platformu. Tāpēc tās ir potenciālie konkurenti topošajā pieprasījumuvideo patēriņa tirgū. Turklāt nolīgums ietver cenu noteikšanu, līdz ar to tiek piemērots 101. panta 1. punkts. Konkurences ierobežojums šķiet būtisks, jo tiks likvidēta cenu konkurence starp abām raidorganizācijām. Turklāt tiks koordinētas arī pieprasījumuvideo licenču cenas. Šie konkurences ierobežojumi būs ievērojami, ņemot vērā iesaistīto uzņēmumu darbības un dimensiju. Attiecībā uz 101. panta 3. punkta piemērošanu šķiet, ka labumi, ko rada palielināts pieprasījumuvideo piedāvājumu klāsts un vienkāršota navigācija saturā, nepārsniedz negatīvo ietekmi uz konkurenci. Jo īpaši ierobežojumi nešķiet nepieciešami, lai sasniegtu minēto efektivitāti, jo to varētu panākt arī ar atvērtas platformas un tūri tehniskas sadarbības starpniecību. Visbeidzot, šķiet, ka nolīgums neatbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem.

405. Solīšanas konsorcijs

8. piemērs

Situācija: uzņēmumi "A" un "B" ir konkurējoši specializētu medicīnas produktu piegādātāji slimnīcām. Tie nolemj slēgt konsorcijs nolīgumu, lai iesniegtu kopīgus piedāvājumus vairākos konkursos, ko organizē dalībvalsts veselības aprūpes sistēma, lai valsts slimnīcām nodrošinātu no plazmas iegūtu zāļu komplektus. Līgumu slēgšanas tiesību piešķiršanas kritērijs ir saimnieciski visizdevīgākais piedāvājums, ņemot vērā cenas un kvalitātes līdzsvaru. Jo īpaši papildu punkti tiek piešķirti, ja piedāvājumā ir iekļauta virkne izvēles produktu. Gan uzņēmums "A", gan "B" varēja piedalīties konkursos katrs atsevišķi, pamatojoties uz konkursa noteikumos

paredzētajām prasībām. Faktiski gan uzņēmums “A”, gan “B” jau ir piedalījušies atsevišķi vienā no attiecīgajiem konkursiem, kurā līguma slēgšanas tiesības tika piešķirtas citam dalībniekam, jo abu uzņēmumu piedāvājumi bija neizdevīgāki cenas un kvalitātes ziņā, jo īpaši ierobežotā izvēles produktu piedāvājuma dēļ. Kopumā attiecīgās konkursa procedūrās ir vēl vismaz divi citi dalībnieki.

Analīze: tā kā uzņēmumi “A” un “B” varēja konkursos konkurēt katrs atsevišķi, ir piemērojams 101. panta 1. punkts, un kopīgā dalība var ierobežot konkurenci. Tāpēc nolīgums jāizvērtē saskaņā ar 101. panta 3. punktu. Saskaņā ar rezultātiem iepriekšējā konkursa procedūrā, kurā puses konkurēja atsevišķi, šķiet, ka kopīgs piedāvājums būtu konkurētspējīgāks par atsevišķiem piedāvājumiem cenu noteikšanas un piedāvāto produktu, jo īpaši izvēles produktu, klāsta ziņā. Konsorcijs nolīgums šķiet objektīvi nepieciešams, lai iesaistītās puses konkursa procedūrās iesniegtu patiesi konkurētspējīgus piedāvājumus salīdzinājumā ar pārējo dalībnieku iesniegtajiem piedāvājumiem. Konkurence konkursos netiek likvidēta, jo konkursa procedūrā piedalīsies vismaz divi citi attiecīgie konkurenti. Tas nozīmē, ka kopīgā piedāvājuma sniegtais efektivitātes pieaugums varētu nākt par labu līgumslēdzējam un, visbeidzot, patērētājiem. Tāpēc izskatās, ka nolīgums atbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem.

6. INFORMĀCIJAS APMAIŅA

6.1. Ievads

406. Šīs nodaļas mērķis ir sniegt norādījumus uzņēmumiem un apvienībām, kā veikt informācijas apmaiņas ietekmes uz konkurenci novērtējumu¹⁹⁴. Informācijas apmaiņa var izpausties dažādos veidos un var notikt dažādos kontekstos.
407. Informācijas apmaiņa šīs nodaļas vajadzībām ietver apmaiņu ar i) neapstrādātu un neorganizētu digitālo saturu, kas būs jāapstrādā, lai to padarītu noderīgu (neapstrādāti dati); ii) iepriekš apstrādātiem datiem, kas jau ir sagatavoti un apstiprināti; iii) datiem, ar kuriem ir veiktas manipulācijas, lai iegūtu jēgpilnu informāciju jebkādā formā, kā arī iv) ar jebkuru cita veida informāciju, tostarp informāciju, kas nav digitāla. Tā ietver fiziskas informācijas kopīgošanu un datu kopīgošanu starp faktiskiem vai potenciāliem konkurentiem¹⁹⁵. Šajā nodaļā termins “informācija” aptver visus iepriekš minētos datu un informācijas veidus.
408. Informācijas apmaiņa var notikt tiešā veidā starp konkurentiem (vienpusējas izpaušanas vai divpusējas vai daudzpusējas apmaiņas veidā) vai arī netieši ar trešās personas (piemēram, pakalpojumu sniedzēja, platformas, tiešsaistes rīka vai algoritma), kopīgas aģentūras (piemēram, tirdzniecības asociācijas), tirgus izpētes organizācijas vai ar piegādātāju vai mazumtirgotāju starpniecību. Šī nodaļa attiecas gan uz tiešajiem, gan netiešajiem informācijas apmaiņas veidiem.

¹⁹⁴ Ciktāl informācijas apmaiņa pilnībā vai daļēji ietver personas datus, šīs pamatnostādnes neskar Savienības tiesību aktus par datu aizsardzību, jo īpaši Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2016/679 (2016. gada 27. aprīlis) par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un šādu datu brīvu apriti un ar ko atceļ Direktīvu 95/46/EK (Vispārīgā datu aizsardzības regula) (OV L 119, 4.5.2016., 1. lpp.). Nevienu šo pamatnostādņu noteikumu nedrīkst piemērot vai interpretēt tā, lai mazinātu vai ierobežotu tiesības uz personas datu aizsardzību.

¹⁹⁵ Termins “datu kopīgošana” tiek lietots, lai aprakstītu visas iespējamās formas un modeļus, kas ir pamatā piekļuvei pie datiem un datu pārsūtīšanai starp uzņēmumiem. Tas ietver datu fondus, kuros datu turētāji sagrupējas, lai kopīgotu datu resursus.

409. Informācijas apmaiņa var būt daļa no cita veida horizontālās sadarbības nolīguma. Šāda horizontālās sadarbības nolīguma īstenošanai var būt nepieciešama komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa. Šādā gadījumā būs jāpārbauda, vai apmaiņa var radīt aizliegtu vienošanos attiecībā uz pušu darbībām sadarbības ietvaros un ārpus tās. Jebkura šādas apmaiņas izraisīta negatīva ietekme tiks izvērtēta nevis atsevišķi, bet gan horizontālās sadarbības nolīguma vispārējās ietekmes kontekstā. Ja informācijas apmaiņa nepārsniedz to, kas nepieciešams likumīgai sadarbībai starp konkurentiem, tad pat gadījumā, ja apmaiņai ir konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē, nolīgums drīzāk atbildīs 101. panta 3. punkta kritērijiem nekā tad, ja apmaiņa pārsniedz to, kas ir nepieciešams sadarbības nodrošināšanai. Ja informācijas apmaiņa pati par sevi ir galvenais sadarbības mērķis, apmaiņas novērtējums būtu jāveic saskaņā ar šajā nodaļā sniegtajiem norādījumiem.
410. Informācijas apmaiņa var būt arī daļa no iegādes procesa. Šādos gadījumos atkarībā no apstākļiem uz apmaiņu var attiekties Apvienošanās regulas¹⁹⁶ noteikumi. Līguma 101. pants joprojām attiecas uz jebkādu konkurenci ierobežojošu rīcību, kas nav tieši saistīta ar kontroles iegūšanu vai nepieciešama tās īstenošanai.
411. Informācijas apmaiņa var izrietēt arī no regulatīvām iniciatīvām. Pat ja uzņēmumus var rosināt vai uzlikt par pienākumu kopīgot noteiktu informāciju un datus, lai tie atbilstu Savienības vai valdības prasībām, uz to joprojām attiecas 101. panta 1. punkts. Praksē tas nozīmē, ka personas, uz kurām attiecas regulatīvās prasības, nedrīkst izmantot šīs prasības kā līdzekli 101. panta 1. punkta pārkāpumam. Tām būtu jāierobežo informācijas apmaiņas apjoms, kas vajadzīgs, pamatojoties uz piemērojamo regulu, un, iespējams, būs jāīsteno piesardzības pasākumi, ja notiek komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa.

ES regulā var, piemēram, paredzēt informācijas apmaiņu starp personām, uz kurām attiecas šī regula, lai novērstu vai samazinātu vajadzību pēc izmēģinājumiem ar dzīvniekiem un/vai samazinātu pētniecības izmaksas. Attiecībā uz šādu apmaiņu tiek piemērots 101. panta 1. punkts. Tāpēc uzņēmumi, kas piedalās regulā paredzētajā apmaiņā, nedrīkst sniegt komerciāli sensitīvu informāciju, kas atklāj to tirgus stratēģiju vai tehnisku informāciju, kura pārsniedz regulas prasības. Uzņēmumi var samazināt apmaiņas biežumu, lai padarītu informāciju mazāk komerciāli sensitīvu. Ja iespējams, būtu jāizmanto apkopota informācija vai noteikti diapazoni, lai novērstu apmaiņu ar atsevišķiem vai detalizētākiem skaitļiem. Uzņēmumi var apsvērt tāda neatkarīga trešās personas pakalpojumu sniedzēja ("pilnvarnieka") izmantošanu, kurš saņem individuālu informāciju no vairākiem avotiem, pamatojoties uz konfidencialitātes līgumiem, un pēc tam salīdzina, pārbauda un apkopo to apvienotā pārskatā, kas nedod iespēju izdarīt secinājumus par atsevišķiem skaitļiem.

6.2. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

6.2.1. Ievads

412. Informācijas apmaiņa ir daudzu konkurētspējīgu tirgu kopīga iezīme, un tā var radīt dažāda veida efektivitātes pieaugumu. Tas var atrisināt informācijas asimetrijas

¹⁹⁶ Regulas (EK) Nr. 139/2004 4. panta 1. punkts un 7. panta 1. punkts. Sk. arī 2021. gada 22. septembra spriedumu lietā *Altice Europe/Komisija*, T-425/18 (vēl nav publicēts), EU:T:2021:607, 239. punktu.

problēmas¹⁹⁷, tādējādi padarot tirgus efektīvākus. Pēdējos gados datu kopīgošana ir kļuvusi īpaši svarīga, kā arī būtiska uz informāciju balstītu lēmumu pieņemšanai, izmantojot lielo datu analīzi un mašīnmācīšanās metodes¹⁹⁸. Turklāt uzņēmumi var uzlabot savu iekšējo efektivitāti, veicot salīdzinošo novērtēšanu un savstarpēji salīdzinot ar labāko praksi. Informācijas apmaiņa var arī palīdzēt uzņēmumiem ietaupīt izmaksas, samazinot to krājumus, ļaujot patērētājiem ātrāk piegādāt produktus, kas ātri bojājas, vai risinot nestabila pieprasījuma u. c. jautājumus. Tāda paša veida vai papildinoša rakstura informācijas apmaiņa var ļaut uzņēmumiem izstrādāt jaunus vai labākus produktus vai pakalpojumus vai pielāgot algoritmus plašākā un jēgpilnākā veidā. Turklāt informācijas apmaiņa var sniegt tiešu labumu patērētājiem, samazinot viņu meklēšanas izmaksas un uzlabojot izvēli.

413. Kā norādīts 15. punktā, informācijas apmaiņas jautājumus var risināt saskaņā ar 101. panta 1. punktu tikai tad, ja tie nosaka visu nolīgumu, saskaņotu darbību vai uzņēmumu apvienības lēmumu vai ir daļa no tā/tās. Tāpat arī 15. punktā ir norādīts, ka saskaņotas darbības jēdziens papildus tam, ka iesaistītie uzņēmumi savstarpēji saskaņo savu darbību, ietver sekojošu rīcību tirgū un cēloņa un sekas attiecību starp šiem abiem elementiem¹⁹⁹. Ja komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa starp konkurentiem notiek, sagatavojot pret konkurenci vērstu nolīgumu, ar to pietiek, lai pierādītu saskaņotas darbības esību 101. panta 1. punkta nozīmē. Šajā sakarā nav jāpierāda, ka šie konkurenti formāli ir apņēmušies ievērot noteiktu rīcību vai ka konkurenti ir vienojušies par savu turpmāko rīcību tirgū²⁰⁰. Turklāt pastāv prezumcija, ka uzņēmumi, kas piedalās saskaņotās darbībās un turpina darboties tirgū, ņem vērā informāciju, ar kuru apmainās ar saviem konkurentiem, nosakot savu rīcību tirgū²⁰¹.
414. Galvenais konkurences princips ir tāds, ka ikviens uzņēmums patstāvīgi nosaka savu ekonomisko rīcību konkrētajā tirgū. Šis princips neliedz uzņēmumiem saprātīgi pielāgoties savu konkurentu esošajai vai paredzamajai rīcībai vai ierastajiem apstākļiem tirgū. Uzņēmumiem tomēr būtu jāizvairās no tādas informācijas apmaiņas, kuras mērķis vai sekas ir tādu konkurences apstākļu radīšana, kas neatbilst normāliem konkrētā tirgus nosacījumiem. Tas ir gadījumā, ja apmaiņa vai nu ietekmē faktiskā vai potenciālā konkurenta rīcību tirgū, vai arī šim konkurentam tiek atklāta rīcība, kuru cits konkurents ir nolēmis īstenot vai plāno pieņemt tirgū²⁰².
415. Šajā iedaļā vispirms ir izklāstītas divas galvenās konkurences problēmas saistībā ar informācijas apmaiņu (6.2.2. iedaļa). Pēc tam tiek sniegti papildu norādījumi par tās informācijas rakstura atbilstību, ar kuru apmainās, lai veiktu novērtējumu saskaņā ar

¹⁹⁷ Ekonomikas teorija par informācijas asimetriju ir vērsta uz lēmumu izpēti darījumos, kuros vienai pusei ir vairāk informācijas nekā otrai.

¹⁹⁸ Datu kopīgošana tiek veicināta arī ar Eiropas Datu stratēģijas starpniecību.

¹⁹⁹ Sk. 2016. gada 21. janvāra spriedumu lietā *Eturas* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 39. un 40. punktu; 2015. gada 19. marta spriedumu lietā *Dole Food* un *Dole Fresh Fruit Europe*/Komisija, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 126. punktu.

²⁰⁰ 2017. gada 26. janvāra spriedums lietā *Duravit* un citi/Komisija, C-609/13 P, EU:C:2017:46, 135. punkts.

²⁰¹ 2017. gada 10. novembra spriedums lietā *ICAP* un citi/Komisija, T-180/15, EU:T:2017:795, 57. punkts; 2009. gada 4. jūnija spriedums lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 51. punkts, un 2015. gada 19. marta spriedums lietā *Dole Food* un *Dole Fresh Fruit Europe*/Komisija, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 127. punkts.

²⁰² 2016. gada 21. janvāra spriedums lietā *Eturas* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 27. punkts, un 2009. gada 4. jūnija spriedums lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C: 2009:343, 32. un 33. punkts.

101. panta 1. punktu (6.2.3. iedaļa), un par pašas apmaiņas iezīmēm (6.2.4. iedaļa), kā arī par tirgus iezīmēm (6.2.5. iedaļa). Divas īpašas iedaļas attiecas uz konkurences ierobežojumiem mērķa dēļ (6.2.6. iedaļa) un seku dēļ (6.2.7. iedaļa).

6.2.2. Galvenās konkurences problēmas saistībā ar informācijas apmaiņu²⁰³

6.2.2.1. Aizliegta vienošanās

416. Mākslīgi palielinot pārredzamību starp konkurentiem tirgū, komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa var veicināt uzņēmumu ar konkurenci saistītās rīcības koordināciju un radīt konkurences ierobežojumus. Tas jo īpaši attiecas uz gadījumiem, kad apmaiņa ir citas pret konkurenci vērstas vienošanās pamatā²⁰⁴.
417. Komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa *pati par sevi* var ļaut uzņēmumiem panākt vienotu izpratni par koordinācijas noteikumiem, kas var izraisīt aizliegtu vienošanos tirgū. Apmaiņa var radīt abpusēji saskaņotas gaidas attiecībā uz tirgū pastāvošajām neskaidrībām. Pamatojoties uz to, uzņēmumi var panākt vienotu izpratni par to rīcību tirgū, pat ja nav skaidras vienošanās par koordināciju²⁰⁵.
418. Komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņu var izmantot arī kā metodi, lai palielinātu pret konkurenci vērsta nolīguma vai saskaņotas darbības *iekšējo stabilitāti* tirgū. Informācijas apmaiņa var padarīt tirgu pietiekami pārredzamu, lai ļautu aizliegtu vienošanos veidojošiem uzņēmumiem pietiekami pārraudzīt, vai citi uzņēmumi novirzās no aizliegtās vienošanās, un lai tie attiecīgi zinātu, kad rīkoties. Gan pašreizējo, gan pagātnes datu apmaiņa var kalpot kā šāds uzraudzības mehānisms. Tādējādi uzņēmumi var vai nu panākt aizliegtu vienošanos tirgos, kur tie citādi to nebūtu varējuši izdarīt, vai arī veicināt tirgū jau pastāvošās aizliegtās vienošanās stabilitāti.

Aizliegtas vienošanās risku tirgū var paaugstināt, piemēram, tas, ka konkurenti izmanto algoritmus²⁰⁶. Algoritmi var ļaut konkurentiem palielināt tirgus pārredzamību, noteikt cenu novirzes reāllaikā un padarīt sankciju mehānismus rezultatīvākus. No otras puses, lai būtu iespējama algoritmiska aizliegta vienošanās, papildus algoritmu specifiskajam dizainam ir nepieciešami daži strukturāli tirgus apstākļi, piemēram, augsts mijiedarbības biežums, ierobežota pircēja vara un viendabīgu produktu/pakalpojumu klātbūtne.

419. Visbeidzot, informācijas apmaiņu var izmantot arī par metodi, ar kuru palielināt pret konkurenci vērsta nolīguma vai saskaņotas darbības *ārējo stabilitāti* tirgū. Informācijas apmaiņa, kas padara tirgu pietiekami pārredzamu, var ļaut aizliegtu vienošanos noslēgušiem uzņēmumiem uzraudzīt, kur un kad citi uzņēmumi mēģina ienākt tirgū, un tādējādi ļaut uzņēmumiem, kas noslēguši aizliegtu vienošanos,

²⁰³ Termina “galvenās konkurences problēmas” izmantošana nozīmē, ka turpmākais konkurences problēmu apraksts nav ne ekskluzīvs, ne izsmeļošs.

²⁰⁴ 2017. gada 26. janvāra spriedums lietā *Duravit* un citi/Komisija, C-609/13 P, EU:C:2017:46, 134. punkts; 2004. gada 7. janvāra spriedums *Aalborg Portland* un citi/Komisija apvienotajās lietās C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P un C-219/00 P, EU:C:2004:6, 281. punkts.

²⁰⁵ Sk., piemēram, 2019. gada 7. novembra spriedumu lietā *Campine* un *Campine Recycling*/Komisija, T-240/17, EU:T:2019:778, 305. punktu.

²⁰⁶ Algoritmiska aizliegta vienošanās jānoskaidro no tā dēvētās “aizliegtas vienošanās pēc kodeksa”, kas attiecas uz konkurentu apzinātu kopīgu rīcības koordinācijas algoritmu piemērošanu. Aizliegta vienošanās pēc kodeksa parasti ir kartelis, un tāpēc tā ir uzskatāma par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ neatkarīgi no tirgus apstākļiem un informācijas, ar kuru apmainās.

vērsties pret jauno tirgus dalībnieku. Gan pašreizējās, gan pagātnes informācijas apmaiņa var radīt šādu uzraudzības mehānismu.

6.2.2.2. Ar konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves ierobežošana

420. Papildus tam, ka informācijas apmaiņa veicina aizliegtu vienošanos, informācijas apmaiņa var izraisīt arī ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu tajā pašā tirgū, kurā notiek apmaiņa, vai saistītā tirgū²⁰⁷.
421. Tirgus piekļuves ierobežošana tajā pašā tirgū var notikt, ja komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa konkurentiem, kas nepiedalās apmaiņā, rada ievērojami neizdevīgākus konkurences nosacījumus salīdzinājumā ar apmaiņas sistēmā iesaistītajiem uzņēmumiem. Šāda veida tirgus piekļuves ierobežošana ir iespējama, ja attiecīgajai informācijai ir stratēģiska nozīme un apmaiņa aptver būtisku konkrētā tirgus daļu. Tas, piemēram, var attiekties uz datu kopīgošanas iniciatīvām, kuru ietvaros kopīgotajiem datiem ir stratēģiska nozīme, tie aptver lielu tirgus daļu un trešām personām tiek liegta piekļuve²⁰⁸. Šādas iniciatīvas arī neveicina jaunu dalībnieku ienākšanu tirgū.
422. Nevar izslēgt, ka informācijas apmaiņa var izraisīt arī ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošānu trešām personām saistītā tirgū. Piemēram, vertikāli integrēti uzņēmumi, kas apmainās ar informāciju augšupējā tirgū, var iegūt tirgus varu un aizliegtā veidā vienoties, lai paaugstinātu cenu būtiskai sastāvdaļai lejupējā tirgū. Tādējādi tie varētu paaugstināt savu konkurentu izmaksas lejupējā tirgū, kas varētu izraisīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošānu šādā lejupējā tirgū. Turklāt uzņēmumi, kas izmanto nepārredzamus un diskriminējošus noteikumus par piekļuvi kopīgotai informācijai, var ierobežot trešo personu spēju noteikt potenciālo jaunu produktu tendences saistītajos tirgos.

6.2.3. Apmaiņā iesaistītās informācijas raksturs

6.2.3.1. Komerciāli sensitīva informācija

423. 101. panta 1. punkts tiek piemērots, ja komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa visdrīzāk ietekmētu konkurentu komerciālo stratēģiju. Tā notiek gadījumā, ja informācija pēc tās apmaiņas mazina nenoteiktību attiecībā uz viena vai vairāku konkurentu turpmāko vai neseno rīcību tirgū un neatkarīgi no tā, vai apmaiņā iesaistītie uzņēmumi gūst kādu labumu no to sadarbības. Tas bieži attiecas uz informāciju, ko uzņēmumam ir svarīgi aizsargāt, lai saglabātu vai uzlabotu tā konkurētspēju tirgū(-os). Piemēram, informācija par cenām ir komerciāli sensitīva, taču 101. panta 1. punkts ir piemērojams arī tad, ja apmaiņai nav tiešas ietekmes uz galalietotāju maksājamajām cenām²⁰⁹. Fakts, ka informācija, ar kuru apmainās, var būt nepareiza vai maldinoša, pats par sevi neizslēdz risku, ka tā var ietekmēt konkurentu rīcību tirgū²¹⁰.

²⁰⁷ Attiecībā uz bažām par tirgus piekļuves ierobežošanu, ko var izraisīt vertikāli nolīgumi, sk. Pamatnostādņu vertikālo ierobežojumu jomā (...). punktu.

²⁰⁸ 2006. gada 23. novembra spriedumā lietā *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 57. un 58. punktā uzsvērts, cik svarīgi ir analizēt pamatā esošo tirgus struktūru, lai noteiktu, vai var pastāvēt tirgus piekļuves ierobežošanas risks.

²⁰⁹ 2015. gada 19. marta spriedums lietā *Dole Food un Dole Fresh Fruit Europe/Komisija*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 123. punkts, un 2009. gada 4. jūnija spriedums lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 36. punkts.

²¹⁰ 2016. gada 15. decembra spriedums lietā *Philips un Philips France/Komisija*, T-762/14, EU:T:2016:738, 91. punkts.

424. Informācija, kura tika uzskatīta par īpaši komerciāli sensitīvu un kuras apmaiņa tika kvalificēta kā ierobežojums mērķa dēļ, ietver tālāk aprakstīto:

*apmaiņa ar konkurentiem par uzņēmuma cenu noteikšanu un šādas noteikšanas nodomiem*²¹¹;

*ar uzņēmuma pašreizējo un turpmāko ražošanas jaudu saistītas informācijas apmaiņa ar konkurentiem*²¹²;

*uzņēmuma iecerētās komerciālās stratēģijas apmaiņa ar konkurentiem*²¹³;

*uzņēmuma vienošanos informācijas apmaiņa ar konkurentiem saistībā ar pašreizējo un nākotnes pieprasījumu*²¹⁴;

*informācijas par uzņēmuma nākotnes pārdošanas darbībām apmaiņa ar konkurentiem*²¹⁵;

*informācijas par uzņēmuma pašreizējo stāvokli un darbījumdarbības stratēģijas apmaiņa ar konkurentiem*²¹⁶;

*informācijas apmaiņa ar konkurentiem par nākotnes produktu iezīmēm, kas ir aktuālas patērētājiem*²¹⁷;

*informācijas apmaiņa ar konkurentiem par pozīcijām tirgū un stratēģijām finanšu produktu izsolēs*²¹⁸.

6.2.3.2. Publiska informācija

425. “Patiesi publiska” informācija ir tāda informācija, kas parasti ir vienlīdz pieejama (piekļuves izmaksu ziņā) visiem konkurentiem un klientiem²¹⁹. Tā kā informācija ir publiski pieejama, tā, iespējams, ir zaudējusi savu komerciāli sensitīvo raksturu. Kopumā maz ticams, ka patiesi publiskas informācijas apmaiņa būtu 101. panta pārkāpums²²⁰. Fakts, ka informācija ir patiesi publiska, var samazināt aizliegtas

²¹¹ Sk., piemēram, 2020. gada 8. jūlija spriedumu lietā *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV (vēl nav publicēts), EU:T:2020:307, 96. punktu; 2016. gada 15. decembra spriedums lietā *Philips un Philips France*/Komisija, T-762/14, EU:T:2016:738, 134.–136. punktu. Informācijai nav jābūt tieši saistītai ar cenām. Apmaiņa ar informāciju, kas ir galalietotāja maksājamās cenas izšķirošais elements, var veidot arī ierobežojumu mērķa dēļ. Sk. 2009. gada 4. jūnija spriedumu lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 37. punktu.

²¹² 2020. gada 8. jūlija spriedums lietā *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV (vēl nav publicēts), EU:T:2020:307, 85. un 96. punkts; 2016. gada 15. decembra spriedums lietā *Philips un Philips France*/Komisija, T-762/14, EU:T:2016:738, 104. punkts.

²¹³ 2020. gada 8. jūlija spriedums lietā *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV (vēl nav publicēts), EU:T:2020:307, 98. punkts.

²¹⁴ 2015. gada 9. septembra spriedums lietā *Samsung SDI* un citi/Komisija, T-84/13, EU:T:2015:611, 51. punkts.

²¹⁵ 2020. gada 8. jūlija spriedums lietā *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV (vēl nav publicēts), EU:T:2020:307, 96. punkts.

²¹⁶ 2020. gada 8. jūlija spriedums lietā *Infineon Technologies*/Komisija, T-758/14 RENV (vēl nav publicēts), EU:T:2020:307, 70. punkts.

²¹⁷ Komisijas Lēmums (2021. gada 8. jūlijs) lietā AT40178 *Automobiļu emisijas*, 84., 107. un 124.–126. apsvērums.

²¹⁸ Komisijas 2021. gada 20. maija lēmums lietā AT.40324 *Eiropas valstu obligācijas*, 94. apsvērums.

²¹⁹ Tas neizslēdz iespēju piedāvāt datubāzi par zemāku cenu klientiem, kuri paši tajā ir iesnieguši datus, jo, šādi rīkojoties, tiem normālos apstākļos rastos izmaksas.

²²⁰ 2003. gada 30. septembra spriedums *Atlantic Container Line* un citi/Komisija apvienotajās lietās T-191/98, no T-212/98 līdz T-214/98, *Recueil*, 2003, II-03275. lpp., EU:T:2003:245, 1154. punkts. Tā var nenotikt, ja informācijas apmaiņa ir karteļa pamatā.

vienošanās iespējamību tirgū tādā mērā, ka nekoordinējoši uzņēmumi, potenciālie konkurenti, kā arī klienti var ierobežot iespējamās konkurenci ierobežojošās sekas²²¹.

426. Lai informācija būtu patiesi publiska, tās iegūšana nedrīkst izmaksāt dārgāk klientiem un uzņēmumiem, kas nepiedalās apmaiņā, salīdzinot ar uzņēmumiem, kas apmainās ar informāciju. Konkurenti parasti neizvēlētos apmainīties ar informāciju, ko tie var vienlīdz viegli iegūt no tirgus, un tāpēc praksē patiesi publiskas informācijas apmaiņa ir maz ticama. Turpretim pat tad, ja tiek uzskatīts, ka informācija, ar kuru apmainās konkurenti, ir “*publiski pieejama*”, tā nav patiesi publiska, ja ar informācijas vākšanu saistītās izmaksas attur citus uzņēmumus un klientus no šādas rīcības²²². Iespēja vākt informāciju tirgū, piemēram, apkopot to no klientiem, ne vienmēr nozīmē, ka šāda informācija ir konkurentiem viegli pieejami tirgus dati²²³.

Tipisks patiesi publiskas informācijas piemērs ir degvielas uzpildes staciju pašreizējā cenu informācija patērētājiem un tuvējiem konkurentiem. Ja nav noslēgts pret konkurenci vērsts nolīgums vai veiktas saskaņotas darbības, šāda reklāma sniedz labumu patērētājiem, jo atvieglo degvielas uzpildes staciju piedāvājuma salīdzināšanu pirms degvielas uzpildes automobilī, lai gan reklāma ļauj arī konkurentiem uzzināt cenas, ko prasa tuvējie konkurenti.

Ja degvielas uzpildes staciju īpašnieki sāktu tikai savstarpēju reāllaika cenu informācijas apmaiņu, novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu, visticamāk, būtu atšķirīgs. Cenu dati, ar kuriem apmainās īpašnieki, nav patiesi publiski, jo, lai to pašu informāciju iegūtu citādā veidā, noteikti rastos ievērojams laika patēriņš un ievērojamas transporta izmaksas. Faktiski būtu nepārtraukti jāpārvietojas, lai savāktu informāciju par cenām, kas norādītas uz degvielas visā valstī esošo uzpildes staciju tablo. Šādas rīcības izmaksas ir potenciāli augstas, tāpēc informāciju nevar iegūt praksē, bet gan tikai informācijas apmaiņas nolūkiem. Turklāt apmaiņa ir sistemātiska un aptver visu konkrēto tirgu, kurā pastāv tikai daži konkurenti un jaunpienācēju ienākšana ir maz ticama. Apmaiņa, visticamāk, radīs savstarpējas noteiktības gaisotni konkurentu vidū attiecībā uz to cenu politiku un tādējādi veicinās aizliegtu vienošanos.

427. Pat ja informācija ir publiski pieejama (piemēram, regulatoru publicētā informācija), papildu informācijas apmaiņa starp konkurentiem var radīt konkurenci ierobežojošās sekas, ja tā vēl vairāk samazina stratēģisko nenoteiktību tirgū. Tādā gadījumā tieši papildinformācija, ar kuru apmainās, varētu būt izšķiroša, lai izjauktu līdzsvaru tirgū, nosveroties aizliegtas vienošanās virzienā.

Noteiktā nozarē, piemēram, sabiedrībai var būt zināms, ka piegādes izmaksas pieaug. Divpusējās sanāksmēs vai attiecīgās tirdzniecības asociācijas sanāksmēs dalībnieki var aktualizēt šo parādību. Lai gan konkurenti var atsaukties uz

²²¹ Novērtējot šķēršļus ienākšanai tirgū un kompensējot “pircēja varu” tirgū, būtu svarīgi noteikt, vai informācijas apmaiņas sistēmai nepiederošās personas varētu apdraudēt gaidāmos koordinācijas rezultātus. Tomēr lielāka pārredzamība patērētājiem var vai nu samazināt, vai palielināt aizliegtas vienošanās iespējas, jo, palielinoties pārredzamībai patērētāju vidū un pieprasījuma cenu elastīgumam paaugstinoties, novirzes atmaksājas lielākā mērā, taču represijas ir arī bargākas.

²²² Turklāt fakts, ka apmaiņā iesaistītās puses iepriekš ir paziņojušas datus sabiedrībai (piemēram, izmantojot dienas laikrakstu vai to tīmekļa vietnes), nenozīmē, ka turpmāka nepubliska apmaiņa nebūtu pretrunā ar 101. panta 1. punktu.

²²³ Sk. 2001. gada 12. jūlija spriedumu *Tate & Lyle* un citi/Komisija apvienotajās lietās T-202/98, T-204/98 un T-207/98, *Recueil*, 2001, II-02035, EU:T:2001:185, 60. punktu.

pieaugošajām piegāžu izmaksām, jo tās ir publiski zināmas, tie nevar kopīgi novērtēt pieaugošās izmaksas, ja tas samazina nenoteiktību par individuāla konkurenta turpmākajām vai nesenajām darbībām tirgū²²⁴. Konkurentam neatkarīgi jānosaka politika, kuru tas plāno pieņemt iekšējā tirgū. Tas nozīmē, ka ikvienam konkurentam patstāvīgi jāizlemj, kāda būs tā reakcija uz pieaugošajām piegāžu izmaksām.

6.2.3.3. Apkopota/individualizēta informācija un dati

428. Informācijas komerciāli sensitīvais raksturs ir atkarīgs arī no tā, cik noderīga tā ir konkurentiem. Atkarībā no apstākļiem neapstrādātu datu apmaiņa var būt komerciāli mazāk sensitīva nekā apmaiņa ar datiem, kas jau ir apstrādāti jēgpilnā informācijā. Tāpat neapstrādāti dati var būt komerciāli mazāk sensitīvi nekā apkopotie dati, lai gan tie var ļaut uzņēmumiem iegūt lielāku efektivitāti, apmainoties ar tiem. Tajā pašā laikā patiesi apkopotas informācijas apmaiņai, kuras ietvaros individualizētas uzņēmuma līmeņa informācijas atpazīšana ir pietiekami sarežģīta vai neskaidra, ir daudz mazāka iespēja radīt konkurences ierobežojumus nekā uzņēmuma līmeņa informācijas apmaiņai.
429. Savāktās tirgus informācijas (piemēram, pārdošanas datu, datu par jaudu, izejresursu un sastāvdaļu izmaksām) vākšana un publicēšana, ko veic tirdzniecības asociācija vai tirgus izpētes uzņēmums, var sniegt labumu gan konkurentiem, gan klientiem, ļaujot ietaupīt izmaksas un iegūt skaidrāku kopējo priekšstatu par ekonomisko situāciju nozarē. Šāda informācijas vākšana un publicēšana var ļaut individuāliem konkurentiem izdarīt apzinātāku izvēli, lai efektīvi pielāgotu to individuālo konkurences stratēģiju tirgus apstākļiem. Vispārējā ziņā, ja vien tā nenotiek starp salīdzinoši nelielu uzņēmumu skaitu ar pietiekami lielu tirgus daļu, maz ticams, ka apkopotās informācijas apmaiņa radīs konkurences ierobežojumus. Un otrādi, individualizētas informācijas apmaiņa var veicināt vienotu izpratni par tirgu un sankciju stratēģijām, ļaujot koordinējošajiem uzņēmumiem rezultātīvāk izcelt pārkāpēju vai jaunpienācēju. Tomēr nevar izslēgt iespēju, ka pat apkopotas informācijas un datu apmaiņa var veicināt aizliegtu vienošanos tirgos ar īpašām iezīmēm. Proti, cieši noslēgta un stabila oligopola dalībnieki, kuri apmainās ar apkopotu informāciju un konstatē tirgus cenu, kas zemāka par noteiktu līmeni, varētu automātiski pieņemt, ka kāds ir novirzījies no aizliegtās vienošanās, un veikt represīvus pasākumus tirgus mērogā. Citiem vārdiem sakot, lai saglabātu aizliegtu vienošanos stabili, uzņēmumiem, kas atrodas ļoti cieši noslēgtā un stabilā oligopolā, ne vienmēr jāzina, kurš ir pārkāpis nosacījumus, var pietikt ar uzzināšanu, ka “kāds” tos ir pārkāpis.

6.2.3.4. Informācijas senums

430. Daudzās nozarēs informācija salīdzinoši ātri kļūst vēsturiska un tādējādi zaudē savu komerciāli sensitīvo raksturu. Maz ticams, ka vēsturiskas informācijas apmaiņa novedīs pie aizliegtas vienošanās, jo tā visdrīzāk nelielinās par konkurentu plānoto rīcību vai nesniegs vienotu izpratni par tirgu²²⁵. Principā, jo senāka ir informācija, jo mazāk noderīga tā mēdz būt pārkāpumu savlaicīgai atklāšanai un kā ticams tūlītēju

²²⁴ Sk., piemēram, 2013. gada 14. marta spriedumu lietā *Dole Food Company* un *Dole Germany*/Komisija, T-588/08, EU:T:2013:130, 291.–295. punktu.

²²⁵ Vēsturisko datu vākšanu var izmantot arī, lai sniegtu nozares asociācijas ieguldījumu sabiedriskās politikas pārskata analīzē.

represiju drauds²²⁶. Tomēr šādā nolūkā ir nepieciešams izvērtēt informācijas atbilstību katrā gadījumā atsevišķi²²⁷.

431. Tas, vai informācija ir vēsturiska, ir atkarīgs no konkrētā tirgus iezīmēm, pirkšanas un pārdošanas sarunu biežuma nozarē un tās informācijas senuma, uz kuru nozarē parasti paļaujas, pieņemot uzņēmējdarbības lēmumus. Piemēram, informāciju var uzskatīt par vēsturisku, ja tā ir vairākas reizes senāka par vidējo cenu noteikšanas ciklu vai nozares līgumu darbības ilgumu, ja pēdējais no minētajiem norāda uz atkārtotām sarunām par cenu. No otras puses, pašreizējās informācijas apmaiņa var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, jo īpaši, ja šī apmaiņa kalpo tam, lai mākslīgi palielinātu pārrēķināšanu uzņēmumu vidū, nevis attiecībā pret patērētājiem.

Piemēram, ja uzņēmumi parasti paļaujas uz datiem par patērētāju vēlmēm (pirkumiem vai citām izvēlēm) pēdējā gada laikā, lai optimizētu savu zīmolu stratēģiskos uzņēmējdarbības lēmumus, informācija par šo periodu parasti būs komerciāli sensitīvāka nekā vecāki dati. Informācija par pēdējo gadu netiek uzskatīta par "vēsturisku"

6.2.4. Apmaiņas iezīmes

6.2.4.1. Vienpusēja izpaušana

432. Situācija, kad tikai viens uzņēmums izpauž komerciāli sensitīvu informāciju savam(-iem) konkurentam(-iem), kurš(-i) to pieņem, var uzskatīt par saskaņotu darbību²²⁸. Šāda izpaušana varētu notikt, piemēram, publicējot ziņas tīmekļa vietnēs, ar (tērēšanas) ziņojumu, e-pasta vēstuli, tālruņa zvanu, ievaddatu koplietojamā algoritmiskā rīkā, sanāksmju u. c. līdzekļu starpniecību. Tādā gadījumā nav nozīmes, vai tikai viens uzņēmums vienpusēji informē savus konkurentus par savu plānoto rīcību tirgū vai visi iesaistītie uzņēmumi informē cits citu par attiecīgām apspriedēm un nodomiem. Ja viens uzņēmums saviem konkurentiem atklāj komerciāli sensitīvu informāciju par savu turpmāko tirdzniecības politiku, tas mazina stratēģisko nenoteiktību attiecībā uz turpmāko tirgus darbību visu tā konkurentu vidū un palielina konkurences ierobežošanas un aizliegtas vienošanās risku²²⁹.

Piemēram, uz dalību sanāksmē²³⁰, kurā uzņēmums izpauž savus cenu noteikšanas plānus saviem konkurentiem, visticamāk, attieksies 101. panta 1. punkts, pat ja nav skaidras vienošanās par cenu paaugstināšanu²³¹. Tādā pašā veidā 101. panta

²²⁶ Piemēram, agrākos gadījumos Komisija ir uzskatījusi, ka apmaiņa ar atsevišķiem datiem, kas ir senāka par vienu gadu, ir vēsturiska un neierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta izpratnē, savukārt informācija, kas ir jaunāka par vienu gadu ir uzskatāma par nesenu; Komisijas lēmums lietā IV/31.370 *UK Agricultural Tractor Registration Exchange*, 50. apsvērums; Komisijas lēmums lietā IV/36.069, *Wirtschaftsvereinigung Stahl* (OV L 1, 3.1.1998., 10. lpp.), 17. apsvērums.

²²⁷ Savā 2019. gada 12. jūlija spriedumā lietā *Sony* un *Sony Electronics*/Komisija, T-762/15, EU:T:2019:515, 127. punkts, Vispārējā tiesa uzskatīja, ka lietas apstākļos zināšanas par pagātnes izsoles rezultātiem bija ļoti svarīga informācija konkurentiem gan pārraudzības nolūkos, gan ņemot vērā turpmākos līgumus.

²²⁸ Sk. 2000. gada 15. marta spriedumu lietā *Cimenteries CBR*/Komisija, T-25/95, *Recueil*, 2000, II-00491, EU:T:2000:77, 1849. punktu.

²²⁹ Sk. ģenerālvokātes *Kokott* 2009. gada 19. februāra secinājumus lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:110, 54. punktu.

²³⁰ Sk. 2009. gada 4. jūnija spriedumu lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 59. punktu.

²³¹ Sk. 2001. gada 12. jūlija spriedumu *Tate & Lyle* un citi/Komisija apvienotajās lietās T-202/98, T-204/98 un T-207/98, *Recueil*, 2001, II-02035, EU:T:2001:185, 54. punktu.

1. punkts visdrīzāk attieksies arī uz cenu noteikumu ieviešanu koplietojamā algoritmiskā rīkā (piemēram, zemākā cena attiecīgajā(-ās) tiešsaistes platformā(-ās) vai veikalā(-os) +5 % vai viena konkurenta cena –5 %), pat ja nav skaidras vienošanās par turpmākās cenu noteikšanas pielāgošanu.

No otras puses, e-pasta ziņojuma nosūtīšana uz personīgajām pastkastēm pati par sevi nenorāda, ka adresātiem bija jāpārzina šī ziņojuma saturs²³². Tas, ņemot vērā citas objektīvas un konsekventas norādes, var attaisnot prezumpciju, ka saņēmēji pārzināja saturu, taču šiem saņēmējiem joprojām jābūt iespējai atspēkot šādu pieņēmumu²³³.

433. Ja uzņēmums saņem komerciāli sensitīvu informāciju no konkurenta (sapulcē, pa tālruni, elektroniski vai kā ievaddatus algoritmiskā rīkā), tiks pieņemts, ka tas ņem vērā šādu informāciju un attiecīgi pielāgo savu rīcību tirgū, ja vien tas neatbild ar skaidru paziņojumu, ka nevēlas saņemt šādu informāciju²³⁴ vai ziņo par to administratīvajām iestādēm.
434. Ja uzņēmums sniedz vienpusēju paziņojumu, kas ir arī patiesi publisks, piemēram, publicējot ziņu publiski pieejamā tīmekļa vietnē, publiskojot paziņojumu vai publicējot laikrakstā, tas parasti nav uzskatāms par saskaņotu darbību 101. panta 1. punkta nozīmē²³⁵. Tomēr atkarībā no faktiem, kas ir konkrētā gadījuma pamatā, nevar izslēgt iespēju, ka tiks konstatēta saskaņota darbība. Kā skaidrots 426. punktā, patiesi publiskas informācijas un datu sniegšana var palīdzēt klientiem izdarīt apzinātu izvēli. Tomēr šī efektivitāte ir mazāk ticama, ja informācija attiecas uz nākotnes nodomiem, kas var nepiepildīties un neradīs saistības uzņēmumam attiecībā pret klientiem²³⁶.

Vienpusējs publisks paziņojums, kas attiecas, piemēram, uz nākotnes nodomiem saistībā ar cenu noteikšanu, neradīs saistības uzņēmumam, kas sniedz paziņojumu saviem klientiem, bet var dot svarīgus signālus par uzņēmuma plānoto stratēģiju tirgū tā konkurentiem. Tas jo īpaši attiecas uz gadījumiem, kad informācija ir pietiekami specifiska. Tāpēc šādi paziņojumi nesniedz nekādu efektivitāti patērētājiem, bet var veicināt aizliegtu vienošanos.

Vienpusēji publiski paziņojumi var arī liecināt par pamatā esošu pret konkurenci vērstu nolīgumu vai saskaņotu darbību. Tirgū, kurā ir tikai daži konkurenti un pastāv lieli šķēršļi ienākšanai, uzņēmumi, kas nepārtraukti publicē informāciju, neradot acīmredzamu labumu patērētājiem (piemēram, informāciju par pētniecības un attīstības izmaksām, izmaksām, kas saistītas ar pielāgošanos vides prasībām utt.), var būt iesaistīti 101. panta 1. punkta pārkāpumā, ja nav cita ticama skaidrojuma. Vienpusējos publiskos paziņojumus var izmantot, lai īstenotu vai pārraudzītu

²³² 2016. gada 21. janvāra spriedums lietā *Eturas* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 39.–40. punkts.

²³³ 2016. gada 21. janvāra spriedumā lietā *Eturas* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 41. punkts, Tiesa minēja piemērus, kā atspēkot šo prezumpciju: pierādot, ka adresāts nav saņēmis ziņojumu vai ka viņš nebija aplūkojis attiecīgo sadaļu, vai arī aplūkoja tikai pēc kāda laika pēc šīs nosūtīšanas.

²³⁴ Sk. 2016. gada 21. janvāra spriedumu lietā *Eturas* un citi, C-74/14, EU:C:2016:42, 48. punktu; 1999. gada 8. jūlija spriedumu lietā *Hüls*/ Komisija, C-199/92 P, EU:C:1999:358, 162. punktu; 1999. gada 8. jūlija spriedumu lietā *Komisija/Anic Partecipazioni*, C-49/92 P, EU:C:1999:356, 121. punktu.

²³⁵ Sk. 2020. gada 5. oktobra spriedumu lietā *Casino, Guichard-Perrachon* un *AMC*/Komisija, T-249/17 (vēl nav publicēts), EU:T:2020:458, 263.–267. punktu.

²³⁶ Sk., piemēram, Komisijas 2016. gada 7. jūlija lēmumu lietā AT.39850 *Container Shipping*, 40.–43. apsvērumu.

aizliegtas vienošanās šādu uzņēmumu starpā. Tas, vai šāds pārkāpums patiešām tiks konstatēts, būs atkarīgs no visu pieejamo pierādījumu kopuma.

6.2.4.2. Netiešā informācijas apmaiņa un apmaiņa jauktās vertikālās/horizontālās attiecībās

435. Komerčiāli sensitīvas informācijas apmaiņa starp konkurentiem var notikt ar trešās personas (piemēram, trešās personas pakalpojumu sniedzēja, tostarp platformas vai trešās personas optimizācijas rīka nodrošinātāja), kopīgas aģentūras (piemēram, tirdzniecības organizācijas) starpniecību, izmantojot kādu no viņu piegādātājiem vai klientiem²³⁷ vai arī izmantojot kopīgu algoritmu (kopā saukti “trešā persona”). Galvenās konkurences problēmas rada tas, ka apmaiņa var mazināt nenoteiktību attiecībā uz konkurentu rīcību un tādējādi radīt aizliegtu vienošanos tirgū. Aizliegto vienošanos šādos gadījumos vai nu veicina, vai arī īsteno ar trešās personas starpniecību. Atkarībā no gadījuma faktiem gan konkurentus, gan trešo personu var saukt pie atbildības par šādu aizliegtu vienošanos. Nekas 101. panta 1. punkta formulējumā neliecina, ka šajā noteikumā paredzētais aizliegums ir vērsts tikai uz nolīguma pusēm vai saskaņotām darbībām, kas tiek īstenotas tirgos, kurus ietekmē šie nolīgumi vai darbības²³⁸.
436. Komerčiāli sensitīvas informācijas netiešas apmaiņas gadījumā jāveic katra dalībnieka lomas analīze ikvienā atsevišķā gadījumā, lai noteiktu, vai apmaiņa attiecas uz nolīgumu, kas vērsts pret konkurenci, vai saskaņotu darbību un kurš ir atbildīgs par aizliegto vienošanos. Šajā novērtējumā jo īpaši būs jāņem vērā informācijas piegādātāju vai saņēmēju informētības līmenis par apmaiņu starp citiem informācijas saņēmējiem vai piegādātājiem un trešo personu.

Var nošķirt vairākus tālāk aprakstītos apstākļus.

Daži netiešas informācijas apmaiņas gadījumi tiek saukti par “hub-and-spoke” jeb uz horizontāliem ierobežojumiem balstītiem nolīgumiem. Šādos gadījumos kopīgs piegādātājs vai ražotājs darbojas kā centrs, lai nodotu informāciju dažādiem mazumtirgotājiem, taču var arī būt tā, ka mazumtirgotājs atvieglo koordināciju starp vairākiem piegādātājiem vai ražotājiem. Tiešsaistes platforma var darboties arī kā centrs, ja tā veicina, koordinē vai ievieš pret konkurenci vērstas darbības platformas pakalpojumu lietotāju vidū.

Tiešsaistes platformas, piemēram, var nodrošināt informācijas apmaiņu starp platformas lietotājiem, lai nodrošinātu noteiktas peļņas normas vai cenu līmeņus. Platformas var izmantot arī, lai noteiktu sistēmas darbības ierobežojumus, kas neļauj platformas lietotājiem piedāvāt galapatērētājiem zemākas cenas vai citas priekšrocības. Citu veidu netieša informācijas apmaiņa var ietvert (potenciālo) konkurentu paļaušanos uz kopīgu optimizācijas algoritmu, saskaņā ar kuru uzņēmējdarbības lēmumi tiktu pieņemti, pamatojoties uz komerciāli sensitīvu datu plūsmām no dažādiem konkurentiem, vai saskaņotu/koordinētu optimizācijas funkciju vai mehānismu ieviešanu attiecīgajos automatizētajos rīkos. Lai gan publiski pieejamu datu izmantošana ievadei algoritmiskā programmatūrā ir likumīga, sensitīvas informācijas apkopošana cenu noteikšanas rīkā, ko piedāvā

²³⁷ Lai gan norādījumi par vertikālās izplatīšanas pasākumu novērtēšanu ir pieejami VNGAR un VNGAR pamatnostādņēs, konkrētos apstākļos vertikālās izplatīšanas pasākumus var izmantot, lai izveidotu horizontālu aizliegtu vienošanos.

²³⁸ 2017. gada 10. novembra spriedums lietā *ICAP* un citi/Komisija, T-180/15, EU:T:2017:795, 103. punkts; 2015. gada 22. oktobra spriedums lietā *AC-Treuhand*/Komisija, C-194/14 P, EU:C:2015:717, 27., 34.–35. punkts.

viens IT uzņēmums, kuram var piekļūt dažādi konkurenti, varētu tikt uzskatīta par horizontālu aizliegtu vienošanos.

Kopīga aģentūra, piemēram, tirdzniecības asociācija, var arī veicināt apmaiņu starp tās dalībniekiem.

437. Uzņēmumu, kas netieši saņem vai nosūta komerciāli sensitīvu informāciju, var saukt pie atbildības par 101. panta 1. punkta pārkāpumu. Tas tā var būt ar nosacījumu, ka uzņēmums, kas saņēma vai nosūtīja informāciju, zināja par konkurentu un trešās personas pret konkurenci vērstajiem mērķiem un vēlas ar savu rīcību veicināt to īstenošanu. Tas būtu piemērojams, ja uzņēmums skaidri vai klusībā vienotos ar trešās personas pakalpojumu sniedzēju par šādas informācijas apmaiņu ar saviem konkurentiem vai ja tas ar trešās personas starpniecību plāno izpaust komerciāli sensitīvu informāciju saviem konkurentiem. Turklāt nosacījums būtu izpildīts, ja uzņēmums, kas saņem vai nosūta informāciju, būtu varējis saprātīgi paredzēt, ka trešā persona kopīgotu savu komerciālo informāciju ar tā konkurentiem, un ja uzņēmums būtu gatavs uzņemties ar to saistīto risku. No otras puses, nosacījums nav izpildīts, ja trešā persona ir izmantojusi uzņēmuma komerciāli sensitīvo informāciju un, neinformējot šo uzņēmumu, nodevusi to saviem konkurentiem²³⁹.
438. Tāpat arī trešā persona, kas nosūta komerciāli sensitīvu informāciju, var tikt saukta pie atbildības par šādu pārkāpumu, ja tā ar savu rīcību plānoja veicināt visu nolīguma dalībnieku kopīgo mērķu sasniegšanu un apzinājās faktisko rīcību, ko plānoja vai īstenoja citi uzņēmumi, cenšoties sasniegt tos pašus mērķus, vai arī varēja to saprātīgi paredzēt un bija gatava uzņemties risku²⁴⁰.

6.2.4.3. Informācijas apmaiņas biežums

439. Bieža informācijas apmaiņa, kas veicina gan labāku vienotu izpratni par tirgu, gan noviržu pārraudzību, palielina aizliegtas vienošanās risku. Lai veicinātu aizliegtu vienošanos, nestabilos tirgos var būt nepieciešama biežāka informācijas apmaiņa nekā stabilos tirgos. Tirgos ar ilgtermiņa līgumiem (kas liecina par retām pirkšanas un pārdošanas sarunām) parasti pietiktu ar retāku informācijas apmaiņu, lai panāktu aizliegtu vienošanos. Turpretim ar retu apmaiņu var nepietikt, lai panāktu aizliegtu vienošanos tirgos ar īstermiņa līgumiem, kas liecina par biežām atkārtotām sarunām²⁴¹. Kopumā informācijas apmaiņas biežums, kāds nepieciešams, lai veicinātu aizliegtu vienošanos, ir atkarīgs arī no šādas informācijas rakstura, senuma un apkopojuma²⁴². Pieaugot reāllaika datu nozīmei, lai nodrošinātu uzņēmumu iespējas stabili konkurēt, augstākās konkurences priekšrocības tiek iegūtas, īstenojot automatizēto reāllaika informācijas apmaiņu.

6.2.4.4. Pasākumi, kas ieviesti, lai ierobežotu un/vai kontrolētu datu izmantošanu

440. Uzņēmumi, kas vēlas (vai kuriem ir nepieciešams) apmainīties ar informāciju, var ieviest pasākumus, lai ierobežotu piekļuvi informācijai un/vai kontrolētu

²³⁹ 2016. gada 21. jūlija spriedums lietā *VM Remonts* un citi, C-542/14, EU:C:2016:578, 30. punkts; 2015. gada 22. oktobra spriedums lietā *AC-Treuhand/Komisija*, C-194/14 P, EU:C:2015:717, 30. punkts.

²⁴⁰ 2017. gada 10. novembra spriedums lietā *ICAP* un citi/Komisija, T-180/15, EU:T:2017:795, 100. punkts.

²⁴¹ Piemēram, reti noslēgti līgumi var mazināt represiju iespēju.

²⁴² Atkarībā no tirgus struktūras un apmaiņas vispārējā konteksta nevar izslēgt iespēju, ka atsevišķa apmaiņa var būt pietiekams pamats, lai uzņēmumi saskaņotu savu rīcību tirgū; sk. 2009. gada 4. jūnija spriedumu lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 59. punktu.

informācijas izmantošanu²⁴³. Šādi pasākumi var novērst to, ka komerciāli sensitīva informācija var ietekmēt konkurenta rīcību.

Uzņēmumi, piemēram, var izmantot informācijas attīrīšanas komandas ("clean teams"), lai saņemtu un apstrādātu informāciju. Informācijas attīrīšanas komanda parasti attiecas uz tādu ierobežotu personu grupu no uzņēmuma, kuras nav iesaistītas ikdienas komercdarbībā un kurām ir saistoši stingri konfidencialitātes protokoli attiecībā uz komerciāli sensitīvu informāciju. Informācijas attīrīšanas komanda var tikt izmantota, piemēram, cita horizontālās sadarbības nolīguma īstenošanā, lai nodrošinātu, ka šādas sadarbības nolūkiem sniegtā informācija tiek sniegta, pamatojoties uz nepieciešamību zināt, kā arī apkopotā veidā.

Datu fonda dalībniekiem principā vajadzētu būt piekļuvei tikai savai informācijai un citu dalībnieku galīgajai apkopotajai informācijai. Tehniski un praktiski pasākumi var nodrošināt, ka dalībnieks nevar iegūt komerciāli sensitīvu informāciju no citiem dalībniekiem. Piemēram, datu fonda pārvaldību var uzticēt neatkarīgai trešai personai, uz kuru attiecas stingri konfidencialitātes noteikumi saistībā ar informāciju, kas saņemta no datu fonda dalībniekiem. Personām, kuras pārvalda datu fondu, būtu arī jānodrošina, ka tiek vākta tikai tāda informācija, kas nepieciešama datu fonda likumīgā mērķa īstenošanai.

6.2.4.5. Piekļuve informācijai un savāktajiem datiem

441. Situācijās, kad informācija, ar kuru apmainās, ir stratēģiska konkurences vajadzībām un aptver būtisku konkrētā tirgus daļu, bet nerada aizliegtas vienošanās risku, nosacījumi, ar kādiem var piekļūt šai informācijai, ir svarīgs elements, lai novērtētu iespējamās tirgus piekļuves ierobežošanas sekas. Šādas stratēģiskās informācijas apmaiņa var būt pieļaujama tikai tad, ja informācija tiek darīta pieejama nediskriminējošā veidā visiem konkrētajā tirgū aktīvajiem uzņēmumiem. Ja šāda pieejamība netiktu garantēta, daži konkurenti tiktu nostādīti neizdevīgā situācijā, jo tiem būtu mazāk informācijas, kas arī neveicinātu jaunu dalībnieku ienākšanu tirgū²⁴⁴.
442. Tas jo īpaši var attiekties uz datu kopīgošanas iniciatīvām, kuru ietvaros datu fondā kopīgotie dati attiecas uz lielu tirgus daļu. Ja kopīgotie dati ir vērtīgs līdzeklis, kas palīdz konkurēt tirgū, konkurentiem, kuriem ir liegta piekļuve (vai piekļuve tiek piešķirta tikai ar mazāk izdevīgiem nosacījumiem), var tikt ierobežota piekļuve tirgum. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu, būs atkarīgs no tādiem elementiem kā kopīgoto datu raksturs, datu koplietošanas nolīguma nosacījumi un piekļuves prasības, kā arī attiecīgo pušu stāvoklis tirgū. Pieņemot, ka datu fonds nav pakļauts aizliegtas vienošanās gadījumam, kāda veida atklāta dalība datu fondā vai piekļuve tam mazinātu ar konkurenci nesaderīgas tirgus piekļuves ierobežošanas risku. Novērtējumā jāņem vērā, ka tirgus piekļuves ierobežošanas sekas, ko izraisa atteikums piešķirt piekļuvi datu fondam, var būt ievērojamas, jo īpaši, ja ir augsta tirgus un datu koncentrācijas pakāpe un ja apkopotie dati sniedz nozīmīgu konkurences priekšrocību, apkalpojot ne tikai konkrēto tirgu, bet arī blakus esošos tirgus.

²⁴³ Šādi pienākumi jau var izrietēt no Vispārīgās datu aizsardzības regulas (OV L 119, 4.5.2016., 1. lpp.) gadījumā, ja apmaiņā tiek iekļauti personas dati.

²⁴⁴ 2006. gada 23. novembra spriedums lietā *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 60. punkts.

6.2.5. Tirgus iezīmes

443. Varbūtība, ka informācijas apmaiņas rezultātā tiek panākta aizliegta vienošanās vai tirgus piekļuves ierobežošana, ir atkarīga no tirgus iezīmēm. Apmaiņa var ietekmēt šīs tirgus iezīmes. Konkrētā tirgus iezīmes šajā ziņā cita starpā ietver tirgus pārredzamības līmeni, tirgū esošo uzņēmumu skaitu, šķēršļu esību ienākšanai tirgū, ar apmaiņu saistītā produkta vai pakalpojuma vienveidīgumu, iesaistīto uzņēmumu vienveidīgumu²⁴⁵ un pieprasījuma un piedāvājuma apstākļu stabilitāti tirgū²⁴⁶.
444. Ir vieglāk panākt vienotu izpratni par koordinācijas noteikumiem un pārraudzīt novirzes tirgū, kurā darbojas tikai daži uzņēmumi. Ja tirgus ir ļoti koncentrēts, noteiktas informācijas apmaiņa, jo īpaši atkarībā no kopīgās informācijas veida, var ļaut uzņēmumiem apzināties to konkurentu stāvokli tirgū un komerciālo stratēģiju, tādējādi izkropļojot konkurenci tirgū un paaugstinot aizliegtas vienošanās varbūtību vai pat veicinot to. No otras puses, ja tirgus ir sadrumstalots, informācijas izplatīšana un apmaiņa starp konkurentiem var būt neitrāla vai pat pozitīva attiecībā uz tirgus konkurējošo raksturu²⁴⁷.
445. Tirgus, kas ir ļoti pārredzams, var veicināt aizliegtu vienošanos, ļaujot uzņēmumiem panākt vienotu izpratni par koordinācijas noteikumiem un palielinot aizliegtās vienošanās iekšējo un ārējo stabilitāti²⁴⁸.
446. Aizliegtas vienošanās iespējamība ir arī lielāka, ja pieprasījuma un piedāvājuma apstākļi tirgū ir salīdzinoši stabili²⁴⁹. Nepastāvīgs pieprasījums, dažu uzņēmumu ievērojama iekšējā izaugsme tirgū vai bieža jaunu uzņēmumu ienākšana var liecināt par to, ka pašreizējā situācija nav pietiekami stabila, lai būtu iespējama koordinācija²⁵⁰, vai var būt nepieciešama biežāka apmaiņa, lai ietekmētu konkurenci.
447. Turklāt tirgos, kuros svarīga ir inovācija, koordinēšana var būt sarežģītāka, jo īpaši nozīmīgas inovācijas var ļaut vienam uzņēmumam gūt lielas priekšrocības salīdzinājumā ar tā konkurentiem. Lai aizliegta vienošanās būtu ilgtspējīga, nepiederošo personu, piemēram, pašreizējo un potenciālo konkurentu, kas nepiedalās koordinēšanā, kā arī klientu reakcijai nevajadzētu apdraudēt no aizliegtas vienošanās gaidāmos rezultātus. Šajā kontekstā ienākšanas šķēršļu esība palielina iespējamību, ka aizliegta vienošanās tirgū ir iespējama un ilgtspējīga.

6.2.6. Konkurences ierobežojums mērķa dēļ

448. Informācijas apmaiņa tiks uzskatīta par ierobežojumu mērķa dēļ, ja informācija ir komerciāli sensitīva un apmaiņa var novērst nenoteiktību dalībnieku vidū attiecībā uz to izmaiņu laiku, apjomu un detaļām, kas attiecīgajiem uzņēmumiem jāveic savā rīcībā tirgū²⁵¹. Novērtējot, vai apmaiņa ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ,

²⁴⁵ Ja uzņēmumi ir viendabīgi izmaksu, pieprasījuma, tirgus daļu, produktu klāsta, jaudas u. c. ziņā, tie, visticamāk, panāks vienotu izpratni par koordinācijas noteikumiem, joto stimuli ir saskaņotāki.

²⁴⁶ Jāatzīmē, ka tas nav pilnīgs konkrētā tirgus iezīmju saraksts. Var pastāvēt arī citas tirgus iezīmes, kas ir svarīgas konkrētas informācijas apmaiņas noteikšanā.

²⁴⁷ Sk. 2006. gada 23. novembra spriedumu lietā *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 58. punktu un tajā minēto judikatūru.

²⁴⁸ Sk. arī 452. punktu.

²⁴⁹ Sk. 1994. gada 27. oktobra spriedumu lietā *Deere/Komisija*, T-35/92, EU:T:1994:259, 78. punktu.

²⁵⁰ Sk. Komisijas lēmumu lietās IV/31.370 un 31.446, *UK Agricultural Tractor Registration Exchange*, OV L 68, 13.3.1992., 19. lpp., 51. apsvērums, un 1994. gada 27. oktobra spriedumu lietā *Deere/Komisija*, T-35/92, EU:T:1994:259, 78. punktu.

²⁵¹ 2020. gada 8. jūlija spriedums lietā *Infineon Technologies/Komisija*, T-758/14 RENV (vēl nav publicēts), EU:T:2020:307, 100. punkts. Sk. arī 2015. gada 19. marta spriedumu lietā *Dole Food* un

Komisija īpašu uzmanību pievēršis informācijas saturam, informācijas apmaiņas mērķiem un tās juridiskajam un ekonomiskajam kontekstam²⁵². Nosakot šo kontekstu, jāņem vērā ietekmēto preču vai pakalpojumu veids, kā arī faktiskie attiecīgā tirgus vai tirgu darbības un struktūras apstākļi²⁵³.

449. No 424. punktā minētajiem piemēriem ir skaidrs, ka nav vajadzīga tieša saikne starp informāciju, ar kuru apmainās, un patēriņa cenām, lai apmaiņa būtu uzskatāma par ierobežojumu mērķa dēļ. Lai konstatētu, vai noticis pārkāpums mērķa dēļ, noteicošais kritērijs ir sakaru raksturs, nevis to biežums²⁵⁴.

Piemēram: konkurentu grupa ir nobažījusies, ka uz viņu produktiem var attiekties arvien stingrākas vides aizsardzības prasības. Kopīgo lobēšanas pasākumu kontekstā šī grupa regulāri tiekas un apmainās ar viedokļiem. Lai panāktu vienotu nostāju attiecībā uz turpmākajiem tiesību aktu priekšlikumiem, grupas dalībnieki apmainās ar noteiktu informāciju, kas attiecas uz to esošo produktu iezīmēm saistībā ar vides aizsardzību. Kamēr šī informācija ir vēsturiska un neļauj uzņēmumiem uzzināt par to konkurentu plānotajām tirgus stratēģijām, apmaiņa nav uzskatāma par ierobežojumu 101. panta 1. punkta nozīmē.

Taču, tiklīdz uzņēmumi sāk apmainīties ar informāciju par nākotnes produktu izstrādi, pastāv risks, ka šāda apmaiņa var ietekmēt konkurentu rīcību tirgū. Šī apmaiņa var likt konkurentiem panākt kopīgu vienošanos netirgot produktus, kas ir videi draudzīgāki, nekā noteikts likumā. Šāda koordinācija ietekmē pušu rīcību tirgū un ierobežo patērētāju izvēli un konkurenci attiecībā uz produkta iezīmēm. Tāpēc tas tiks uzskatīts par konkurences ierobežojumu mērķa dēļ.

450. Informācijas apmaiņu var uzskatīt par karteli, ja tās mērķis ir koordinēt ar konkurenci saistīto rīcību vai ietekmēt attiecīgos konkurences parametrus tirgū starp diviem vai vairākiem konkurentiem. Informācijas apmaiņa ir kartelis, ja tā ir nolīgums vai saskaņota darbība starp diviem vai vairākiem konkurentiem, kuru mērķis ir koordinēt to ar konkurenci saistīto rīcību tirgū vai ietekmēt attiecīgos konkurences parametrus, izmantojot tādas darbības kā (bet ne tikai) pirkšanas vai pārdošanas cenu vai citu tirdzniecības nosacījumu noteikšana vai koordinēšana, tostarp saistībā ar intelektuālā īpašuma tiesībām, ražošanas vai pārdošanas kvotu piešķiršana, tirgu un klientu sadalīšana, tostarp manipulācijas ar piedāvājumiem, importa vai eksporta ierobežojumi vai pret konkurenci vērstas darbības attiecībā uz citiem konkurentiem. Informācijas apmaiņa, kas veido karteļus, ne tikai ir pretrunā ar 101. panta 1. punktu, bet turklāt, visticamāk, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Informācijas apmaiņa var arī atvieglot karteļa īstenošanu, ļaujot uzņēmumiem uzraudzīt, vai dalībnieki ievēro saskaņotos noteikumus. Šāda veida informācijas apmaiņa tiks novērtēta kā daļa no karteļa.

Dole Fresh Fruit Europe/Komisija, C-286/13 P, EU:C:2015:184, 122. punktu; un 2009. gada 4. jūnija spriedumu lietā *T-Mobile Netherlands* un citi, C-8/08, EU:C:2009:343, 41. punktu.

²⁵² Sk., piemēram, 2009. gada 6. oktobra spriedumu *GlaxoSmithKline* apvienotajās lietās C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P un C-519/06 P, EU:C:2009:610, 58. punktu; 2008. gada 20. novembra spriedumu lietā *BIDS*, C-209/07, EU:C:2008:643, 15. punkt un nākamos punktus.

²⁵³ 2018. gada 26. septembra spriedums lietā *Philips* un *Philips France/Komisija*, C-98/17 P, EU:C:2018:774, 35. punkts.

²⁵⁴ 2019. gada 7. novembra spriedums lietā *Campine* un *Campine Recycling/Komisija*, T-240/17, EU:T:2019:778, 308. punkts.

6.2.7. Konkurenci ierobežojošas sekas

451. Informācijas apmaiņai, kas nav ierobežojums mērķa dēļ, tik un tā var būt konkurenci ierobežojošas sekas.
452. Kā norādīts 37. punktā, informācijas apmaiņas iespējamā ietekme uz konkurenci jāanalizē katrā gadījumā atsevišķi, jo novērtējuma rezultāti ir atkarīgi no dažādu gadījumam specifisku faktoru kombinācijas. Šajā novērtējumā Komisija salīdzinās informācijas apmaiņas faktisko vai iespējamo ietekmi uz pašreizējo tirgus stāvokli ar situāciju, kāda rastos, ja nebūtu šīs konkrētās informācijas apmaiņas²⁵⁵. Lai informācijas apmaiņai būtu konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta izpratnē, tai jābūt ievērojamai negatīvai ietekmei uz vienu (vai vairākiem) konkurences parametriem, piemēram, cenu, izlaidi, produkta kvalitāti, produktu daudzveidību vai inovāciju.
453. Lai novērtētu iespējamās ierobežojošas sekas, ir svarīgs kopīgots informācijas raksturs (sk. 6.2.3. iedaļu), apmaiņas iezīmes (sk. 6.2.4. iedaļu) un tirgus iezīmes (sk. 6.2.5. iedaļu)²⁵⁶.
454. Lai informācijas apmaiņai varētu būt konkurenci ierobežojošas sekas, apmaiņā iesaistītajiem uzņēmumiem jāaptver pietiekami liela konkrētā tirgus daļa. Pretējā gadījumā konkurenti, kas neiesaistās apmaiņā, varētu ierobežot iesaistīto uzņēmumu jebkādu pret konkurenci vērstu rīcību.
455. To, kas veido “pietiekami lielu tirgus daļu”, nevar definēt abstrakti, un tas būs atkarīgs no katra gadījuma konkrētajiem faktiem un attiecīgā apmaiņas veida. Ja informācijas apmaiņa notiek saistībā ar cita veida horizontālās sadarbības nolīgumu, jebkura šāda apmaiņa, kas nepārsniedz tās īstenošanai nepieciešamo, parasti neradīs konkurenci ierobežojošas sekas, ja tirgus aptvērums ir mazāks par tirgus daļu robežlielumiem, kas noteikti attiecīgajā šo pamatnostādņu nodaļā, attiecīgajā grupu atbrīvojuma regulā²⁵⁷ vai *De minimis* paziņojumā, kas attiecas uz konkrētā nolīguma veidu²⁵⁸.
456. Īstenojot informācijas apmaiņu, kas tikai nedaudz veicina pārredzamību tirgū, pastāv mazāka iespēja, ka tai būs konkurenci ierobežojošas sekas, nekā informācijas apmaiņai, kas ievērojami palielina pārredzamību. Tāpēc iespējamību, ka informācijas apmaiņai būs konkurenci ierobežojošas sekas, noteiks kombinācija, ko veido gan līdzšinējais pārredzamības līmenis, gan tas, kā apmaiņa izmaina šo līmeni. Informācijas apmaiņa cieši noslēgtos oligopolos drīzāk radīs konkurenci ierobežojošas sekas nekā brīvākos oligopolos, un, visticamāk, tā neizraisīs šādas konkurenci ierobežojošas sekas ļoti sadrumstalotos tirgos.

²⁵⁵ 1998. gada 28. maija spriedums lietā *John Deere*, C-7/95 P, EU:C:1998:256, 76. punkts.

²⁵⁶ 2006. gada 23. novembra spriedums lietā *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 54. punkts.

²⁵⁷ Informācijas apmaiņas procesiem saistībā ar pētniecības un izstrādes nolīgumu, ja tie nepārsniedz nolīguma īstenošanai nepieciešamo, var izmantot Pētniecības un izstrādes nolīgumu GAR paredzēto likumīguma prezumpciju, ja nav pārsniegti regulā noteiktie 25 %. Specializācijas nolīgumu GAR attiecīgo likumīguma prezumpciju var izmantot, ja nav pārsniegti regulā noteiktie 20 %.

²⁵⁸ Sk. 1.2.8. iedaļu.

6.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

6.3.1. Efektivitātes pieaugums²⁵⁹

457. Informācijas apmaiņa var izraisīt efektivitātes pieaugumu atkarībā no tirgus iezīmēm. Piemēram, uzņēmumi var paaugstināt efektivitāti, ja tie salīdzina savu darbību ar nozares labāko praksi. Informācijas apmaiņa var arī sekmēt tirgus noturību, ļaujot uzņēmumiem ātrāk reaģēt uz izmaiņām pieprasījumā un piedāvājumā un mazināt iekšējos un ārējos riskus, kas var izraisīt traucējumus piegādes ķēžu darbībā vai padarīt tās neaizsargātas. Tā var nākt par labu gan patērētājiem, gan uzņēmumiem, sniedzot tiem priekšstatu par salīdzināmiem produktu raksturlielumiem, piemēram, publicējot visvairāk pārdoto produktu sarakstu vai cenu salīdzinājuma datus. Tādējādi patiesi publiska informācijas apmaiņa var palīdzēt patērētājiem izdarīt apzinātāku izvēli (un samazināt meklēšanas izmaksas). Publiska informācijas apmaiņa par pašreizējām izejresursu cenām var samazināt meklēšanas izmaksas arī uzņēmumiem un parasti nāk par labu arī patērētājiem, jo galīgās cenas ir zemākas.
458. Tirgos, kur ir asimetriska informācija par patērētājiem, uzņēmumu efektivitāti var uzlabot arī šādas informācijas apmaiņa. Piemēram, apmainoties ar informāciju par klientu rīcību pagātnē, piemēram, par negadījumiem vai kredītaistību neizpildi, uzņēmumi motivē patērētājus mazināt riskus. Šādi var arī konstatēt, kuri patērētāji rada mazāku risku un tāpēc ir pelnījuši zemākas cenas. Šajā ziņā informācijas apmaiņa var mazināt arī patērētāju atkarību no konkrētiem pakalpojumu sniedzējiem un tādējādi veicināt konkurenci. Proti, informācija parasti attiecas uz konkrētām attiecībām un, ja nenotiktu informācijas apmaiņa, patērētāji, pārejot uz citu uzņēmumu, zaudētu labumus, ko sniedz šī informācija. Piemērus šāda efektivitātei var atrast banku un apdrošināšanas nozarē, kam raksturīga bieža informācijas apmaiņa par klientu saistību neizpildi un riska izpausmēm.

6.3.2. Obligāta vajadzība

459. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas nepieciešams, lai sasniegtu informācijas apmaiņas radīto efektivitātes pieaugumu, neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Lai izpildītu šo obligātās vajadzības nosacījumu, pusēm būs jāpierāda, ka informācijas raksturs un tās apmaiņas konteksts nerada neierobežotai konkurencei tādus riskus, no kuriem varētu arī izvairīties un tomēr sasniegt apgalvoto efektivitātes pieaugumu. Turklāt nebūtu jāapmainās ar informāciju apmērā, kas pārsniedz efektivitātes pieauguma sasniegšanai būtiskos mainīgos lielumus.

Piemēram, individualizētu datu apmaiņa salīdzinošās novērtēšanas nolūkā parasti nebūtu obligāti vajadzīga, jo apgalvoto efektivitātes pieaugumu varētu palīdzēt sasniegt arī apkopota informācija (piemēram, noteikta veida "rangu tabula", kas aptver attiecīgo nozari), kas turklāt būtu saistīta ar mazāku aizliegtas vienošanās risku.

6.3.3. Nodošana patērētājiem

460. Obligāti vajadzīgu ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz informācijas apmaiņas radītās konkurenci ierobežojošās sekas. Jo mazāka ir informācijas apmaiņā iesaistīto pušu tirgus vara, jo

²⁵⁹ Informācijas apmaiņas rezultātā gūtā potenciālā efektivitātes pieauguma apraksts nav ne ekskluzīvs, ne izsmelošs.

lielāka iespēja, ka efektivitātes pieaugumu nodos patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošās sekas.

6.3.4. Konkurences nelikvidēšana

461. Atbilstība 101. panta 3. punkta kritērijiem nav iespējama, ja informācijas apmaiņā iesaistītajām pusēm ir dota iespēja likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu būtisku daļu.

6.4. Piemēri

1. piemērs

Situācija: valsts “A” galvaspilsētā luksusa klases viesnīcas darbojas cieši noslēgtā, nesarežģītā un stabilā oligopolā, to izmaksu struktūras ir diezgan viendabīgas, un tās veido atsevišķu konkrēto tirgu, kurā neietilpst pārējās viesnīcas. Tās tieši apmainās ar individuālu informāciju par pašreizējiem viesnīcu aizpildījuma rādītājiem un ieņēmumiem. Šajā gadījumā informācijas apmaiņas ceļā iegūtā informācija ļauj pusēm tieši izsecināt, kādas ir faktiskās pašreizējās cenas.

Analīze: šāda informācijas apmaiņa, ja vien tā netiek veikta ar slēptu nolūku apmainīties ar informāciju par nākotnes nodomiem, nav konkurences ierobežojums mērķa dēļ, jo viesnīcas apmainās ar pašreizējiem datiem, nevis ar informāciju par nākotnē plānotajām cenām vai apjomiem. Tomēr šī informācijas apmaiņa radītu konkurenci ierobežojošās sekas 101. panta 1. punkta nozīmē, jo informētība par konkurentu faktiskajām pašreizējām cenām varētu atvieglot uzņēmumu ar konkurenci saistītās rīcības koordinēšanu. Tā, visticamāk, tiktu izmantota, lai uzraudzītu atkāpes no aizliegtās vienošanās. Šāda informācijas apmaiņa palielina pārredzamību tirgū, jo, lai arī viesnīcas parasti publicē cenrāža cenas, tās parasti piedāvā dažādas cenrāža cenām piemērojamas atlaides, vienojoties ar klientiem, iepriekšējas rezervācijas vai grupu rezervācijas gadījumos utt. Tādējādi šī papildinformācija, ar kuru viesnīcas apmainās nepubliskā veidā, ir komerciāli sensitīva. Šī informācijas apmaiņa var veicināt aizliegtu vienošanos tirgū, jo iesaistītās puses veido cieši noslēgtu, nesarežģītu un stabilu oligopolu, kas piedalās ilgtermiņa konkurences attiecībās (regulāros darījumos). Turklāt viesnīcu izmaksu struktūras ir diezgan līdzīgas. Visbeidzot, ne patērētāji, ne jaunpienācēji tirgū nevar iegrožot dominējošo tirgus dalībnieku pret konkurenci vērsto rīcību, jo pircēja vara ir neliela, bet šķēršļi ienākšanai tirgū — augsti. Maz ticams, ka šajā gadījumā puses varētu pierādīt, ka informācijas apmaiņa radīs efektivitātes pieaugumu, kas tiktu nodots patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošās sekas. Tādējādi atbilstība 101. panta 3. punkta nosacījumiem ir maz ticama.

2. piemērs

Situācija: stabilā, nesarežģītā un koncentrētā tirgū, kurā jaunu dalībnieku ienākšanu kavē lieli šķēršļi, darbojas trīs lieli uzņēmumi, kuru kopējā tirgus daļa ir 80 %, un tie savā starpā bieži un tieši apmainās ar nepubliskotu informāciju par ievērojamu daļu savu individuālo izmaksu. Uzņēmumi apgalvo, ka dara to, lai salīdzinātu savu darbību ar konkurentu sniegumu nolūkā paaugstināt savu efektivitāti.

Analīze: principā šāda informācijas apmaiņa nav konkurences ierobežojums mērķa dēļ, tāpēc jāvērtē tās ietekme uz tirgu. Ņemot vērā tirgus struktūru, to, ka uzņēmumi apmainās ar informāciju par ievērojamu daļu savu mainīgo izmaksu, iesniedz individualizētus datus un informācija aptver lielu daļu konkrētā tirgus, šī

informācijas apmaiņa var veicināt aizliegtu vienošanos un tādējādi rada konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Atbilstība 101. panta 3. punkta kritērijiem ir maz ticama, jo apgalvoto efektivitātes pieaugumu var panākt ar mazāk ierobežojošiem līdzekļiem, piemēram, uzticot datu vākšanu, anonimizēšanu un apkopšanu noteiktā nozares “rangu tabulā” kādai trešai personai. Visbeidzot, tā kā šajā gadījumā puses veido cieši noslēgtu, nesarežģītu un stabilu oligopolu, arī apkopotu datu apmaiņa varētu veicināt aizliegtu vienošanos tirgū. Taču, ja šī informācijas apmaiņa notiktu nepārredzamā, sadrumstalotā, nestabilā un sarežģītā tirgū, tāda iespēja būtu visai mazticama.

3. piemērs

Situācija: konkrētajā tirgū darbojas pieci svaigi spiestas, pudelēs pildītas burkānu sulas ražotāji. Pieprasījums pēc šā produkta ir ļoti nestabils un dažādās vietās un dažādos laikos atšķiras. Sulas pārdošanas un izlietošanas termiņš ir viena diena pēc tās ražošanas datuma. Ražotāji nolēm izveidot neatkarīgu tirgus izpēti uzņēmumu, kas katru dienu vāc aktuālo informāciju par sulu, kas palikusi nepārdota katrā no tirdzniecības vietām, un nākamajā nedēļā publicē savā tīmekļa vietnē apkopotos datus sadalījumā pa tirdzniecības vietām. Publicētā statistika ļauj ražotājiem un mazumtirgotājiem prognozēt pieprasījumu un labāk izvietot produktu. Pirms informācijas apmaiņas ieviešanas mazumtirgotāji ziņoja par lieliem nerealizētās sulas apjomiem un tāpēc samazināja no ražotājiem nopirktās sulas daudzumu, t. i., tirgus darbība nebija efektīva. Līdz ar to pieprasījums dažos periodos un vietās bieži palika neapmierināts. Informācijas apmaiņas sistēma, kas ļauj labāk prognozēt pārmērīgu un nepietiekamu piedāvājumu, ir ievērojami samazinājusi patērētāju neapmierināto pieprasījumu un palielinājusi tirgū pārdotās sulas apjomus.

Analīze: lai gan tirgus ir samērā koncentrēts un puses apmainās ar neseniem un stratēģiskiem datiem, ir visai maz ticams, ka šī apmaiņa varētu veicināt aizliegtu vienošanos, jo pieprasījums tirgū ir svārstīgs. Arī tad, ja šāda informācijas apmaiņa var radīt noteiktas konkurenci ierobežojošas sekas, piedāvājuma un pieprasījuma sekmīgāka izlīdzināšana un līdz ar to nerealizētās sulas pārpalikuma samazināšanās, visticamāk, izraisīs efektivitātes uzlabošanos. Informācijas apmaiņa notiek publiski un dati tiek sniegti apkopotā veidā, tāpēc rada mazākus pret konkurenci vērstus riskus nekā tad, ja tā būtu nepubliska un individualizēta. Tāpēc šī informācijas apmaiņa nepārsniedz apjomu, kas nepieciešams, lai novērstu tirgus nepilnību. Tādējādi šī informācijas apmaiņa, visticamāk, atbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem.

4. piemērs

Situācija: vairāki ražotāji ražo būtiskus produktus tirgū, kas bieži cieš no nepietiekama piedāvājuma. Lai iespējami lietderīgāk un ātrāk uzlabotu piedāvājumu un palielinātu ražošanas apjomu, nozares apvienība ierosina vākt datus un modelēt attiecīgo būtisko produktu pieprasījumu un piedāvājumu. Turklāt tie vāktu arī datus, lai noskaidrotu ražošanas jaudu, esošos krājumus un piegādes ķēdes optimizēšanas iespējas. Vākt datus un apkopot tos modelī apvienībai palīdzētu konsultāciju uzņēmums, kas būtu noslēdzis konfidencialitātes līgumu ar katru no ražotājiem. Apkopotie dati tiktu sniegti ražotājiem, lai tie varētu pārskatīt un pielāgot savu jaudas izmantojumu, ražošanas apjomu un piedāvājumu.

Analīze: ievāktie dati ir komerciāli sensitīvi, un to apmaiņa ražotāju starpā ļautu novērst nenoteiktību dalībnieku vidū par laiku, apmēru un citiem aspektiem attiecībā uz pārmaiņām, ko attiecīgie uzņēmumi plāno ieviest savā rīcībā tirgū. Turklāt tas

radītu ievērojami neizdevīgākus konkurences nosacījumus ražotājiem, kas nav nozares apvienības biedri, salīdzinājumā ar informācijas apmaiņas sistēmā iesaistītajiem uzņēmumiem.

Lai izvairītos no aizliegtas vienošanās riska, varētu tikt veikti vairāki pasākumi. Ja papildus informācijai, ko vāks un apkopotā veidā izplatīs nozares apvienība un konsultāciju uzņēmums, ir noteikti nepieciešama arī komerciāli sensitīvas informācijas apmaiņa starp ražotājiem (piemēram, lai kopīgi apzinātu, kur būtu vislietderīgāk pārvietot ražošanu vai palielināt ražošanas jaudu), šāda apmaiņai stingri jāaprobežojas vienīgi ar to informāciju, kas ir obligāti vajadzīga attiecīgo mērķu rezultatīvai sasniegšanai. Visi dati un apmaiņa ar tiem saistībā ar šo projektu būtu rūpīgi jādokumentē, lai nodrošinātu šādas mijiedarbības pārredzamību. Dalībniekiem būtu jāapņemas izvairīties no cenu apspriešanas vai rīcības koordinācijas citos jautājumos, kas nav absolūti nepieciešama mērķu sasniegšanai. Projekta īstenošanas laikam arī jābūt ierobežotam, un informācijas apmaiņa nekavējoties jāpārtrauc, tiklīdz produktu deficīta risks vairs nav tik akūts, lai attaisnotu sadarbību. Komerciāli sensitīvos datus saņemtu un apkopotu vienīgi konsultants. Bažas par tirgus piekļuves ierobežošanu varētu mazināt, ja projektā drīkstētu piedalīties ikviens uzņēmums, kas ražo konkrēto produktu, neatkarīgi no tā dalības konkrētajā nozares apvienībā.

7. STANDARTIZĀCIJAS NOLĪGUMI

7.1. Ievads

462. Standartizācijas nolīgumu pamatmērķis ir to tehnisko vai kvalitātes prasību noteikšana, kurām var atbilst pašreizējie vai nākotnes produkti, ražošanas procesi, vērtību ķēdes uzticamības pārbaudes procesi, pakalpojumi vai metodes²⁶⁰. Standartizācijas nolīgumi var aptvert dažādus jautājumus, piemēram, konkrētu produktu dažādu kategoriju vai izmēru standartizāciju vai tehniskās specifikācijas produktu vai pakalpojumu tirgos, kur saderība vai sadarbība ar citiem produktiem vai sistēmām ir būtiska. Noteikumus konkrētas kvalitātes zīmes pieejamībai vai reglamentējošas iestādes apstiprinājuma saņemšanai, kā arī nolīgumus, kas nosaka ilgtspējas standartus, arī var uzskatīt par standartu. Lai gan ilgtspējas standarti līdzinās šajā nodaļā aplūkotajiem standartizācijas nolīgumiem, tie ietver arī aspektus, ko standartizācijas nolīgumos parasti neiekļauj vai nepievērš tiem tik lielu uzmanību. Tāpēc pamatnostādnes, kas attiecas uz ilgtspējas standartiem, ir aprakstītas 9. nodaļā.
463. Šīs pamatnostādnes neaptver tehnisko standartu sagatavošanu un izstrādi, jo tā ietilpst publiskas varas prerogatīvu īstenošanā²⁶¹. Uz Eiropas standartizācijas organizācijām, kas ir atzītas ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2012. gada 25. oktobra Regulu (ES) Nr. 1025/2012 par Eiropas standartizāciju²⁶², konkurences

²⁶⁰ Standartizāciju var veikt dažādi — standartus pēc vienprātības principa var pieņemt atzītas starptautiskas, Eiropas vai valsts standartizācijas iestādes, tehniskās specifikācijas pēc vienprātības principa var izstrādāt konsorcijs un forumi, un neatkarīgi uzņēmumi var par to vienoties nolīgumos.

²⁶¹ Sk. 2009. gada 26. marta spriedumu lietā *Selex Sistemi Integrati*/Komisija, C-113/07 P, EU:C:2009:191, 92. punktu.

²⁶² Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) Nr. 1025/2012 (2012. gada 25. oktobris) par Eiropas standartizāciju, ar ko groza Padomes Direktīvas 89/686/EEK un 93/15/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 94/9/EK, 94/25/EK, 95/16/EK, 97/23/EK, 98/34/EK, 2004/22/EK, 2007/23/EK, 2009/23/EK un 2009/105/EK, un ar ko atceļ Padomes Lēmumu 87/95/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Lēmumu Nr. 1673/2006/EK.

tiesību akti attiecas, ciktāl tās var uzskatīt par uzņēmumiem vai uzņēmumu apvienībām 101. un 102. panta nozīmē²⁶³. Šīs pamatnostādnes neaptver standartus, kas attiecas uz profesionālu pakalpojumu sniegšanu, piemēram, noteikumus par tiesībām darboties brīvajās profesijās.

7.2. Konkrētie tirgi

464. Standartizācijas nolīgumi var ietekmēt četrus iespējamus tirgus, ko definē saskaņā ar Paziņojumu par tirgus definīciju un jebkādiem turpmākiem norādījumiem saistībā ar jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Savienības konkurences tiesībās. Pirmkārt, standartu izstrāde var ietekmēt to produktu vai pakalpojumu tirgu vai tirgus, uz kuriem attiecas konkrētais standarts vai standarti. Otrkārt, ja standartu izstrāde ir saistīta ar tehnoloģiju izstrādi vai atlasī vai ja intelektuālā īpašuma tiesības pārdod atsevišķi no produktiem, uz kuriem tās attiecas, standarti var ietekmēt konkrēto tehnoloģiju tirgu²⁶⁴. Treškārt, dažādu standartizācijas iestāžu vai nolīgumu esība var ietekmēt standartizācijas tirgu. Ceturtkārt, attiecīgos gadījumos standartizācija var ietekmēt konkrētu testēšanas un sertificēšanas tirgu.

7.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

7.3.1. Galvenās konkurences problēmas

465. Standartizācijas nolīgumi parasti ļoti labvēlīgi ietekmē ekonomiku²⁶⁵, piemēram, sekmējot mijiedarbību starp ekonomikas dalībniekiem iekšējā tirgū un veicinot jaunu un uzlabotu produktu vai tirgu attīstību un piegādes nosacījumu pilnveidi. Tādējādi standarti parasti palielina konkurenci un palīdz samazināt izlaides un pārdošanas izmaksas, labvēlīgi ietekmējot ekonomiku kopumā. Standarti var palīdzēt saglabāt un uzlabot kvalitāti un drošību; tie sniedz informāciju un nodrošina sadarbību un saderību (tādējādi nodrošinot lielāku labumu patērētājiem).
466. Standartizācijā iesaistītās personas ne vienmēr ir konkurenti. Taču noteiktos apstākļos, kad standartizācijā ir iesaistīti konkurenti, tā var arī radīt konkurenci ierobežojošas sekas, potenciāli ierobežojot cenu konkurenci un ierobežojot vai kontrolējot ražošanu, tirgus, inovāciju vai tehnisko attīstību. Kā sīkāk paskaidrots tālāk, trīs galvenie veidi, kā tas var notikt, ir šādi: i) cenu konkurences vājināšana, ii) tirgus piekļuves ierobežošana inovatīvām tehnoloģijām un iii) dažu uzņēmumu izstumšana no tirgus vai diskriminēšana, liedzot faktisku piekļuvi attiecīgajam standartam.
467. Pirmkārt, uzņēmumu iesaistīšanās pret konkurenci vērstās diskusijās saistībā ar standartizāciju varētu vājināt vai likvidēt cenu konkurenci attiecīgajos tirgos vai ierobežot vai kontrolēt ražošanu, tādējādi veicinot aizliegtu vienošanos tirgū²⁶⁶.
468. Otrkārt, standarti, kas nosaka sīki izstrādātas produktu vai pakalpojumu tehniskās specifikācijas, var ierobežot tehnisko attīstību un inovāciju. Standarta izstrādes laikā

²⁶³ Sk. 2010. gada 12. maija spriedumu lietā *EMC Development*/Komisija, T-432/05, EU:T:2010:189.

²⁶⁴ Sk. 2. nodaļu par pētniecības un izstrādes nolīgumiem, kā arī Pamatnostādnes par Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta piemērošanu tehnoloģiju nodošanas nolīgumiem (OV C 89, 28.3.2014., 3. lpp.), 20.–26. punktu) (“*Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādnes*”), kurās aplūkoti tie tirgus definēšanas aspekti, kas ir īpaši svarīgi tehnoloģiju tiesību licencēšanas jomā. Piemēru tirgus definēšanai saskaņā ar minētajām pamatnostādnēm sk. Komisijas lēmumā lietā AT.39985, *Motorola — GPRS standartam būtisku patentu īstenošana*, 184.–220. apsvērumā.

²⁶⁵ Sk. arī 501. punktu.

²⁶⁶ Atkarībā no standartizācijas procesa dalībnieku loka var rasties ierobežojumi, kas ietekmē vai nu piedāvājumu, vai pieprasījumu standartizētā produkta tirgū.

alternatīvas tehnoloģijas var konkurēt par iekļaušanu standartā. Tiklīdz viena tehnoloģija ir izraudzīta vai izstrādāta un standarts ir noteikts, dažas tehnoloģijas un uzņēmumi var saskarties ar šķēršļiem ienākšanai tirgū un potenciāli tikt izstumti no tā. Turklāt standarti, kas nosaka, ka standartam atbilst tikai viena konkrēta tehnoloģija, var kavēt citu tehnoloģiju izstrādi un izplatīšanos. Tādas pašas sekas var rasties arī tad, ja citu tehnoloģiju izstrādi kavē prasība standarta izstrādes organizācijas dalībniekiem izmantot vienīgi konkrētu standartu. Inovācijas ierobežošanas risks palielinās, ja viens vai vairāki uzņēmumi tiek nepamatoti izslēgti no standartizācijas procesa.

469. Attiecībā uz standartiem, kas saistīti ar intelektuālā īpašuma tiesībām²⁶⁷, uzņēmumus teorētiski var iedalīt trīs lielās grupās pēc to atšķirīgajām interesēm saistībā ar standartizāciju. Pirmkārt, ir uzņēmumi, kas darbojas vienīgi augšupējos tirgos un tikai izstrādā un pārdod tehnoloģijas. Šajā grupā var ietilpt arī uzņēmumi, kas iegādājas tehnoloģijas nolūkā tās licencēt. To vienīgais ienākumu avots ir licencēšanas ieņēmumi, tāpēc tie ir ieinteresēti autoratlīdzības apmēra palielināšanā. Otrkārt, ir uzņēmumi, kas darbojas vienīgi lejupējos tirgos un ražo preces vai piedāvā pakalpojumus, izmantojot vienīgi citu izstrādātas tehnoloģijas, bet attiecīgās intelektuālā īpašuma tiesības tiem nepieder. Šai grupai autoratlīdzības ir nevis ienākumu avots, bet gan izmaksu postenis, tāpēc tā ir ieinteresēta autoratlīdzības apmēra samazināšanā. Visbeidzot, ir arī integrēti uzņēmumi, kas gan izstrādā tehnoloģijas, ko aizsargā intelektuālā īpašuma tiesības, gan pārdod produktus, kuru ražošanai tiem nepieciešama licence. Šiem uzņēmumiem ir divējāda motivācija. No vienas puses, tie var gūt licencēšanas ieņēmumus no savām intelektuālā īpašuma tiesībām. No otras puses, tiem var nākties maksāt autoratlīdzību citiem uzņēmumiem, kam pieder intelektuālā īpašuma tiesības, kas ir būtiskas standartam, kurš attiecas uz to produktiem. Tāpēc tie varētu būt ieinteresēti savstarpējā licencēšanā, ļaujot izmantot sev piederošās būtiskās intelektuālā īpašuma tiesības apmaiņā pret citiem uzņēmumiem piederošām būtiskām intelektuālā īpašuma tiesībām, vai arī savu intelektuālā īpašuma tiesību izmantošanā aizsargājošā veidā. Turklāt uzņēmumi var savu intelektuālā īpašuma tiesību novērtēšanai izmantot nevis autoratlīdzības, bet gan citas metodes. Praksē daudzi uzņēmumi izmanto minētos uzņēmējdarbības modeļus jaukti.
470. Treškārt, standartizācija var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, ja dažiem uzņēmumiem ir liegta iespēja faktiski piekļūt standartizācijas procesa rezultātiem (t. i., specifikācijām un/vai standarta īstenošanai nepieciešamajām būtiskajām intelektuālā īpašuma tiesībām). Pret konkurenci vērstu seku risks pastāv, ja uzņēmumam ir vispār liegta iespēja piekļūt standartizācijas rezultātiem vai piekļuve ir atļauta tikai ar nesamērīgiem vai diskriminējošiem noteikumiem. Kārtība, kas paredz jau iepriekš atklāt potenciāli būtiskas intelektuālā īpašuma tiesības, var palielināt iespējamību, ka standarts būs faktiski pieejams²⁶⁸, jo tā ļauj dalībniekiem noskaidrot, kuras tehnoloģijas aizsargā vai neaizsargā intelektuālā īpašuma tiesības. Intelektuālā īpašuma tiesību aktiem un konkurences tiesību aktiem ir vienādi mērķi²⁶⁹ — veicināt patērētāju labklājību un inovāciju, kā arī resursu efektīvu sadali.

²⁶⁷ Šajā nodaļā intelektuālā īpašuma tiesības jo īpaši attiecas uz patentiem (izņemot nepublicētus patenta pieteikumus). Tomēr tie paši principi būtu jāpiemēro arī tad, ja citu veidu intelektuālā īpašuma tiesības praksē piešķir to subjektam kontroli pār standarta izmantošanu.

²⁶⁸ Ja tā ir apvienota ar saistībām par taisnīgiem, samērīgiem un nediskriminējošiem licencēšanas noteikumiem ("FRAND saistības"). Sk. 482.–484. punktu.

²⁶⁹ Sk. Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādnes, 7. punktu.

Intelektuālā īpašuma tiesības sekmē dinamisku konkurenci, rosinot uzņēmumus investēt līdzekļus jaunu vai uzlabotu produktu un procesu izstrādē. Tādējādi intelektuālā īpašuma tiesības principā veicina konkurenci. Tomēr dalībnieks, kam pieder būtiskas intelektuālā īpašuma tiesības, kas ir nepieciešamas standarta īstenošanai, konkrētā standartizācijas procesā varētu arī izmantot šīs tiesības, lai iegūtu kontroli pār standarta izmantošanu. Gadījumos, kad standarts ir šķērslis ienākšanai tirgū, šis uzņēmums varētu šādi kontrolēt to produktu vai pakalpojumu tirgu, uz kuru attiecas konkrētais standarts. Tas savukārt varētu dot uzņēmumiem iespēju vājināt konkurenci, piemēram, atsakoties licencēt nepieciešamās intelektuālā īpašuma tiesības vai pieprasot pārmērīgu maksu, t. i., nosakot diskriminējošu vai pārmērīgu autoratlīdzību²⁷⁰ un tādējādi liedzot faktisku piekļuvi standartam (aizturēšanas stratēģija). Iespējama arī pretēja situācija, kad licencēšanas sarunas ieviešanas vienīgi ar standarta lietotāju saistītu iemeslu dēļ. Piemēram, tā varētu būt atteikšanās maksāt *FRAND* principam atbilstošu autoratlīdzību vai novilcināšanas stratēģijas izmantošana (ignorēšanas stratēģija).

471. Taču pat tad, ja standarta noteikšana var radīt vai palielināt tādu intelektuālā īpašuma tiesību subjektu tirgus varu, kuriem pieder standartam būtiskas intelektuālā īpašuma tiesības, netiek prezumēts, ka standartam būtisku intelektuālā īpašuma tiesību turēšana vai īstenošana ir pielīdzināma tirgus varai vai tās izmantošanai. Jautājums par tirgus varu jāizvērtē katrā gadījumā atsevišķi²⁷¹.

7.3.2. Konkurences ierobežojumi mērķa dēļ

472. Nolikumiem, kuros standartu izmanto kā daļu no plašāka ierobežojoša nolīguma, kura nolūks ir izstumt no tirgus faktiskus vai potenciālus konkurentus, ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Šajā kategorijā ietilptu, piemēram, nolīgums, saskaņā ar kuru valsts ražotāju apvienība nosaka standartu un izdara spiedienu uz trešām personām, lai tās netirgotu standartam neatbilstošus produktus, vai dominējošā produkta ražotāji aizliegtā veidā vienojas, lai nepieļautu jaunas tehnoloģijas iekļaušanu jau spēkā esošā standartā²⁷².
473. Visi nolīgumi, kuru nolūks ir vājināt konkurenci, izmantojot pašu ierobežojošāko licencēšanas noteikumu atklāšanu pirms standarta pieņemšanas, lai slēptā veidā kopīgi noteiktu cenas produktiem lejupējos tirgos vai aizstājošām intelektuālā īpašuma tiesībām vai tehnoloģijām, ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ²⁷³.

²⁷⁰ Augsta autoratlīdzība var tikt atzīta par pārmērīgu vienīgi tad, ja ir izpildīti Līguma 102. pantā un Eiropas Savienības Tiesas judikatūrā paredzētie nosacījumi, kas liecina par dominējoša stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu. Sk., piemēram, 1978. gada 14. februāra spriedumu lietā *United Brands*, 27/76, EU:C:1978:22.

²⁷¹ Sk. Komisijas lēmumu lietā AT.39985 — *Motorola* — *GPRS standartam būtisku patentu īstenošana*, 221.–270. apsvērumu.

²⁷² Sk., piemēram, 147. apsvērumu Komisijas lēmumā lietā IV/35.691, *Pre-insulated pipes*, kurā par vienu no 101. panta pārkāpumiem ir atzīta “normu un standartu izmantošana, lai nepieļautu vai aizkavētu jaunas tehnoloģijas ieviešanu, kas ļautu pazemināt cenas”.

²⁷³ Šim punktam nebūtu jākavē *ex ante* atklāšana gadījumos, kad atsevišķi intelektuālā īpašuma tiesību subjekti atklāj pašus ierobežojošākos licencēšanas noteikumus attiecībā uz standartam būtiskiem patentiem vai visi intelektuālā īpašuma tiesību subjekti atklāj maksimālo uzkrātās autoratlīdzības likmi, kā aprakstīts 500. punktā. Tas arī neliedz veidot patentu kopfondus saskaņā ar Tehnoloģiju nodošanas pamatnostādņu IV.4. iedaļā izklāstītajiem principiem vai pieņemt lēmumus par standartam būtisku intelektuālā īpašuma tiesību licencēšanu bez autoratlīdzības, kā aprakstīts šajā nodaļā.

7.3.3. Konkurenci ierobežojošas sekas

7.3.3.1. Nolīgumi, kas parasti neierobežo konkurenci

474. Lai novērtētu, kā konkurenci faktiski ietekmē vai var ietekmēt standartizācijas nolīgumi, kas neierobežo konkurenci mērķa dēļ, tie jāanalizē juridiskajā un ekonomiskajā kontekstā, tajā skaitā ņemot vērā ietekmēto preču vai pakalpojumu veidu, faktiskos attiecīgā tirgus vai tirgu darbības un struktūras apstākļus. Bez tirgus varas²⁷⁴ standartizācijas nolīgums nevar radīt konkurenci ierobežojošas sekas. Tāpēc ir visai maz ticams, ka ierobežojošas sekas varētu rasties gadījumos, kad savstarpēji faktiski konkurē vairāki brīvprātīgi standarti.
475. Standartizācijas nolīgumi, kas varētu radīt tirgus varu, parasti neietilpst 101. panta 1. punkta piemērošanas jomā, ja tie atbilst 477.–483. punktā izklāstītajiem nosacījumiem.
476. Ja kādā nolīgumā daļēji vai pilnībā nav ievēroti šajā iedaļā aprakstītie principi, tas nedos pamatu prezumēt, ka šāds nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr tādā gadījumā būs jāveic pašnovērtējums, lai noskaidrotu, vai uz nolīgumu attiecas 101. panta 1. punkts, un, ja tā — vai ir izpildīti 101. panta 3. punkta nosacījumi. Jāatceras, ka pastāv dažādi atzīti standartizācijas modeļi un ka konkurence šajos modeļos un starp šiem modeļiem ir pozitīvi vērtējama tirgus ekonomikas iezīme. Tāpēc standartizācijas organizācijas var pilnīgi brīvi ieviest noteikumus un procedūras, kas atšķiras no 477.–483. punktā minētajiem, ja ar tiem netiek pārkāpti konkurences noteikumi.
477. Ja līdzdalība standarta izstrādē **nav ierobežota** un attiecīgā standarta pieņemšanas **procedūra ir pārredzama**, standartizācijas nolīgumi, kas **neuzliek pienākumu ievērot**²⁷⁵ standartu un **nodrošina piekļuvi** standartam saskaņā ar **taisnīgiem, samērīgiem un nediskriminējošiem (FRAND) noteikumiem**, parasti neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.
478. Konkrētāk, lai nodrošinātu **neierobežotu līdzdalību**, standartizācijas organizācijas noteikumos būtu jānosaka, ka standarta izvēles procesā var piedalīties visi konkurenti, kuri darbojas tirgū vai tirgos, ko ietekmēs šis standarts. Standartizācijas organizācijām būtu arī jānosaka objektīvas un nediskriminējošas procedūras, piešķirot balsstiesības, un attiecīgos gadījumos objektīvi kritēriji, izvēloties standartā iekļaujamās tehnoloģijas.
479. Attiecībā uz **pārredzamību** attiecīgajai standartizācijas organizācijai būtu jāpieņem procedūras, kas katrā standarta izstrādes procesa posmā ļautu ieinteresētajām personām faktiski un laicīgi iegūt informāciju par paredzēto, notiekošo un pabeigto standartizācijas darbu.
480. Turklāt standartizācijas organizācijas noteikumiem būtu jānodrošina **faktiska piekļuve** standartam **ar taisnīgiem, samērīgiem un nediskriminējošiem noteikumiem**²⁷⁶.
481. Ja standarts ir saistīts ar intelektuālā īpašuma tiesībām, **skaidra un līdzsvarota, konkrētajai nozarei** un attiecīgās standartizācijas organizācijas vajadzībām

²⁷⁴ Sk. arī 1. nodaļu "Ievads". Attiecībā uz tirgus daļām sk. arī 498. punktu.

²⁷⁵ Šajā saistībā sk. arī 490. punktu.

²⁷⁶ Piemēram, būtu jānodrošina faktiska piekļuve standartu specifikācijām.

pielāgota intelektuālā īpašuma tiesību politika²⁷⁷ palielina iespējamību, ka standarta īstenotājiem tiks piešķirtas faktiskas piekļuves tiesības šīs standartizācijas organizācijas izstrādātajiem standartiem.

482. Lai **nodrošinātu faktisku piekļuvi** standartam, intelektuālā īpašuma tiesību politikā būtu jāparedz, ka dalībniekiem, kas vēlas, lai to intelektuālā īpašuma tiesības tiktu iekļautas standartā, jāuzņemas neatsaucamas rakstiskas saistības izsniegt ikvienai trešai personai licenci uz savām būtiskajām intelektuālā īpašuma tiesībām ar taisnīgiem, samērīgiem un nediskriminējošiem noteikumiem (“*FRAND* saistības”)²⁷⁸. Šīs saistības būtu jāuzņemas pirms standarta pieņemšanas. Vienlaikus intelektuālā īpašuma tiesību politikā būtu jāparedz, ka intelektuālā īpašuma tiesību subjekti var izslēgt konkrētas tehnoloģijas no standartizācijas procesa un līdz ar to atteikties no licencēšanas saistībām ar noteikumu, ka tas notiek standarta izstrādes agrīnā posmā. Lai nodrošinātu *FRAND* saistību iedarbīgumu, būtu jāparedz, ka visiem iesaistītajiem intelektuālā īpašuma tiesību subjektiem, kas uzņemas šīs saistības, jānodrošina, ka šīs saistības būtu saistošas ikvienam uzņēmumam, kuram intelektuālā īpašuma tiesību turētājs nodod savas intelektuālā īpašuma tiesības (tostarp tiesības licencēt šīs intelektuālā īpašuma tiesības), piemēram, iekļaujot attiecīgu punktu pārdošanas un pirkšanas līgumā. Jānorāda, ka *FRAND* var attiekties arī uz licencēm, ko piešķir bez autoratlīdzības.
483. Turklāt intelektuālā īpašuma tiesību politikā būtu jāparedz, ka dalībniekiem **godprātīgi jāatklāj** savas intelektuālā īpašuma tiesības, kas varētu būt būtiskas topošā standarta īstenošanai. Tas ir svarīgi, jo i) ļauj nozares uzņēmumiem apzināti izvēlēties standartā iekļaujamo tehnoloģiju²⁷⁹ un ii) palīdz sasniegt mērķi nodrošināt faktisku piekļuvi standartam. Šāds atklāšanas pienākums varētu balstīties uz samērīgām pūlēm apzināt intelektuālā īpašuma tiesības, kas attiecas uz potenciālo standartu²⁸⁰, un atjaunināt šo informāciju standarta izstrādes gaitā. Atklājot intelektuālā īpašuma tiesības attiecībā uz patentiem, būtu jānorāda vismaz patenta vai patenta pieteikuma numurs. Ja šī informācija vēl nav pieejama publiski, ir pietiekami, ja dalībnieks paziņo, ka tas saistībā ar konkrētu tehnoloģiju varētu

²⁷⁷ Kā norādīts 482. un 483. punktā. Sk. arī Eiropas Komisijas Paziņojumu “Standartam būtiskiem patentiem piemērojamās ES pieejas izklāsts” (COM(2017) 712).

²⁷⁸ Sk. 2015. gada 16. jūlija spriedumu lietā *Huawei Technologies Co. Ltd/ZTE Corp.* un *ZTE Deutschland GmbH*, C-170/13, EU:C:2015:477, 53. punktu: “Šajos apstākļos, ievērojot, ka apņemšanās piešķirt licences ar *FRAND* nosacījumiem trešajām personām rada tiesisku palāvību, ka SEP īpašnieks tām patiešām piešķirs licences ar šādiem nosacījumiem, SEP īpašnieka attiešanās piešķirt licenci ar tādiem pašiem nosacījumiem var principā būt ļaunprātīga izmantošana LESD 102. panta izpratnē”. Sk. arī Komisijas lēmumu lietā AT.39985 — *Motorola* — *GPRS* standartam būtisku patentu īstenošana, 417. punktu: “Standartizācijas process, kura rezultātā tika pieņemts *GPRS* standarts, un *Motorola* brīvprātīgā apņemšanās licencēt Cudak SEP ar *FRAND* noteikumiem sniedza *GPRS* standarta īstenotājiem tiesisko palāvību, ka *Motorola* licencēs tiem šo SEP, ja viņi piekritīs saņemt licenci ar *FRAND* noteikumiem”.

²⁷⁹ Pretējā gadījumā rodas t. s. “patentu slazds”, kad uzņēmums, kas piedalās standartizācijas procesā, apzināti noklusē, ka tam pieder topošajam standartam būtiski patenti, un paziņo par šādiem patentiem vienīgi pēc standarta pieņemšanas, padarot pārējos uzņēmumus atkarīgus no standarta, ko tie ir spiesti izmantot. Ja standartizācijas procesā rodas “patentu slazds”, tas mazina ticību standartizācijas procesam, jo rezultātīvs standartizācijas process ir priekšnoteikums tehniskajai attīstībai un tirgus attīstībai kopumā, kas nāk par labu patērētājiem. Sk., piemēram, Komisijas 2009. gada 9. decembra lēmumu lietā COMP/38.636, *RAMBUS* (OV C 30, 6.2.2010, 17. lpp.).

²⁸⁰ Godprātīga atklāšana nenozīmē, ka vēlāmā rezultāta panākšanas vārdā dalībniekiem būtu jāsalīdzina savas intelektuālā īpašuma tiesības ar potenciālo standartu un jāsniedz paziņojums, noteikti apstiprinot, ka tiem nepieder ar šo standartu saistītas intelektuālā īpašuma tiesības.

pretendēt uz intelektuālā īpašuma tiesību atlīdzību, bet nenorāda konkrētus intelektuālā īpašuma tiesību atlīdzības apmērus vai intelektuālā īpašuma tiesību pieteikumus (t. s. vispārīgais paziņojums)²⁸¹. Vispārīga paziņojuma izteikšana pārējos gadījumos var apgrūtināt nozares uzņēmumu iespējas apzināti izvēlēties tehnoloģiju un nodrošināt faktisku piekļuvi standartam. Dalībnieki būtu arī jānodrošina atjaunināt atklāto informāciju līdz standarta pieņemšanas procesa noslēgumam, jo īpaši, ja izmaiņas sniegtajā informācijā var ietekmēt intelektuālā īpašuma tiesību būtiskumu vai spēkā esību. Tādām standartizācijas organizācijām, kas izstrādā standartus bez autoratlīdzības, intelektuālā īpašuma tiesību atklāšana nebūtu aktuāla, jo šāda veida riski, kas apdraud faktisko piekļuvi, uz tām neattiecas.

484. *FRAND* saistības ir paredzētas, lai nodrošinātu, ka standartā iekļautās būtiskās, ar intelektuālā īpašuma tiesībām aizsargātās tehnoloģijas ir pieejamas attiecīgā standarta lietotājiem ar taisnīgiem, samērīgiem un nediskriminējošiem noteikumiem. Jo īpaši *FRAND* saistības var liegt intelektuālā īpašuma tiesību subjektiem apgrūtināt standarta piemērošanu, atsakoties izdot licenci vai pieprasot netaisnīgu vai nesamērīgu (t. i., pārmērīgu) maksu pēc tam, kad nozare jau ir kļuvusi atkarīga no standarta, un/vai pieprasot diskriminējošu autoratlīdzību²⁸². Vienlaikus *FRAND* saistības ļauj intelektuālā īpašuma tiesību subjektiem gūt no savām tehnoloģijām ieņēmumus *FRAND* autoratlīdzību veidā, tādējādi gūstot samērīgu peļņu no savām pēc būtības riskantajām investīcijām pētniecībā un izstrādē. Tas var nodrošināt turpmākus stimulus vislabākās pieejamās tehnoloģijas iekļaušanai standartā.
485. Lai standartizācijas organizācijas ievērotu 101. pantu, tām nav jāpārbauda, vai dalībnieku licencēšanas noteikumi atbilst *FRAND* saistībām²⁸³. Dalībniekiem pašiem būs jānovērtē, vai licencēšanas noteikumi, un jo īpaši pieprasītā maksa, atbilst *FRAND* saistībām. Tāpēc, lemjot par *FRAND* saistību uzņemšanos attiecībā uz konkrētām intelektuālā īpašuma tiesībām, dalībniekiem būs jāprognozē *FRAND* saistību sekas, jo īpaši tas, kā šīs saistības ietekmēs dalībnieku iespēju brīvi noteikt maksas apmēru.
486. Lai domstarpību gadījumā izvērtētu, vai saistībā ar standartizāciju pieprasītā intelektuālā īpašuma tiesību piekļuves maksa nav netaisnīga vai nesamērīga, būtu jānosaka maksas apmēra un intelektuālā īpašuma tiesību ekonomiskās vērtības samērīgums²⁸⁴. Intelektuālā īpašuma tiesību ekonomisko vērtību varētu noteikt, pamatojoties uz attiecīgo intelektuālā īpašuma tiesību pašreizējo pievienoto vērtību, bet nebūtu jāņem vērā produktu panākumi tirgū, kas nav saistīti ar patentēto tehnoloģiju²⁸⁵. Pastāv vairākas novērtējuma metodes²⁸⁶, un parasti praksē bieži

²⁸¹ Dalībnieki tiek aicināti atklāt pilnīgu informāciju, paziņojot patenta un/vai patenta pieteikuma numurus, tiklīdz tie kļūst publiski pieejami.

²⁸² Sk. arī 2015. gada 16. jūlija spriedumu lietā *Huawei Technologies Co. Ltd/ZTE Corp.* un *ZTE Deutschland GmbH*, C-170/13, EU:C:2015:477, kura 71. punktā teikts, ka prasības celšana par patenta aizskārumu var tikt atzīta par dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu 102. panta izpratnē, ja līdz prasības celšanai pret personu, kas vēlas saņemt licenci, nav veiktas darbības, ko Tiesa ir uzskaitījusi savā spriedumā.

²⁸³ Standartizācijas organizācijas nepiedalās sarunās par licencēšanas noteikumiem vai to iznākumā noslēgtajos nolīgumos.

²⁸⁴ Sk. 1978. gada 14. februāra spriedumu lietā *United Brands*, 27/76, EU:C:1978:22, 250. punktu; sk. arī 2009. gada 16. jūlija spriedumu lietā *Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland*/Komisija, C-385/07 P, EU:C:2009:456, 142. punktu.

²⁸⁵ Eiropas Komisijas Paziņojums “Standartam būtiskiem patentiem piemērojamās ES pieejas izklāsts” (COM(2017) 712), 7. lpp.

izmanto vairāk nekā vienu metodi, lai ņemtu vērā konkrētās metodes trūkumus un veiktu rezultātu kontrolpārbaudi²⁸⁷. Var salīdzināt konkrētā uzņēmuma pieprasīto licencēšanas maksu par attiecīgajiem patentiem konkurences apstākļos pirms standarta izstrādes nozarē (*ex ante*), ar otras labākās pieejamās alternatīvas maksu/autoratlīdzību (*ex ante*) vai ar vērtību/pieprasīto autoratlīdzību pēc tam, kad nozare ir kļuvusi atkarīga no standarta (*ex post*). Izmantojot šo metodi, pieņem, ka salīdzināšanu ir iespējams veikt konsekventi un ticami²⁸⁸.

487. Novērtējuma veikšanu varētu uzticēt arī neatkarīgiem ekspertiem, lai iegūtu objektīvu atzinumu par to, cik nozīmīgas un būtiskas attiecīgajam standartam ir konkrētās intelektuālā īpašuma tiesības. Attiecīgā gadījumā konkrētā standartizācijas procesā atsaucēi var izmantot arī *ex ante* atklātos licencēšanas noteikumus, tai skaitā atsevišķās vai kopējās autoratlīdzības par attiecīgajām intelektuālā īpašuma tiesībām. Var būt iespējams arī salīdzināt licencēšanas noteikumus intelektuālā īpašuma tiesību subjekta nolīgumos ar citiem tā paša standarta īstenotājiem. Par *FRAND* autoratlīdzības likmju atskaites punktu var izmantot arī autoratlīdzības likmes, kas par tām pašām intelektuālā īpašuma tiesībām jāmaksā saistībā ar citiem salīdzināmiem standartiem. Izmantojot šīs metodes, pieņem, ka salīdzināšanu ir iespējams veikt konsekventi un ticami, un to neietekmē tirgus varas neatļauta izmantošana. Vēl viena metode paredz vispirms noteikt visu attiecīgo intelektuālā īpašuma tiesību kopējo vērtību un pēc tam — uz konkrēto intelektuālā īpašuma tiesību subjektu attiecināmo daļu. Šo pamatnostādņu nolūks nav sniegt izsmeļošu sarakstu ar visām piemērojām metodēm, ko var izmantot, lai noteiktu, vai autoratlīdzības maksas nav pārmērīgas vai diskriminējošas saskaņā ar 102. punktu.

488. Tomēr jāuzsver, ka nekas šajās pamatnostādņēs neliedz pusēm risināt ar *FRAND* autoratlīdzības likmēm saistītos strīdus, iesniedzot prasību kompetentā civiltiesā vai komerciālo tiesā vai izmantojot alternatīvas strīdu izšķiršanas metodes²⁸⁹.

7.3.3.2. Standartizācijas nolīgumu novērtējums, pamatojoties uz to ietekmi

489. Katra standartizācijas nolīguma novērtējumā jāņem vērā standarta iespējamā ietekme uz attiecīgajiem tirgiem. Analizējot standartizācijas nolīgumus, jāpievērš uzmanība sektora un nozares iezīmēm. Turpmākie apsvērumi attiecas uz visiem standartizācijas nolīgumiem, kuros ir atkāpes no 477.–483. punktā izklāstītajiem principiem.

(a) Brīvprātība standarta ievērošanā

490. Iespējamība, ka standartizācijas nolīgums var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, var būt atkarīga no tā, vai standartizācijas organizācijas dalībnieki var brīvi izstrādāt

²⁸⁶ Principā uz izmaksām balstītas metodes var nebūt piemērotākā izvēle, jo novērtēt uz konkrēto patentu vai patentu grupu izstrādi attiecināmās izmaksas ir sarežģīti, un šādas metodes var kropļot inovāciju stimulus.

²⁸⁷ Šeit aprakstītās metodes nav vienīgās, un *FRAND* likmju noteikšanai var izmantot citas metodes, kas pēc būtības atbilst aprakstītajām metodēm. Sk. arī *Chrysoula Pentheroudakis, Justus A. Baron* (2017) “*Licensing Terms of Standard Essential Patents. A Comprehensive Analysis of Cases*”. *JRC Science for Policy Report*. EUR 28302 EN; doi:10.2791/193948.

²⁸⁸ Sk. 1989. gada 13. jūlija spriedumu lietā *Tournier*, C-395/87, EU:C:1989:319, 38. punktu; 1989. gada 13. jūlija spriedumu lietā *Lucazeau* un citi/*SACEM* un citi, lietas 110/88, 241/88 un 242/88, EU:C:1989:326, 33. punktu.

²⁸⁹ Ja abas puses tam piekrīt, strīdus par standartiem būtisku patentu *FRAND* noteikumiem var izšķirt arī neatkarīga trešā persona, t. i., šķīrējtiesnesis. Sk., piemēram, 2015. gada 16. jūlija spriedumu lietā *Huawei Technologies Co. Ltd/ZTE Corp.* un *ZTE Deutschland GmbH*, C-170/13, EU:C:2015:477, 68. punktu, un Komisijas 2014. gada 29. aprīļa lēmumu lietā AT. 39939, *Samsung — GPRS standartam būtisku patentu īstenošana*, 78. apsvērumu.

alternatīvus standartus vai produktus, kas neatbilst saskaņotajam standartam²⁹⁰. Piemēram, ja standartizācijas nolīgums paredz, ka dalībniekiem ir pienākums ražot tikai standartam atbilstošus produktus, ievērojami pieaug risks, ka tas varētu negatīvi ietekmēt konkurenci, un konkrētos apstākļos varētu uzskatīt, ka tas ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ²⁹¹. Pēc tā paša principa standarti, kas attiecas tikai uz mazsvarīgiem galaproduktu aspektiem vai daļām, jo īpaši ja tajos nav ietvertas būtiskas intelektuālā īpašuma tiesības, varētu radīt konkurences problēmas retāk nekā vispusīgāki standarti.

(b) Piekļuve standartam

491. Novērtējot, vai nolīgums ierobežo konkurenci, ņem vērā arī piekļuvi standartam. Ja dalībniekiem vai trešām personām (kas nav attiecīgās standartizācijas organizācijas biedri) standarta rezultāts (t. i., standarta ievērošanas specifikācija un attiecīgos gadījumos standarta īstenošanai vajadzīgās būtiskās intelektuālā īpašuma tiesības) vispār nav pieejams, tas var izraisīt tirgus piekļuves ierobežošanu vai tirgus segmentāciju un tādējādi ierobežot konkurenci. Konkurences ierobežojumi ir iespējami arī tad, ja dalībnieki vai trešās personas var piekļūt standarta rezultātam vienīgi ar diskriminējošiem vai nesamērīgiem noteikumiem. Taču, ja konkurē vairāki standarti vai pastāv faktiska konkurence starp standartizēto risinājumu un nestandardizētu risinājumu, piekļuves ierobežojumiem var arī nebūt konkurenci ierobežojošu seku.
492. Ja standartizācijas nolīgumos paredzētie **intelektuālā īpašuma tiesību atklāšanas modeļi atšķiras** no 483. punktā aprakstītajiem, būtu katrā atsevišķā gadījumā jānovērtē, vai attiecīgais informācijas atklāšanas modelis (piemēram, modelis, saskaņā ar kuru intelektuālā īpašuma tiesību informācijas atklāšana ir tikai ieteicama, bet ne obligāta) garantē faktisku piekļuvi standartam. Standartizācijas nolīgumi, kas paredz atklāt informāciju par visu intelektuālā īpašuma tiesību iezīmēm un pievienoto vērtību, ko tās sniedz standartam, un tādējādi uzlabo pārredzamību standartizācijā iesaistītajām personām, principā neierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

(c) Līdzdalība standarta izstrādē

493. Ja līdzdalība standartizācijas procesā ir atklāta, konkurenci ierobežojošu seku iespējamības risks būs mazāks nekā tad, ja dažiem uzņēmumiem ir liegta iespēja ietekmēt standarta izvēli un izstrādi²⁹².
494. Atklātu līdzdalību var nodrošināt, ļaujot standarta izstrādē un izvēlē piedalīties visiem konkurentiem un/vai attiecīgajām ieinteresētajām personām standarta ietekmētajā tirgū.

²⁹⁰ Sk. Komisijas lēmumu lietā IV/29/151, *Philips/VCR*, kura 23. apsvērumā teikts: “Tā kā šie standarti bija paredzēti VCR iekārtu ražošanai, pusēm bija pienākums ražot un izplatīt tikai Philips licencētajai VRC sistēmai atbilstošas kasetes un magnetofonus. Tām bija aizliegts pāriet uz citu videokasešu sistēmu ražošanu un izplatīšanu. Tas bija konkurences ierobežojums saskaņā ar 85. panta 1. punkta b) apakšpunktu”.

²⁹¹ Sk. Komisijas lēmumu lietā IV/29/151, *Philips/VCR*, 23. apsvērumu.

²⁹² Komisijas lēmumā lietā IV/31.458, *X/Open Group*, Komisija atzina, ka, lai arī pieņemtie standarti tika publiskoti, uzņēmumiem, kas nebija biedri, ierobežotās līdzdalības politikas dēļ bija liegta iespēja ietekmēt grupas darbu un iegūt ar standartiem saistīto zinātību un tehnisko kompetenci, kuru biedri, visticamāk, iegūtu. Turklāt uzņēmumi, kas nebija biedri, atšķirībā no biedriem nevarēja īstenot standartu pirms tā pieņemšanas (sk. 32. punktu). Tāpēc šajos apstākļos nolīgums tika uzskatīts par ierobežojumu 101. panta 1. punkta nozīmē.

495. Jo lielāka ir standarta iespējamā ietekme uz tirgu un jo plašākas tā potenciālās piemērošanas jomas, jo svarīgāk ir nodrošināt vienlīdzīgu piekļuvi standartizācijas procesam.
496. Tomēr noteiktās situācijās līdzdalības ierobežošanai var nebūt konkurenci ierobežojošu seku 101. panta 1. punkta nozīmē, piemēram, šādos gadījumos: i) ja pastāv konkurence starp vairākiem standartiem un standartizācijas organizācijām, ii) ja atteikšanās no līdzdalības ierobežojumiem²⁹³ padarītu standarta pieņemšanu neiespējamu vai mazticamu²⁹⁴ vai iii) ja līdzdalības ierobežojumi ir spēkā noteiktu laiku, tie tika noteikti procesa paātrināšanas nolūkā (piemēram, standartizācijas procesa sākumposmā) un visos būtiskajos posmos visiem konkurentiem ir nodrošināta iespēja iesaistīties standarta turpmākajā izstrādē.
497. Dažos gadījumos ierobežotas līdzdalības iespējamās negatīvās sekas var novērst vai vismaz mazināt, nodrošinot, ka ieinteresētās personas tiek regulāri informētas par darba gaitu un iesaistītas konsultācijās²⁹⁵. Var paredzēt atzītas procedūras ieinteresēto personu (piemēram, patērētāju) kolektīvai pārstāvībai. Jo vairāk ieinteresētās personas var ietekmēt procesu, kas noslēgsies ar standarta izvēli, un jo pārredzamāka ir standarta pieņemšanas procedūra, jo lielāka ir iespējamība, ka pieņemtajā standartā būs ievērotas visu ieinteresēto personu intereses.

(d) Tirgus daļas

498. Lai novērtētu standartizācijas nolīguma ietekmi, būtu jāņem vērā standartizēto preču, pakalpojumu vai tehnoloģiju tirgus daļas. Agrīnā izstrādes posmā ne vienmēr var precīzi noteikt, vai standartu praksē pieņems ievērojams skaits nozares uzņēmumu vai arī to izmantos tikai niecīga daļa attiecīgās nozares uzņēmumu. Gadījumos, kad standartā izmantotās tehnoloģijas nodrošina vertikāli integrēti uzņēmumi, standarta izstrādē iesaistīto uzņēmumu konkrētā tirgus daļas var izmantot par aizstājējvērtībām standarta iespējamās tirgus daļas aprēķināšanai (jo uzņēmumi, kas piedalās standarta izstrādē, lielākoties ir ieinteresēti standarta īstenošanā)²⁹⁶. Tomēr, tā kā standartizācijas nolīgumu efektivitāte bieži ir proporcionāla standarta izstrādē un/vai piemērošanā iesaistītajai nozares daļai, par iespējamību, ka standarts varētu radīt konkurenci ierobežojošas sekas, ne vienmēr var spriest, pamatojoties uz faktu, ka pusēm pieder lielas tirgus daļas standarta ietekmētajā tirgū vai tirgos.

(e) Diskriminācija

499. Ikviens standartizācijas nolīgums, kas acīm redzami diskriminē iesaistītos vai potenciālos dalībniekus, var radīt konkurences ierobežojumus. Piemēram, ja standartizācijas organizācija nepārprotami norobežojas no uzņēmumiem, kas darbojas tikai augšupējos tirgos (t. i., uzņēmumiem, kuri nedarbojas lejupējos ražošanas tirgos), no tirgus varētu tikt izstumtas potenciāli labākas augšupējās tehnoloģijas.

(f) Autoratlīdzības likmju *ex ante* atklāšana

²⁹³ Šādi ierobežojumi var izpausties kā ieinteresēto personu neiekļaušana standartizācijas nolīgumā vai ierobežotāka statusa piešķiršana noteiktiem dalībniekiem.

²⁹⁴ Vai arī tad, ja standarta pieņemšana ievērojami aizkavētos neefektīva procesa dēļ un visus sākotnējos ierobežojumus pārsniegtu efektivitāte, ko ņem vērā novērtējumā saskaņā ar 101. panta 3. punktu.

²⁹⁵ Sk. Komisijas 2009. gada 14. oktobra lēmumu lietā 39.416, *Kuģu klasifikācija*.

²⁹⁶ Sk. 464. punktu.

500. Standartizācijas nolīgumi, kas paredz *ex ante* atklāšanu, nosakot, ka atsevišķiem intelektuālā īpašuma tiesību turētājiem jāatklāj paši ierobežojošākie licencēšanas noteikumi attiecībā uz standartam būtiskiem patentiem vai visiem intelektuālā īpašuma tiesību subjektiem jāatklāj maksimālā uzkrātās²⁹⁷ autoratlīdzības likme, principā neierobežos konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Šajā ziņā ir svarīgi nodrošināt, lai standarta izvēlē iesaistītās personas būtu pilnībā informētas ne vien par pieejamajiem tehniskajiem risinājumiem un ar tiem saistītajām intelektuālā īpašuma tiesībām, bet arī par iespējamajām intelektuālā īpašuma tiesību izmaksām. Tāpēc gadījumos, kad standartizācijas organizācijas intelektuālā īpašuma tiesību politika liek intelektuālā īpašuma tiesību subjektiem pirms standarta pieņemšanas individuāli atklāt pašus ierobežojošākos licencēšanas noteikumus, tostarp maksimālo uzkrātās autoratlīdzības likmi, ko tie varētu pieprasīt, nolīgums parasti neradīs konkurences ierobežojumus 101. panta 1. punkta nozīmē²⁹⁸. Šāda pašu ierobežojošāko licencēšanas noteikumu vai maksimālās uzkrātās autoratlīdzības likmes vienpusēja *ex ante* atklāšana varētu dot standarta izstrādē iesaistītajām personām iespēju pieņemt apzinātu lēmumu, pamatojoties uz informāciju par dažādu alternatīvu tehnoloģiju trūkumiem un priekšrocībām.

7.4. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

7.4.1. Efektivitātes pieaugums

501. Standartizācijas nolīgumi bieži rada ievērojamu efektivitātes pieaugumu. Piemēram, Savienības mēroga standarti var atvieglot tirgus integrāciju un dot uzņēmumiem iespēju tirgot preces un pakalpojumus visās dalībvalstīs, paplašinot patērētāju izvēles iespējas un pazeminot cenas. Standarti, kas nodrošina savstarpēju tehnisku sadarbību un saderību, bieži veicina konkurenci pēc būtības dažādu uzņēmumu tehnoloģiju starpā un palīdz novērst atkarību no viena konkrēta piegādātāja. Turklāt standarti var samazināt pārdevēju un pircēju darījumu izmaksas. Standarti, kas nosaka, piemēram, produktam izvirzītās kvalitātes, drošuma un vides aspektu prasības, var arī atvieglot patērētāju izvēli un palīdzēt uzlabot produktu kvalitāti. Standartiem ir svarīga loma arī inovācijas jomā. Tie var samazināt laiku, ko prasa jaunu tehnoloģiju laišana tirgū, un veicināt inovāciju, ļaujot uzņēmumiem pilnveidot saskaņotos risinājumus. Šis efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu.
502. Lai standartizācijas nolīgumi nodrošinātu efektivitātes pieaugumu, nepieciešamajai informācijai par standarta piemērošanu jābūt faktiski pieejamai tiem, kas vēlas ienākt tirgū²⁹⁹.
503. Standarta izplatību var sekmēt, izmantojot zīmes vai logotipus, kas apliecina atbilstību standartam un tādējādi sniedz klientiem pārliecību. Testēšanas un sertificēšanas nolīgumi pārsniedz standarta noteikšanas pamatmērķi, un tie parasti ir atsevišķi nolīgumi, kas attiecas uz atsevišķu tirgu.

²⁹⁷ Lai uzlabotu standarta īstenošanas iespējamo izmaksu pārredzamību, standartizācijas organizācijas varētu uzņemties iniciatīvu nodrošināt maksimālā kopējā uzkrātās autoratlīdzības apmēra atklāšanu. Kopējais uzkrāto autoratlīdzību apmērs var tikt sadalīts starp intelektuālā īpašuma tiesību subjektiem līdzīgi kā patentu kopfonda koncepcijā.

²⁹⁸ Pašu ierobežojošāko licencēšanas noteikumu vienpusējai vai kopīgai *ex ante* atklāšanai nebūtu jākalpo par aizsegu kopīgai cenu noteikšanai vai nu lejupējiem produktiem, vai aizstājošām intelektuālā īpašuma tiesībām vai tehnoloģijām, kas ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ.

²⁹⁹ Sk. 42. apsvērumu Komisijas 1986. gada 15. decembra lēmumā lietā IV/31.458, *X/Open Group*: “Komisija uzskata, ka grupas gatavība pēc iespējas drīzāk darīt pieejamus rezultātus ir tās lēmuma piešķirt atbrīvojumu būtisks elements”.

504. Kaut arī ietekme uz inovāciju jāanalizē katrā gadījumā atsevišķi, tomēr pastāv uzskats, ka, piemēram, standarti, kas nodrošina dažādu tehnoloģiju platformu saderību horizontālā līmenī, var radīt efektivitātes pieaugumu.

7.4.2. Obligāta vajadzība

505. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada standartizācijas nolīgums vai standarta noteikumi, neatbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem.
506. Katra standartizācijas nolīguma novērtējumā jāņem vērā, no vienas puses, tā iespējamā ietekme uz attiecīgajiem tirgiem un, no otras puses, to ierobežojumu ietekme, kuri, iespējams, pārsniedz efektivitātes uzlabošanas mērķa sasniegšanai nepieciešamos³⁰⁰.
507. Līdzdalībai standartizācijas procesā parasti būtu jābūt brīvi pieejamai visiem konkurentiem standarta ietekmētajā tirgū vai tirgos, ja vien puses nepierāda, ka šāda līdzdalība ievērojami apgrūtinātu procesa efektīvu norisi³⁰¹. Otra iespēja būtu novērst vai mazināt ierobežojošās sekas, ko rada ierobežota līdzdalība, kādā citā veidā³⁰². Turklāt gadījumos, kad standarta pieņemšana ievērojami aizkavētos neefektīva procesa dēļ, ja tajā ļautu piedalīties visiem konkurentiem, līdzdalības ierobežojumus varētu pārsniegt efektivitāte, kā paredzēts 101. panta 3. punktā.
508. Parasti standartizācijas nolīgumos būtu jāiekļauj vienīgi tādi noteikumi, kas ir noteikti nepieciešami, lai sasniegtu šo nolīgumu mērķus — savstarpēju tehnisku sadarbību un saderību vai konkrētu kvalitātes līmeni. Gadījumos, kad tikai viena tehnoloģiska risinājuma noteikšana nāktu par labu patērētājiem vai ekonomikai kopumā, šādam standartam vajadzētu būt nediskriminējošam. Tehnoloģiski neitrāli standarti konkrētos apstākļos var radīt lielāku efektivitātes pieaugumu. Aizstājošu intelektuālā īpašuma tiesību³⁰³ kā būtisku standarta elementu iekļaušana standartā, vienlaikus liekot standarta lietotājiem maksāt par lielāku skaitu intelektuālā īpašuma tiesību, nekā tas ir tehniski nepieciešams, pārsniegtu paredzētā efektivitātes pieauguma sasniegšanai nepieciešamo. Arī aizstājošu intelektuālā īpašuma tiesību kā būtisku standarta elementu iekļaušana standartā, nosakot, ka attiecīgo tehnoloģiju ir atļauts izmantot tikai konkrētajā standartā (t. i., ekskluzīva izmantošana), varētu

³⁰⁰ Komisijas lēmumā lietā IV/29/151, *Philips/VCR*, teikts, ka *VCR* standartu ievērošana noveda pie citu, iespējams, labāku sistēmu izstumšanas no tirgus. Št izstumšana bija īpaši nopietns ierobežojums, ņemot vērā *Philips* vadošo stāvokli tirgū. “.. *Pusēm tika noteikti ierobežojumi, kas nebija obligāti vajadzīgi, lai panāktu šos uzlabojumus. VCR videokasešu saderība ar citu ražotāju izgatavotajām ierīcēm būtu panākama arī tad, ja citiem ražotājiem VCR iekārtu ražošanā būtu tikai pienākums ievērot VCR standartus*” (31. apsvērums).

³⁰¹ Sk. Komisijas 1986. gada 15. decembra lēmumu lietā IV/31.458, *X/Open Group*, kura 45. apsvērumā teikts: “*Grupas mērķi nebūtu sasniedzami, ja visiem uzņēmumiem, kas bija gatavi atbalstīt grupas mērķus, būtu tiesības kļūt par biedriem. Tas radītu ar darba pārvaldības praksi un loģistiku saistītas grūtības un, iespējams, kavētu atbilstošu priekšlikumu pieņemšanu*”. Sk. arī Komisijas lēmumu lietā 39.416, *Kuģu klasifikācija*, kura 36. punktā teikts: “*Saistības nodrošina pienācīgu līdzsvaru starp nepieciešamību, no vienas puses, saglabāt augstus kritērijus dalībai IACS un, no otras puses, novērst nevajadzīgus šķēršļus šādai dalībai. Šie jaunie kritēriji nodrošinās, ka tikai tehniskā ziņā kompetentas klasifikācijas sabiedrības var kļūt par IACS locekļiem, tādējādi novēršot, ka pārāk saudzīgas prasības dalībai IACS nepamatoti samazina IACS darba efektivitāti un kvalitāti. Tajā pašā laikā jaunie kritēriji neliegs klasifikācijas sabiedrībām, kuras ir tehniskā ziņā kompetentas, iestāties IACS, ja šīs sabiedrības to vēlas*”.

³⁰² Sk. 477. punktu iepriekš par to, ka jānodrošina ieinteresēto personu regulāra informēšana par darba gaitu un to iesaistīšana konsultācijās.

³⁰³ Tehnoloģijas, kuras lietotāju vai licenciātu ieskatā ir savstarpēji nomaināmas vai aizstājamas ar citām tehnoloģijām, ņemot vērā šo tehnoloģiju iezīmes un paredzēto izmantojumu.

ierobežot konkurenci starp tehnoloģijām un pārsniegtu paredzētās efektivitātes sasniegšanai nepieciešamo.

509. Ierobežojumi standartizācijas nolīgumā, kas padara standartu par nozarei saistošu un obligātu, principā nav obligāti vajadzīgi.
510. Standartizācijas nolīgumi, kas piešķir dažām struktūrām ekskluzīvas tiesības pārbaudīt atbilstību standartam, arī pārsniedz standarta noteikšanas pamatmērķi un var ierobežot konkurenci. Tomēr īslaicīgu ekskluzivitāti var attaisnot, piemēram, nepieciešamība atgūt ievērojamas sākumposma izmaksas³⁰⁴. Tādā gadījumā standartizācijas nolīgumā jāiekļauj atbilstošas drošības klauzulas, lai mazinātu konkurences apdraudējumus, ko var izraisīt šāda ekskluzivitāte. Tas attiecas arī uz sertifikācijas maksu, kuras apmēram jābūt pieņemamam un proporcionālam atbilstības pārbaūžu izmaksām.

7.4.3. *Nodošana patērētājiem*

511. Obligāti vajadzīgu ierobežojumu rezultātā panāktais efektivitātes pieaugums jānodod patērētājiem apjomā, kas pārsniedz standartizācijas nolīguma radītās konkurenci ierobežojošās sekas. Analizējot iespējamu nodošanu patērētājiem, jāpievērš uzmanība procedūrām, ko izmanto, lai garantētu standartu lietotāju un galapatērētāju interešu aizsardzību. Ja standarti atvieglo jaunu un jau pastāvošu produktu, pakalpojumu un procesu savstarpēju tehnisku sadarbību un saderību vai konkurenci starp tiem, var pieņemt, ka standarti radīs labumu patērētājiem.

7.4.4. *Konkurences nelikvidēšana*

512. Tas, vai standartizācijas nolīgumi dod pusēm iespēju likvidēt konkurenci, ir atkarīgs no dažādiem konkurences avotiem tirgū, no konkurences spiediena, ar kādu tie iedarbojas uz pusēm, un no nolīguma ietekmes uz šo konkurences spiedienu. Veicot šādu analīzi, tirgus daļas ir svarīgs faktors, taču pārējo faktiskās konkurences avotu mērogu nevar novērtēt, pamatojoties vienīgi uz tirgus daļas lielumu, izņemot gadījumus, kad standarts kļūst par nozares *de facto* standartu³⁰⁵. Tādā gadījumā konkurenci var likvidēt, ja trešām personām ierobežo faktisku piekļuvi šim standartam.

7.5. **Piemēri**

513. Konkurentiem nerasniedzamu standartu noteikšana

1. piemērs

Situācija: standartizācijas organizācija nosaka un publicē drošuma standartus, ko plaši izmanto attiecīgajā nozarē. Standarta izstrādē piedalās lielākā daļa konkurentu, kuri darbojas nozarē. Pirms standarta pieņemšanas tirgus jaunpienācējs ir izstrādājis veikspējas un funkcionālo prasību ziņā tehniski līdzvērtīgu produktu, ko atzīst standartizācijas organizācijas tehniskā komiteja. Taču drošuma standarta tehniskās

³⁰⁴ Šajā ziņā sk. Komisijas 1995. gada 29. novembra lēmumu lietās IV/34.179, 34.202, 216, *Dutch Cranes (SCK un FNK)*, kura 23. apsvērumā teikts: “Aizliegums izmantot SCK nesertificētus apakšuzņēmējus ierobežo sertificētu uzņēmumu rīcības brīvību. Lai noteiktu, vai šāds aizliegums nepieļauj, neierobežo un neizkropļo konkurenci 85. panta 1. punkta nozīmē, tas jāizvērtē tā juridiskajā un ekonomiskajā kontekstā. Ja šāds aizliegums ir saistīts ar sertifikācijas sistēmu, kas ir pilnīgi atklāta, neatkarīga un pārredzama un paredz līdzvērtīgu garantiju pieņemšanu no citām sistēmām, var apgalvot, ka tam nav konkurenci ierobežojošu seku, bet tā mērķis ir pilnīgi garantēt sertificēto preču un pakalpojumu kvalitāti”.

³⁰⁵ *De facto* standartizācija attiecas uz gadījumiem, kad (juridiski nesaistošu) standartu praksē izmanto lielākā daļa nozares uzņēmumu.

specifikācijas bez jebkāda objektīva pamatojuma ir izstrādātas tā, ka nav iespējams nodrošināt ne šā, ne citu jaunu produktu atbilstību standartam.

Analīze: šis standartizācijas nolīgums var radīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē, un ir maz ticams, ka tas varētu atbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem. Standartizācijas organizācijas biedri bez jebkāda objektīva pamatojuma ir noformulējuši standarta prasības tā, ka tās nespēj izpildīt konkurenti, kas savos produktos izmanto citus tehnoloģiskus risinājumus, lai gan šo produktu veiktspēja ir līdzvērtīga. Tāpēc šis standarts, kurā nav ievērots nediskriminācijas princips, apgrūtinās vai kavēs inovāciju un produktu daudzveidību. Ir maz ticams, ka šādi izstrādāts standarts radīs lielāku efektivitātes pieaugumu nekā neitrāls standarts.

514. Nesaistošs un pārredzams standarts, kas attiecas uz lielu tirgus daļu

2. piemērs

Situācija: vairāki plaša patēriņa elektronikas preču ražotāji, kam pieder ievērojamas tirgus daļas, vienojas par jauna standarta izstrādi *DVD* papildu produktam.

Analīze: ja a) ražotāji joprojām var brīvi ražot citus jaunus produktus, kas neatbilst jaunajam standartam, b) līdzdalība standarta izstrādē ir neierobežota un pārredzama un c) standartizācijas nolīgums neierobežo konkurenci citādi, 101. panta 1. punkts, visticamāk, netiks pārkāpts. Ja puses vienotos ražot vienīgi jaunajam standartam atbilstošus produktus, nolīgums ierobežotu tehnisko attīstību, apgrūtinātu inovāciju un liegtu pusēm pārdot atšķirīgus produktus, tādējādi radot konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē.

515. Standartizācijas nolīgums, kas neparedz atklāt intelektuālā īpašuma tiesības

3. piemērs

Situācija: privāta standartizācijas organizācija, kas izstrādā standartus IKT (informācijas un komunikācijas tehnoloģiju) nozarē, īsteno intelektuālā īpašuma tiesību politiku, kurā nav noteikts, ka topošajam standartam potenciāli būtisku intelektuālā īpašuma tiesību atklāšana ir obligāta vai vēlama. Šī standartizācijas organizācija pieņēma šādu lēmumu apzināti, jo īpaši tāpēc, ka principā visas topošajam standartam potenciāli būtiskās tehnoloģijas aizsargā dažādas intelektuālā īpašuma tiesības. Tāpēc standartizācijas organizācija uzskatīja, ka pienākums atklāt intelektuālā īpašuma tiesības, no vienas puses, neradītu dalībniekiem labumu, ļaujot izvēlēties risinājumu, ko neaizsargā vai tikai daļēji aizsargā intelektuālā īpašuma tiesības, un, no otras puses, būtu saistīts ar papildu izmaksām, ko radītu nepieciešamība izvērtēt, vai attiecīgās intelektuālā īpašuma tiesības varētu būt topošajam standartam būtiskas. Tomēr standartizācijas organizācijas intelektuālā īpašuma tiesību politika nosaka, ka visiem dalībniekiem ir jāapņemas ar *FRAND* noteikumiem licencēt visas intelektuālā īpašuma tiesības, kas varētu attiekties uz topošo standartu. Intelektuālā īpašuma tiesību politika paredz atteikšanās iespēju, ja intelektuālā īpašuma tiesību subjekts vēlas, lai vispārējās licencēšanas saistības netiktu attiecinātas uz konkrētām intelektuālā īpašuma tiesībām. Šajā konkrētajā nozarē darbojas vairākas konkurējošas privātas standartizācijas organizācijas. Privātās standartizācijas organizācijas darbā var piedalīties ikviens nozares dalībnieks.

Analīze: pienākums atklāt intelektuālā īpašuma tiesības daudzos gadījumos veicina konkurenci, *ex ante* palielinot konkurenci tehnoloģiju starpā. Ja jāizdara izvēle starp konkurējošām tehnoloģijām, šāds pienākums vispārīgi ļauj standartizācijas

organizāciju biedriem ņemt vērā intelektuālā īpašuma tiesību apjomu, kas attiecas uz konkrēto tehnoloģiju (un, ja iespējams, pat izvēlēties tehnoloģiju, ko neaizsargā intelektuālā īpašuma tiesības). Intelektuālā īpašuma tiesību apjoms, kas attiecas uz tehnoloģiju, bieži tieši ietekmē standarta piekļuves izmaksas. Taču šajā konkrētajā gadījumā šķiet, ka visas pieejamās tehnoloģijas aizsargā intelektuālā īpašuma tiesības — un pat vairākas. Tāpēc intelektuālā īpašuma tiesību atklāšana neradītu priekšrocības, ļaujot dalībniekiem izvēlēties tehnoloģiju atkarībā no intelektuālā īpašuma tiesību apjoma, jo neatkarīgi no izvēlētas tehnoloģijas var pieņemt, ka uz to attiecas intelektuālā īpašuma tiesības. Var secināt, ka nolīgumam, visticamāk, nebūs negatīvas ietekmes uz konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē.

8. STANDARTA NOTEIKUMI

8.1. Definīcijas

516. Dažās nozarēs uzņēmumi izmanto tirdzniecības asociācijas vai tieši konkurējošo uzņēmumu izstrādātus pārdošanas vai pirkšanas standarta noteikumus (“standarta noteikumi”)³⁰⁶. Šīs pamatnostādnes aptver šādus standarta noteikumus, ciktāl tajos ir paredzēti standarta nosacījumi savstarpēji aizstājamu preču vai pakalpojumu pārdošanas vai pirkšanas darījumiem konkurentu un patērētāju starpā (nevis uz pārdošanas vai pirkšanas darījumiem konkurentu starpā). Ja kādā nozarē šādi standarta noteikumi tiek izmantoti plaši, nozares pirkšanas vai pārdošanas nosacījumi var kļūt *de facto* saskaņoti³⁰⁷. Standarta noteikumi ir nozīmīgi vairākās nozarēs, piemēram, banku nozarē (piemēram, bankas konta noteikumi) un apdrošināšanas nozarē.
517. Standarta noteikumi, ko atsevišķs uzņēmums ir izstrādājis vienīgi paša vajadzībām, slēdzot līgumus ar saviem piegādātājiem vai klientiem, nav horizontāli nolīgumi, tāpēc šīs pamatnostādnes uz tiem neattiecas.

8.2. Konkrētie tirgi

518. Standarta noteikumi parasti ietekmē lejupējos tirgus, kuros savā starpā konkurē uzņēmumi, kas izmanto šos standarta noteikumus, tirgojot savus produktus klientiem.

8.3. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 1. punktu

8.3.1. Galvenās konkurences problēmas

519. Standarta noteikumi var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, ierobežojot produktu izvēli un inovāciju. Ja ievērojama daļa kādas nozares uzņēmumu pieņem standarta noteikumus un nolemj piemērot tos bez atkāpēm neatkarīgi no individuālā gadījuma (vai pieļauj atkāpes vienīgi izņēmuma gadījumos spēcīgas pircēju ietekmes iespaidā), var gadīties, ka klientiem jāpieņem standarta noteikumu nosacījumi, jo nav citas izvēles. Tomēr izvēles un inovācijas ierobežošanas risks ir iespējams tikai tad, ja standarta noteikumi nosaka galaproduktu loku. Klasisku plaša patēriņa preču pārdošanas standarta noteikumi parasti neierobežo inovāciju attiecībā uz esošo produktu vai produktu kvalitāti un daudzveidību.

³⁰⁶ Šādi standarta noteikumi var aptvert vien dažus galīgajā līgumā iekļautos punktus vai ievērojamu tā daļu.

³⁰⁷ Tas attiecas uz gadījumiem, kad lielākajā daļā nozares uzņēmumu un/vai attiecībā uz lielāko daļu no produktu/pakalpojumu aspektiem praksē tiek izmantoti (juridiski nesaistoši) standarta noteikumi, ierobežojot vai vispār nepieļaujot patērētāju izvēles iespējas.

520. Turklāt atkarībā no standarta noteikumu satura tie var ietekmēt galaprodukta tirdzniecības nosacījumus. Konkrētāk, pastāv nopietns risks, ka standarta noteikumi, kas attiecas uz cenām, varētu ierobežot cenu konkurenci.
521. Turklāt, ja standarta noteikumi kļūst par nozares praksi, piekļuve tiem var izrādīties būtisks priekšnosacījums ienākšanai tirgū. Šādos gadījumos standarta noteikumu nepieejamība var radīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu. Ja standarta noteikumi ir faktiski brīvi pieejami ikvienam, kas vēlas tos izmantot, ir maz ticams, ka tie varētu radīt ar konkurenci nesaderīgu tirgus piekļuves ierobežošanu.

8.3.2. *Konkurences ierobežojums mērķa dēļ*

522. Nolīgumi, kuros standarta noteikumus izmanto kā daļu no plašāka ierobežojoša nolīguma, kura nolūks ir izstumt no tirgus faktiskus vai potenciālus konkurentus, arī ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Kā piemēru varēt minēt gadījumu, kad tirdzniecības asociācija liedz jaunpienācējam piekļuvi saviem standarta noteikumiem, kuru izmantošana ir būtisks priekšnosacījums tā ienākšanai tirgū.
523. Konkurences ierobežošana mērķa dēļ ir visi standarta noteikumi, kas tieši ietekmē cenas, ko maksā klienti (t. i., ieteicamās cenas, atlaides utt.).

8.3.3. *Konkurenci ierobežojošas sekas*

524. Lai noteiktu, vai attiecīgo standarta noteikumu izstrāde un izmantošana var radīt konkurenci ierobežojošas sekas, tie jānovērtē, ņemot vērā attiecīgo ekonomisko kontekstu un situāciju konkrētajā tirgū.
525. Ja konkurenti konkrētajā tirgū var **bez ierobežojumiem** piedalīties standarta noteikumu faktiskajā izstrādē (kā tirdzniecības asociācijas biedri vai tieši) un ja izstrādātie standarta noteikumi ir **nesaistoši** un **faktiski pieejami** ikvienam, ir maz ticams, ka nolīgumi varētu radīt konkurenci ierobežojošas sekas (ievērojot 527.–531. punktā izklāstītos iebildumus).
526. Tātad faktiski pieejami un nesaistoši plaša patēriņa preču vai pakalpojumu pārdošanas standarta noteikumi (prezumējot, ka tie neietekmē cenu) parasti nerada konkurenci ierobežojošas sekas, jo ir maz ticams, ka tie varētu negatīvi ietekmēt produktu kvalitāti, daudzveidību vai inovāciju. Tomēr ir divi vispārīgi izņēmumi, kad jāveic padziļinātāks novērtējums.
527. Pirmkārt, plaša patēriņa preču vai pakalpojumu pārdošanas standarta noteikumi, ja tie nosaka klientiem pārdodamo produktu loku, tādējādi paaugstinot produktu izvēles ierobežošanas risku, varētu radīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē gadījumos, kad to vispārējās piemērošanas rezultāts ir *de facto* saskaņošana. Tā varētu notikt gadījumos, kad standarta noteikumu plaša izmantošana *de facto* noved pie inovācijas un produktu daudzveidības ierobežošanas tirgū. Piemēram, tā var gadīties, ja apdrošināšanas līgumu standarta noteikumi ierobežo klienta praktisko izvēli attiecībā uz līguma pamatelementiem, piemēram, apdrošinātajiem standarta riskiem. Arī tad, ja standarta noteikumu izmantošana nav obligāta, tie var mazināt konkurentu ieinteresētību konkurēt produktu dažādošanas jomā. Šādas sekas varētu novērst, dodot apdrošinātajiem iespēju papildus standarta riskiem iekļaut apdrošināšanas līgumos arī citus riskus.
528. Novērtējot, vai standarta noteikumi varētu ierobežot konkurenci, samazinot produktu izvēli, būtu jāņem vērā tādi faktori kā esošā konkurence tirgū. Piemēram, ja tirgū ir

liels skaits nelielu konkurējošu uzņēmumu, produktu izvēles iespēju ierobežošanas risks varētu būt mazāks nekā tad, ja tirgū it tikai daži lieli konkurenti³⁰⁸. Arī standarta noteikumu izstrādē iesaistīto uzņēmumu tirgus daļas varētu sniegt noteiktu norādi par to, vai standarta noteikumi tiks izmantoti un vai tos izmantos liela tirgus daļa. Tomēr šajā ziņā būtiski ir izvērtēt ne vien to, vai izstrādātos standarta noteikumus varētu izmantot liela tirgus daļa, bet arī to, vai standarta noteikumi attiecas tikai uz produkta daļu vai uz visu produktu (jo šaurāki ir standarta noteikumi, jo mazāk ticams, ka tie kopumā varētu ierobežot produktu izvēli). Turklāt gadījumos, kad konkrētu produktu nebūtu bijis iespējams piedāvāt, ja nebūtu izstrādāti standarta noteikumi, visticamāk, neradīšies konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Šajā gadījumā standarta noteikumu ieviešana drīzāk paplašina, nevis sašaurina produktu izvēli.

529. Otrkārt, arī tad, ja standarta noteikumi nenosaka galaproduktu faktisko loku, tie varētu noteicoši ietekmēt ar klientu noslēgto darījumu citu iemeslu dēļ. Kā piemēru var minēt iepirkšanos tiešsaistē, kad būtiska ir klientu uzticēšanās (un tāpēc jānodrošina, piemēram, drošas norēķinu sistēmas, atbilstošs produktu apraksts, skaidri un pārredzami cenu noteikumi, elastīga preču atpakaļnosūtīšanas politika utt.). Tā kā visu šo elementu skaidra izpratne var sagādāt klientiem grūtības, tie parasti dod priekšroku plaši izplatītai praksei, un šiem elementiem piemērojami standarta noteikumi varētu kļūt par *de facto* standartu, kas uzņēmumiem būtu jāievēro, lai tie varētu darboties šajā tirgū. Lai arī nesaistoši, šie standarta noteikumi kļūtu par *de facto* standartu, kura ietekme ļoti līdzinās saistoša standarta ietekmei un ir attiecīgi jāizvērtē.
530. Ja standarta noteikumi ir saistoši, jānovērtē to ietekme uz produktu kvalitāti, daudzveidību un inovāciju (jo īpaši gadījumos, kad standarta noteikumi ir saistoši visam tirgum).
531. Turklāt, ja standarta noteikumus (tiklab saistošos, kā nesaistošos) ir iekļauti noteikumi, kas var negatīvi ietekmēt konkurenci cenu ziņā (piemēram, noteikumi, kuros ir noteikti piemērojamo atlaizņu veidi), tie varētu radīt konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē.

8.4. Novērtējums, ko veic saskaņā ar 101. panta 3. punktu

8.4.1. Efektivitāte

532. Standarta noteikumu izmantošana var sniegt labumus ekonomiskā ziņā, piemēram, ļaut klientiem ērtāk salīdzināt piedāvātos nosacījumus un tādējādi atvieglot pāreju no viena uzņēmuma pie otra. Turklāt standarta noteikumi varētu radīt efektivitātes pieaugumu, ļaujot ietaupīt darījumu izmaksas un dažos sektoros (jo īpaši tajos, kur līgumiem ir sarežģīta juridiska struktūra) atvieglinot ienākšanu tirgū. Standarta noteikumi var arī palielināt juridisko noteiktību līguma pusēm. Šis efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu.
533. Jo vairāk tirgū ir konkurentu, jo lielāku efektivitātes pieaugumu sniedz piedāvāto nosacījumu salīdzināšanas ērtums.

³⁰⁸ Ja ar standarta noteikumiem saistītā iepriekšējā pieredze konkrētajā tirgū rāda, ka standarta noteikumu rezultātā konkurence produktu dažādošanas jomā nav samazinājusies, tas varētu liecināt arī par to, ka līdzīgu standarta noteikumu izstrāde radniecīgiem produktiem arī neradīs konkurenci ierobežojošas sekas.

8.4.2. Obligāta vajadzība

534. Ierobežojumi, kuri pārsniedz to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu efektivitātes pieaugumu, ko rada standarta noteikumi, neatbilst 101. panta 3. punkta kritērijiem. Parasti nav pamata noteikt, ka standarta noteikumi ir nozarei saistoši un obligāti. Tomēr nevar izslēgt iespēju, ka konkrētos gadījumos efektivitātes pieauguma sasniegšanai var būt obligāti vajadzīgi padarīt standarta noteikumus par saistošiem.

8.4.3. Nodrošana patērētājiem

535. Jo lielākas ir uzņēmumu tirgus daļas un jo plašāk tie izmanto standarta noteikumus, jo vairāk palielinās gan konkurenci ierobežojošu seku risks, gan iespējamība panākt efektivitātes pieaugumu. Tāpēc nav iespējams noteikt vispārēju likumīguma prezumpciju, kurā nebūtu riska radīt konkurenci ierobežojošas sekas vai varētu prezumēt, ka efektivitātes pieaugumu nodos patērētājiem apjomā, kas pārsniedz konkurenci ierobežojošās sekas.
536. Tomēr dažos gadījumos standarta noteikumu radītais efektivitātes pieaugums, piemēram, tirgū pieejamo piedāvājumu labāka salīdzināmība, vieglāka pāreja no viena pakalpojuma sniedzēja pie cita un standarta noteikumos iekļauto klauzulu juridiskā noteiktība vienmēr dod labumu patērētājiem. Attiecībā uz citiem iespējamajiem efektivitātes pieauguma veidiem, piemēram, zemākām darījuma izmaksām, katrā gadījumā atsevišķi, ņemot vērā attiecīgo ekonomisko kontekstu, jānovērtē, vai tos var nodot patērētājiem.

8.4.4. Konkurences nelikvidēšana

537. Standarta noteikumi, ko izmanto vairākums nozares uzņēmumu, var kļūt par nozares *de facto* standartu. Tādā gadījumā konkurenci var likvidēt, ja trešām personām ierobežo faktisko piekļuvi šim standartam. Taču, ja standarta noteikumi attiecas tikai uz ierobežotu produkta vai pakalpojuma daļu, konkurenci tas, visticamāk, nelikvidēs.

8.5. Piemēri

538. Nesaistoši un atklāti standarta noteikumi līgumos ar galalietotājiem

1. piemērs

Situācija: elektroenerģijas izplatītāju tirdzniecības asociācija izstrādā nesaistošus standarta noteikumus par elektroenerģijas piegādi galalietotājiem. Standarta noteikumu izstrāde notiek pārredzami un nediskriminējoši. Standarta noteikumi aptver tādus jautājumus kā elektroenerģijas patēriņa vietas, pieslēguma punkta atrašanās vietas un pieslēguma sprieguma specifikācijas, elektroapgādes stabilitātes noteikumus, kā arī norēķinu kārtību līguma pušu starpā (piemēram, rīcību gadījumā, ja klients neinformē piegādātāju par mērierīču rādījumiem). Standarta noteikumi neaptver nekādus ar cenām saistītus jautājumus, t. i., tajos nav paredzētas ieteicamās cenas vai citi ar cenām saistīti noteikumi. Ikviens nozares uzņēmums var brīvi izmantot šos standarta noteikumus pēc saviem ieskatiem. Aptuveni 80 % līgumu ar galalietotājiem konkrētajā tirgū ir noslēgti, pamatojoties uz šiem standarta noteikumiem.

Analīze: šie standarta noteikumi, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Ir maz ticams, ka tie varētu atstāt ievērojamu negatīvu ietekmi uz cenām un produktu kvalitāti vai daudzveidību, arī kļūstot par nozares praksi.

539. Standarta noteikumi līgumos starp uzņēmumiem

2. piemērs

Situācija: kādas dalībvalsts būvuzņēmumi kopīgi izstrādā nesaistošus un atklātus standarta noteikumus, kas darbuzņēmējiem jāizmanto, iesniedzot klientiem būvdarbu cenas piedāvājumus. Būvniecības vai celtniecības darbu veikšanai paredzētajiem noteikumiem pievienota cenas piedāvājuma veidlapa. Kopā šie dokumenti veido būvdarbu līgumu. Tā punkti aptver tādus jautājumus kā līguma slēgšana, darbuzņēmēja un pasūtītāja vispārīgie pienākumi un ar cenām nesaistīti apmaksas nosacījumi (piemēram, noteikums par darbuzņēmēja tiesībām brīdināt par darbu apturēšanu nemaksāšanas gadījumā), apdrošināšana, termiņi, darbu nodošana un defektu novēršana, atbildības ierobežojumi, līguma izbeigšana utt. Šos standarta noteikumus bieži izmanto līgumu slēgšanai starp augšupēju uzņēmumu un lejupēju uzņēmumu.

Analīze: šie standarta noteikumi, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Parasti tie neradītu nekādus būtiskus ierobežojumus, klientiem izvēloties galaproduktu, t. i., būvdarbus. Citas konkurenci ierobežojošas sekas šķiet maz ticamas. Vairākus no iepriekš minētajiem noteikumiem (par darbu nodošanu un defektu novēršanu, līguma izbeigšanu utt.) daudzos gadījumos reglamentētu normatīvie akti.

540. Standarta noteikumi, kas atvieglo dažādu uzņēmumu produktu salīdzināšanu

3. piemērs

Situācija: kādas valsts apdrošināšanas nozares uzņēmumu apvienība izplata nesaistošus apdrošināšanas polises standarta nosacījumus izmantošanai mājokļa apdrošināšanas līgumos. Šajos nosacījumos nav norādīts apdrošināšanas prēmiju apmērs, apdrošināšanas seguma summa vai pašrisks, ko sedz apdrošinātās personas. Tie nenosaka visaptverošu apdrošināšanas segumu, kas aptver riskus, kuri vienlaicīgi nedraud ievērojamam skaitam apdrošinājuma ņēmēju, un nenosaka, ka apdrošinājuma ņēmējiem jāapdrošina dažādi riski pie tā paša apdrošinātāja. Lai arī vairākums apdrošināšanas uzņēmumu izmanto polises standarta nosacījumus, ne visos to līgumos ir paredzēti vienādi nosacījumi, jo apdrošinātāji tos pielāgo katra klienta individuālajām vajadzībām, tāpēc nevar runāt par patērētājiem piedāvāto apdrošināšanas produktu *de facto* standartizāciju. Polises standarta nosacījumi ļauj patērētājiem un patērētāju organizācijām salīdzināt dažādu apdrošinātāju piedāvātās polises. Polises standarta nosacījumu izstrādē piedalās arī patērētāju organizācija. Tos ar nediskriminējošiem noteikumiem var izmantot arī tirgus jaunpienācēji.

Analīze: šie polises standarta nosacījumi attiecas uz apdrošināšanas galaprodukta struktūru. Ja tirgus apstākļi un citi faktori liecinātu, ka apdrošināšanas uzņēmumu izmantotie polises standarta nosacījumi var radīt produktu daudzveidības ierobežošanas risku, ir ticams, ka šo ierobežojumu ietekmi pārsniegs efektivitāte, piemēram, apdrošināšanas uzņēmumu piedāvāto nosacījumu ērtāka salīdzināšana no patērētāju puses. Šāda salīdzināšana savukārt atvieglo pāreju no viena apdrošināšanas uzņēmuma pie cita un tādējādi veicina konkurenci. Turklāt iespēja pāriet no viena pakalpojumu sniedzēja pie cita un konkurentu ienākšana tirgū arī sniedz priekšrocības patērētājiem. Patērētāju organizācijas līdzdalība nosacījumu izstrādes procesā noteiktos gadījumos varētu palielināt iespējamību, ka patērētāji saņems arī tos labumus, kurus efektivitātes pieaugums tiem nenodrošina automātiski. Polises standarta nosacījumi var arī samazināt darījuma izmaksas un atvieglot apdrošinātājiem ienākšanu citos ģeogrāfiskajos un/vai citu produktu tirgos. Turklāt

šķiet, ka ierobežojumi nepārsniedz to, kas nepieciešams paredzētās efektivitātes sasniegšanai, un konkurence netiktu likvidēta. Tātad 101. panta 3. punkta kritēriji, visticamāk, būs ievēroti.

9. ILGTSPĒJAS NOLĪGUMI

9.1. Ievads

541. Šajā nodaļā ir aprakstīts, kā jānovērtē nolīgumi, kas noslēgti starp konkurentiem nolūkā sasniegt vienu vai vairākus ilgtspējas mērķus ("ilgtspējas nolīgumi").
542. Ilgtspējīga attīstība ir Līguma par Eiropas Savienību pamatprincips un viens no Savienības politiku prioritārajiem mērķiem³⁰⁹. Komisija ir apņēmusies īstenot ANO ilgtspējīgas attīstības mērķus³¹⁰. Atbilstoši šīm saistībām Eiropas zaļajā kursā ir izklāstīta izaugsmes stratēģija, kuras mērķis ir pārveidot Savienību par taisnīgu un pārticīgu sabiedrību ar mūsdienīgu, resursefektīvu un konkurētspējīgu ekonomiku, kurā siltumnīcefekta gāzu neto emisijas no 2050. gada būtu nulles līmenī un ekonomiskā izaugsme būtu atsaistīta no resursu patēriņa³¹¹.
543. Plašākā nozīmē ar ilgtspējīgu attīstību saprot sabiedrības spēju tagadnē patērēt un izmantot resursus, neapdraudot nākamo paaudžu spēju apmierināt savas vajadzības. Tā ietver pasākumus, kas veicina ekonomisko, vides un sociālo (arī darba ņēmēju tiesību un cilvēktiesību) attīstību³¹². Tādējādi jēdziens "ilgtspējas mērķis" ietver arī klimata pārmaiņu risināšanu (piemēram, mazinot siltumnīcefekta gāzu emisijas), piesārņojuma likvidēšanu, dabas resursu izmantošanas ierobežošanu, cilvēktiesību ievērošanu, noturīgas infrastruktūras un inovācijas veicināšanu, pārtikas izšķērdēšanas mazināšanu, pārejas uz veselīgu un uzturvielām bagātu pārtiku veicināšanu, dzīvnieku labturības nodrošināšanu u. c.³¹³
544. Konkurences tiesību aktu īstenošana veicina ilgtspējīgu attīstību, nodrošinot faktisku konkurenci, kas sekmē inovāciju, uzlabo produktu kvalitāti un izvēli, nodrošina resursu efektīvu sadali, samazina ražošanas izmaksas un tādējādi uzlabo patērētāju labklājību.
545. Tomēr ar ilgtspējīgu attīstību saistās arī bažas, ka atsevišķi ar ražošanu un patēriņu saistīti lēmumi var radīt negatīvas sekas ("negatīva ārējā ietekme"), kas iedarbojas, piemēram, uz vidi un ko nav pienācīgi ņēmuši vērā ekonomikas dalībnieki vai patērētāji, kuri tās izraisa. Šīs tirgus nepilnības varētu mazināt vai novērst kolektīva rīcība, piemēram, publiskā politika, konkrētās nozares noteikumi vai sadarbības nolīgumi starp uzņēmumiem, kas atbalsta ilgtspējīgu ražošanu vai patēriņu.

³⁰⁹ LES 3. pants.

³¹⁰ Ilgtspējīgas attīstības programma 2030. gadam, ko ANO dalībvalstis pieņēma 2015. gadā.

³¹¹ Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Eiropadomei, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai "Eiropas zaļais kurss" (COM(2019) 640 final).

³¹² Sk., piemēram, ANO rezolūciju 66/288, ko Ģenerālā asambleja pieņēma 2012. gada 27. jūlijā.

³¹³ Ilgtspējīgas attīstības programmā 2030. gadam norādīti 17 ilgtspējīgas attīstības mērķi (tajā skaitā, piemēram, 7. mērķis: nodrošināt piekļuvi cenās ziņā pieejamai, uzticamai, ilgtspējīgai un mūsdienīgai enerģijai; 9. mērķis: veidot noturīgu infrastruktūru, veicināt iekļaujošu un ilgtspējīgu industrializāciju un sekmēt inovāciju; 13. mērķis: veikt steidzamus pasākumus, lai mazinātu klimata pārmaiņas un to ietekmi; un 169 apakšmērķi (tajā skaitā, piemēram, 9.1. apakšmērķis: attīstīt kvalitatīvu, uzticamu, ilgtspējīgu un noturīgu infrastruktūru, tostarp reģionālo un pārrobežu infrastruktūru, lai atbalstītu ekonomikas attīstību un iedzīvotāju labklājību, īpaši pievēršoties cenās ziņā pieejamas un taisnīgas piekļuves nodrošināšanai visiem; un 13.1. apakšmērķis: visās valstīs stiprināt noturību pret apdraudējumiem, kas saistīti ar klimatu, un dabas katastrofām un spēju pielāgoties tām).

546. Ja šīs tirgus nepilnības risina atbilstošs regulējums, piemēram, Savienības obligātie piesārņojuma standarti, tādi cenu noteikšanas mehānismi kā Savienības emisijas kvotu tirdzniecības sistēma (“ETS”) un nodokļi, var nebūt nepieciešami papildu pasākumi, ko veiktu uzņēmumi, piemēram, slēdzot sadarbības nolīgumus. Taču, ja kādas no tirgus nepilnībām publiskā politika un noteikumi tomēr nav pilnībā novērsuši, var būt nepieciešami sadarbības nolīgumi.
547. Ilgtspējas mērķu sasniegšanai var slēgt dažāda veida sadarbības nolīgumus, tajā skaitā tādas, kas aprakstīti šo pamatnostādņu iepriekšējās nodaļās. Ilgtspējas mērķu sasniegšanai noslēgti nolīgumi nav atsevišķs sadarbības nolīgumu veids. Šajās pamatnostādnēs termins “ilgtspējas nolīgums” kopumā nozīmē jebkura veida horizontālās sadarbības nolīgumu, kas neatkarīgi no sadarbības veida noslēgts ar patiesu nolūku virzīties uz vienu vai vairākiem ilgtspējas mērķiem. Ja ilgtspējas nolīgums atteicas uz tādu sadarbības veidu, kas ir aprakstīts šajās pamatnostādnēs kādā no iepriekšējām nodaļām, tā novērtējumā jāievēro attiecīgajā nodaļās noteiktie principi un apsvērumi, vienlaikus ņemot vērā arī konkrēto ilgtspējas mērķi, ko tas tiecas sasniegt.
548. Ilgtspējas nolīgumi rada konkurences problēmas saskaņā ar 101. panta 1. punktu vienīgi tad, ja tie paredz būtiskus konkurences ierobežojumus mērķa dēļ vai rada sekas, kas ievērojami negatīvi ietekmē konkurenci, un tādējādi pārkāpj 101. panta 1. punktu. Ja ilgtspējas nolīgumi neatbilst 101. panta 1. punktam, tos tomēr var atzīt par attaisnotiem saskaņā ar 101. panta 3. punktu, ja tie atbilst četriem minētajā pantā norādītajiem nosacījumiem. Norādījumi šo nosacījumu novērtēšanai ir sīkāk aprakstīti Komisijas pamatnostādnēs par 101. panta 3. punkta piemērošanu³¹⁴. Nolīgumus, kas ierobežo konkurenci, nevar atzīt par izņēmumu no 101. panta 1. punktā paredzētā aizlieguma, ja to vienīgais attaisnojums ir nepieciešamība sasniegt ilgtspējas mērķi³¹⁵. Ja ilgtspējas nolīgumā, kas nepārkāpj 101. panta 1. punkta nosacījumus, ir aksesuāri ierobežojumi, arī tie neietilpst šā noteikuma piemērošanas jomā³¹⁶.
549. Šajā nodaļā sniegti papildu norādījumi par šo apstākļu novērtēšanu, jo īpaši precizējot, kādos gadījumos ilgtspējas ieguvumus var uzskatīt par kvalitatīvu vai kvantitatīvu efektivitātes pieaugumu, veicot novērtējumu saskaņā ar 101. panta 3. punktu.
550. Šīs nodaļas struktūra ir šāda: 9.2. iedaļā kā piemēri minēti daži ilgtspējas nolīgumi, kas nevarētu radīt konkurences problēmas, jo tiem nav ne konkurenci ierobežojoša mērķa, ne seku, kas ievērojami ietekmētu konkurenci, un tāpēc 101. panta 1. punkts uz tiem neattiecas; 9.3. iedaļā sniegti norādījumi par konkrētiem aspektiem, kam jāpievērš uzmanība, novērtējot ilgtspējas nolīgumus saskaņā ar 101. panta 1. punktu, un aplūkoti ilgtspējas standartu noteikšanai visbiežāk izmantotie ilgtspējas nolīgumu

³¹⁴ Komisijas pamatnostādnes par Līguma 81. panta 3. punkta piemērošanu (“101. panta 3. punkta pamatnostādnes”) (OV C 101, 27.4.2004., 97. lpp.).

³¹⁵ Līgumā skaidri noteikts, ka izņēmumi konkurences noteikumu piemērošanā ir atļauti vienīgi tad, ja tas nepieciešams sabiedrisko pakalpojumu (pakalpojumu ar vispārēju tautsaimniecisku nozīmi) sniegšanai atbilstīgi Līguma 106. panta 2. punktam un kopējās lauksaimniecības politikas mērķu sasniegšanai atbilstīgi Līguma 42. pantam. Sk. arī lietas, kurās Tiesa ir atzinusi, ka 101. panta 1. punktā paredzēto aizliegumu var nepiemērot ierobežojumiem, kas ir būtiski likumīgu mērķu sasniegšanai noteiktās profesijās, ja to izraisītās konkurenci ierobežojošās sekas ir atbilstošas minēto mērķu sasniegšanai (sk. 2002. gada 19. februāra spriedumu lietā *Wouters* un citi, C-309/99, EU:C:2002:98; un 2006. gada 16. jūlija spriedumu lietā *Meca-Medina* un *Majcen*/Komisija, C-519/04 P, EU:C:2006:492).

³¹⁶ Sk. 1.2.6. iedaļu iepriekš.

veidi. 9.4. iedaļā norādīti konkrēti aspekti, kas jāņem vērā, novērtējot ilgtspējas nolīgumus saskaņā ar 101. panta 3. punktu. 9.5. iedaļā aplūkotas sekas, ko rada publisko iestāžu iesaiste ilgtspējas nolīgumu slēgšanā. Visbeidzot, 9.7. iedaļā sniegti dažu hipotētisku ilgtspējas nolīgumu novērtējuma piemēri.

9.2. Ilgtspējas nolīgumi, kas nerada konkurences problēmas

551. Ne visi starp konkurentiem noslēgtie ilgtspējas nolīgumi ietilpst 101. panta piemērošanas jomā. Ja šie nolīgumi neietekmē konkurences parametrus, piemēram, cenas, apjomu, kvalitāti, izvēli vai inovāciju, tie nevar pārkāpt konkurences tiesību aktus. Tālāk uzskaitītie piemēri ir ilustratīvi, un šis uzskaitījums nav izsmeļošs.
552. Pirmkārt, nolīgumi, kas attiecas nevis uz konkurentu saimniecisko darbību, bet gan uz uzņēmuma iekšējās kārtības noteikumiem, parasti neietilps 101. panta piemērošanas jomā. Konkurenti var vēlēties uzlabot nozares kopējo reputāciju vidiskās atbildības ziņā un šajā nolūkā vienoties par pasākumiem, piemēram, atteikties no vienreizlietojamu plastmasas izstrādājumu izmantošanas uzņēmuma telpās, nepārsniegt noteiktu temperatūru iekštelpās vai ierobežot dienā izdrukāto materiālu skaitu.
553. Otrkārt, nolīgumi par datubāzes izveidošanu, lai glabātu tajā informāciju par piegādātājiem, kas ir izveidojuši ilgtspējīgas vērtību ķēdes, izmanto ilgtspējīgus ražošanas procesus un nodrošina ilgtspējīgus izejresursus, vai par izplatītājiem, kas tirgo produktus ilgtspējīgā veidā, taču nenosakot pusēm pienākumu pirkt no šādiem piegādātājiem vai pārdot šādiem izplatītājiem, parasti neradīs konkurences problēmas saskaņā ar 101. pantu.
554. Treškārt, nolīgumi starp konkurentiem par informatīvo kampaņu organizēšanu nozares mērogā vai starp klientiem, lai uzlabotu to izpratni par savu vidisko pēdu un tās saistību ar patēriņu, taču neparedzot konkrētu produktu kopīgu reklamēšanu, parasti arī nemēdz radīt konkurences problēmas saskaņā ar 101. pantu.

9.3. Ilgtspējas nolīgumu novērtējums saskaņā ar 101. panta 1. punktu

9.3.1. Principi

555. Ja ilgtspējas nolīgumi ietekmē vienu vai vairākus konkurences parametrus, var būt, ka tie jānovērtē saskaņā ar 101. panta 1. punktu.
556. Lai saskaņā ar 101. panta 1. punktu novērtētu ilgtspējas nolīgumus, kas atbilst kādam no iepriekšējās nodaļās aplūkotajiem sadarbības nolīgumu veidiem, ievēro attiecīgajā nodaļā aprakstītos norādījumus. Piemēram, nolīgums starp konkurentiem par enerģijas patēriņu mazinošas ražošanas tehnoloģijas kopīgu izstrādi jānovērtē atbilstoši 2. nodaļā ("Pētniecības un izstrādes nolīgumi") izklāstītajiem principiem. Nolīgums par infrastruktūras kopīgu izmantošanu nolūkā samazināt ražošanas procesa vidisko pēdu jānovērtē atbilstoši 3. nodaļā ("Ražošanas nolīgumi") izklāstītajiem principiem.
557. Nolīgums starp konkurentiem, kas paredz kā ražošanas izejresursus kopīgi pirkt produktus ar ierobežotu vidisko pēdu vai pirkumiem izvēlēties vienīgi piegādātājus, kuri ievēro noteiktus ilgtspējas principus, jānovērtē atbilstoši 4. nodaļā ("Pirkuma nolīgumi") izklāstītajiem principiem³¹⁷.

³¹⁷

Sk. 4.2.3.2. iedaļu iepriekš.

558. Līdzīgā veidā uz ilgtspējas nolīgumiem, kuri ietilpst pētniecības un izstrādes nolīgumu vai specializācijas nolīgumu kategorijā, attiecas attiecīgās grupu atbrīvojuma regulas, ja vien tie atbilst šajās regulās paredzētajiem atbrīvojuma kritērijiem.
559. Ja nolīguma patiesais nolūks ir virzība uz ilgtspējas mērķi, to var ņemt vērā, nosakot, vai nolīguma radītais ierobežojums ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ vai konkurences ierobežojums seku dēļ 101. panta 1. punkta nozīmē³¹⁸.
560. Ja puses apgalvo, ka nolīgums, kas šķiet noslēgts cenu noteikšanas, tirgus vai klientu sadalīšanas vai izlaides vai inovācijas ierobežošanas nolūkā, ir faktiski noslēgts nolūkā virzīties uz ilgtspējas mērķi, tām būs jāiesniedz visi fakti un pierādījumi, lai pierādītu, ka tas tiešām ir nolīguma patiesais nolūks un aiz tā neslēpjas konkurences ierobežojums mērķa dēļ. Ja pierādījumi ļauj secināt, ka nolīgums tiešām noslēgts nolūkā virzīties uz patiesu ilgtspējas mērķi, būs jānovērtē tā ietekme uz konkurenci³¹⁹.

9.3.2. *Ilgtpējas standartizācijas nolīgumi*

9.3.2.1. Definīcija un iezīmes

561. Lai veicinātu ilgtspējīgu attīstību, konkurenti var vēlēties vienoties par pakāpenisku atteikšanos no ilgtspējīgiem produktiem (piemēram, fosilajiem kurināmajiem, t. i., naftas un oglekļa, vai plastmasas) un procesiem (piemēram, sadedzināšanas lāpā), to izmantošanas pārtraukšanu vai — dažos gadījumos — aizstāšanu ar ilgtspējīgiem produktiem. Konkurenti var arī vēlēties vienoties par iepakojuma materiālu saskaņošanu, lai atvieglotu iepakojuma reciklēšanu, vai par iepakojuma izmēriem (un tātad produktu daudzumu), lai mazinātu atkritumus. Konkurenti var arī vēlēties vienoties, ka pirks kā ražošanas izejresursus vienīgi tādus produktus, kas izgatavoti ilgtspējīgā veidā. Konkurenti var arī vēlēties vienoties par konkrētiem nosacījumiem dzīvnieku labturības uzlabošanai (piemēram, vienoties par standartiem, kas paredz piešķirt dzīvniekiem vairāk platības). Šajos nolūkos konkurenti var vienoties pieņemt un ievērot noteiktus ilgtspējas standartus. Šajā nodaļā šādus nolīgumus sauc par “ilgtspējas standartizācijas nolīgumiem” vai “ilgtspējas standartiem”.
562. Ilgtspējas standartizācijas nolīgumi nosaka prasības, kas piegādes ķēdē iesaistītajiem ražotājiem, tirgotājiem, izgatavotājiem, mazumtirgotājiem vai pakalpojumu sniedzējiem var būt jāizpilda attiecībā uz, iespējams, plašu loku ilgtspējas rādītāju, piemēram, ražošanas ietekmi uz vidi³²⁰. Ilgtspējas standartizācijas nolīgumi parasti ietver noteikumus, norādījumus vai iezīmes attiecībā uz produktiem un ražošanas metodēm saistībā ar šādiem ilgtspējas rādītājiem, un reizēm tos dēvē par ilgtspējas sistēmām. Šādu nolīgumu pamatā bieži ir privāta iniciatīva, un tie var būt tiklab uzņēmumu vienpusēji pieņemti rīcības kodeksi, kā pilsoniskās sabiedrības

³¹⁸ Lai noteiktu, vai starp uzņēmumiem noslēgts nolīgums rada konkurences apdraudējumu pietiekamā pakāpē, lai varētu uzskatīt, ka tas ir konkurences ierobežojums “mērķa dēļ” 101. panta 1. punkta nozīmē, jāņem vērā nolīguma noteikumu saturs, nolīguma mērķis un ekonomiskais un juridiskais konteksts, kurā tas iekļaujas. Sk. 2014. gada 11. septembra spriedumu lietā *CB/Komisija, C-67/13 P*, EU:C:2014:2204, 53. punktu.

³¹⁹ Principā pierādījumiem, kas apliecina nolūku virzīties uz ilgtspējas mērķi, jābūt pamatotas šaubas par to, ka līguma mērķis ir vērsts pret konkurenci. Tomēr nedrīkst būt nekādu šaubu par virzību uz ilgtspējas mērķi. Pēc analogijas sk. 2020. gada 30. janvāra spriedumu lietā *Generics (UK)*, C-307/18, EU:C:2020:52, 107. un 108. punktu.

³²⁰ Sk., piemēram, ANO Ilgtspējas standartu forumu (*United Nations Forum on Sustainability Standards*), <https://unfss.org/home/objective-of-unfss>.

organizāciju rosināti standarti vai vairāku ieinteresēto personu organizētas iniciatīvas, kas aptver visus vērtību ķēdē iesaistītos uzņēmumus³²¹. Šīs pamatnostādnes attiecas vienīgi uz ilgtspējas standartiem, kurus izstrādājuši vai kuru izstrādē piedalījušies konkurenti, tajā skaitā uz kvalitātes zīmēm vai marķējumu.

563. Dažos aspektos ilgtspējas standartizācijas nolīgumi līdzinās 7. nodaļā aplūkotojiem standartizācijas nolīgumiem. Taču tie ietver arī aspektus, ko standartizācijas nolīgumos parasti neiekļauj vai kam nepievērš tik lielu uzmanību.
564. Pirmkārt, līdz ar ilgtspējas standarta pieņemšanu bieži tiek ieviests arī ekomarķējums, logotips vai zīmols, lai apzīmētu produktus, kas atbilst noteiktām minimālām prasībām. Šāda marķējuma, logotipa vai zīmola izmantošana faktiski uzliek standarta pieņēmējiem pienākumu ievērot standartu. Šie uzņēmumi drīkst izmantot marķējumu/logotipu/zīmolu, kamēr tie ievēro ilgtspējas nosacījumus, bet zaudēs tiesības to izmantot, ja vairs neievēros attiecīgās prasības.
565. Otrkārt, ilgtspējas standarta ievērošana var prasīt lielus izdevumus, jo īpaši, ja ir jāmaina esošie ražošanas vai tirdzniecības procesi, lai izpildītu ilgtspējas standarta prasības. Tāpēc ilgtspējas standarta ievērošana var palielināt ražošanas vai izplatīšanas izmaksas un līdz ar to izraisīt pušu tirgto produktu cenas kāpumu.
566. Treškārt, atšķirībā no tehniskajiem standartiem, kas nodrošina sadarbību un standartizācijas procesā veicina konkurenci starp dažādu uzņēmumu izstrādātām tehnoloģijām, ilgtspējas standartos tehnoloģiju sadarbība un saderība lielākoties nav būtiska.
567. Ceturtkārt, daudzu ilgtspējas standartu pamatā ir procesi, pārvaldība vai rezultāti. Tas nozīmē, ka atšķirībā no tehniskajiem standartiem ilgtspējas standarti visbiežāk izvirza mērķi, bet nenosaka konkrētas tehnoloģijas vai ražošanas metodes, kas jāizmanto šā mērķa sasniegšanai. Ilgtspējas standarta pieņēmēji var apņemties virzīties uz noteikto mērķi, taču var brīvi izvēlēties tehnoloģiju vai ražošanas procesu, ko tie izmantos mērķa sasniegšanai.

9.3.2.2. Galvenās konkurences problēmas

568. Ilgtspējas standartizācijas nolīgumi bieži veicina konkurenci. Tie veicina ilgtspējīgu attīstību un tādējādi var sekmēt jaunu produktu izstrādi vai jaunu tirgu izveidi, paaugstināt produktu kvalitāti vai uzlabot piegādes vai izplatīšanas nosacījumus. Konkrētāk, ilgtspējas standarti sniedz informāciju par ilgtspējas aspektiem (piemēram, ar marķējuma palīdzību), tādējādi ļaujot patērētājiem izdarīt apzinātus pirkuma lēmumus un veicinot ilgtspējīgu produktu tirgu izaugsmi. Visbeidzot, ilgtspējas standarti var arī nodrošināt vienlīdzīgus konkurences apstākļus starp ražotājiem, kam jāievēro atšķirīgas regulatīvās prasības.
569. Tomēr dažos gadījumos ilgtspējas standarti var arī ierobežot konkurenci. Tas var notikt galvenokārt trīs veidos: koordinējot cenas, ierobežojot alternatīvu standartu piekļuvi tirgum un izstumjot no tirgus vai diskriminējot noteiktus konkurentus³²².

³²¹ Sk., piemēram, ANO Tirdzniecības un attīstības konferences izstrādāto satvaru brīvprātīgo ilgtspējas standartu (VSS) novērtēšanas rīkkopas izmantošanai (*United Nations Conference on Trade and Development, Framework for the Voluntary Sustainability Standards (VSS) Assessment Toolkit*), https://unctad.org/system/files/official-document/ditctabinf2020d5_en.pdf.

³²² Sk. 467.–470. punktu.

9.3.2.3. Konkurences ierobežojums mērķa dēļ

570. Ilgtspējas standarti, kuru patiesais nolūks ir nevis virzība uz ilgtspējas mērķi, bet gan slēpta cenu noteikšana, tirgus vai klientu sadalīšana vai izlaides, kvalitātes vai inovācijas ierobežošana, ir konkurences ierobežojums mērķa dēļ.
571. Konkrētāk, konkurenci ierobežojošs mērķis piemīt nolīgumiem starp konkurentiem par to, kā palielināt pārdošanas cenas saviem klientiem, lai kompensētu savu izmaksu pieaugumu, kas ir saistīts ar ilgtspējas standarta pieņemšanu. Līdzīgā veidā konkurenci ierobežojošs mērķis ir arī nolīgumiem starp ilgtspējas standarta pieņēmējiem, kuru nolūks ir izdarīt spiedienu uz trešām personām, lai tās pārstātu tirgot ilgtspējas standartam neatbilstošus produktus.

9.3.2.4. Konkurenci ierobežojošas sekas

(a) Nosacītā likumīguma prezumpcija

572. Ja nolīgums nav konkurences ierobežojums mērķa dēļ, to var atzīt par neatbilstošu 101. panta 1. punktam vienīgi tad, ja tam ir ievērojamas konkurenci ierobežojošas sekas. Tomēr ilgtspējas standartizācijas nolīgumiem parasti nav ievērojamu konkurenci ierobežojošu seku, un 101. panta 1. punkts uz tiem neattieksies, ja tie atbilst visiem tālāk norādītajiem kumulatīvajiem nosacījumiem.

Pirmkārt, ilgtspējas standarta izstrādes procedūra ir pārredzama, un standarta atlases procesā var piedalīties visi ieinteresētie konkurenti³²³.

Otrkārt, ilgtspējas standartam nebūtu ne tieši, ne netieši jānosaka pienākums ievērot standartu tiem uzņēmumiem, kas nevēlas tajā piedalīties³²⁴.

Treškārt, iesaistītajiem uzņēmumiem vajadzētu būt tiesībām brīvi nolemt, ka tie piemēros augstāka līmeņa ilgtspējas standartu nekā tas, kam piekritušas pārējās nolīguma puses (t. i., tie var nolemt, ka sava galaprodukta ražošanā izmantos sastāvdaļas, kas ir ilgtspējīgākas par standartā noteiktajām).

Ceturtkārt, ilgtspējas standarta pusēm nebūtu jāapmainās ar komerciāli sensitīvu informāciju, kas nav nepieciešama standarta izstrādei, pieņemšanai vai grozīšanai.

Piektkārt, jānodrošina faktiska un nediskriminējoša piekļuve standartizācijas procesa rezultātam. Tam būtu jāietver faktiska un nediskriminējoša piekļuve prasībām un nosacījumiem, kas jāievēro uzņēmumiem, kuri nepiedalījās standarta izstrādē, lai tie vēlāk varētu izmantot attiecīgo marķējumu vai pievienoties standartam.

Sestkārt, ilgtspējas standartam nebūtu jāizraisa ievērojams cenas pieaugums vai ievērojami jāsasaūrina tirgū pieejamo produktu izvēle³²⁵.

Septīnkārt, būtu jāievieš mehānisms vai pārraudzības sistēma, lai nodrošinātu, ka uzņēmumi, kas pieņēma ilgtspējas standartu, tiešām arī ievēro standarta prasības.

³²³ Sk. 479. punktu.

³²⁴ Citiem vārdiem, nozares uzņēmumiem, kas nevēlas ievērot standartus, tas nav jādara obligāti, un tiem būtu jāvar netraucēti turpināt piegādāt tirgum un patērētājiem produktus, kas atbilst tiesību aktu prasībām, bet neatbilst jaunajā ilgtspējas standartā noteiktajām papildu prasībām.

³²⁵ Konkurences politika attiecas uz tiem cenas pieaugumiem, ko izraisījusi konkurences ierobežošana, nevis uz tādu cenas pieaugumu, kas atspoguļo vienīgi produkta augstāku kvalitāti. Tomēr praksē ir ļoti grūti nošķirt tādu cenas pieaugumu, kura pamatā ir vienīgi augstāka kvalitāte, no cenas pieauguma, ko izraisījuši arī konkurences ierobežojumi. Tāpēc gadījumos, kad cenas pieaugums vai kvalitātes kritums ir ievērojams, būs jānovērtē nolīguma sekas.

573. Šie nosacījumi nodrošina, ka ilgtspējas standarts neierobežo inovatīvu alternatīvu standartu piekļuvi tirgum, neizstumj no tirgus un nediskriminē citus uzņēmumus un arī nodrošina faktisku piekļuvi standartam. Nosacījums bez vajadzības neapmainīties ar komerciāli sensitīvu informāciju nodrošina, ka standartizācijas procedūra netiek izmantota nolūkā veicināt aizliegtu vienošanos vai ierobežot konkurenci pušu starpā. Kā norādīts 565. punktā iepriekš, ilgtspējas standarti bieži izraisa cenas pieaugumu. Tomēr, ja standartu pieņem uzņēmumi, kas pārstāv būtisku daļu tirgus, tas paver iespējas gūt ievērojamus apjomradītus ietaupījumus un tādējādi ļauj uzņēmumiem saglabāt cenas iepriekšējā līmenī vai palielināt tās tikai nedaudz.
574. Ja viens vai vairāki no minētajiem nosacījumiem nav izpildīti, tas neliek prezumēt, ka nolīgums ierobežo konkurenci 101. panta 1. punkta nozīmē. Taču, ja kāds no šiem nosacījumiem nav izpildīts, būs jānovērtē jo īpaši tas, vai un kādā mērā nolīgums var radīt vai faktiski jau ir radījis ievērojamu negatīvu ietekmi uz konkurenci. Ir iespējami dažādi standartizācijas procesa modeļi, un uzņēmumi var brīvi ieviest noteikumus un procedūras, kas atšķiras no iepriekš 572. punktā minētajiem, ja ar tiem netiek pārkāpti konkurences noteikumi.

(b) Nepieciešamība novērtēt nolīguma ietekmi

575. Lai novērtētu ilgtspējas standarta ietekmi, jāņem vērā, kāds ir tirgus aptvērums produktiem, kuriem piemēro attiecīgo standartu. Ilgtspējas standartiem var nebūt ievērojamu, pret konkurenci vērstu seku, jo pietiekamu konkurenci rada alternatīvi ilgtspējas marķējumi/standarti un/vai parastā veidā (proti, neizmantojot marķējumu/standartus) ražoti un izplatīti produkti. Konkrētā nolīguma tirgus aptvērums var nebūt pietiekams, lai ievērojami kropļotu konkurenci, tāpēc ka faktisku konkurenci nodrošina alternatīvi marķējumi un/vai parastā veidā ražoti un izplatīti produkti. Pat ja nolīguma tirgus aptvērums ir ievērojams, var pietikt ar potenciālās konkurences iegrožojošo ietekmi, jo īpaši gadījumos, kad ilgtspējas nolīgums paredz vienīgi ieviest marķējumu un dod dalībuzņēmumiem tiesības brīvi darboties arī bez šā marķējuma izmantošanas. Tādā gadījumā patērētāji varēs izvēlēties, vai iegādāties produktus ar marķējumu vai, iespējams, vienu un to pašu uzņēmumu ražotus produktus, kas neatbilst marķējuma standartam, un konkurence, visticamāk, netiks ierobežota³²⁶. Ja standartizācijas nolīgums var ticami izraisīt ievērojamu cenas pieaugumu vai samazināt izlaidi, produktu daudzveidību vai kvalitāti, vai kavēt inovāciju, nolīguma puses var lūgt piemērot 101. panta 3. punktu.

9.4. Ilgtspējas nolīgumu novērtējums saskaņā ar 101. panta 3. punktu

576. Ilgtspējas nolīgumam, kurš pārkāpj 101. panta 1. punktu, var piemērot atbrīvojumu saskaņā ar 101. panta 3. punktu, ja nolīguma puses pierāda, ka ir izpildīti šī noteikuma četri kumulatīvie nosacījumi.

9.4.1. Efektivitātes pieaugums

577. 101. panta 3. punkta pirmais nosacījums paredz, ka konkrētajam nolīgumam jāpalīdz uzlabot preču ražošanu vai izplatīšanu vai jāveicina tehniska vai saimnieciska

³²⁶ Nolīgumiem starp konkurentiem, kas noslēgti bez konkurenci ierobežojoša mērķa, var nākt par labu arī *De minimis* paziņojumā paredzētā likumīguma prezumpcija ar nosacījumu, ka nolīgums noslēgts starp konkurentiem un ka nolīguma pušu kopējā tirgus daļa nepārsniedz 10 % nevienā no konkrētajiem tirgiem, kurus ietekmē nolīgums. Sk. Komisijas paziņojumu par maznozīmīgiem nolīgumiem, kas ievērojami neierobežo konkurenci atbilstīgi Līguma par Eiropas Savienības darbību 101. panta 1. punktam (*De minimis* paziņojums) (OV C 291, 30.8.2014., 13. lpp.).

attīstība. Būtībā tas paredz, ka nolīgums veicina objektīvu efektivitāti plašā nozīmē, aptverot ne tikai ražošanas un izplatīšanas izmaksu samazināšanu, bet arī produktu daudzveidības un kvalitātes palielināšanu, ražošanas un izplatīšanas procesu uzlabošanu, kā arī inovācijas pieaugumu³²⁷. Līdz ar to tas veido plašu ilgtspējas ieguvumu spektru, kas rodas no konkrētu sastāvdaļu, tehnoloģiju un ražošanas procesu izmantojuma, kas jāņem vērā kā efektivitātes pieaugums.

578. Piemēram, ilgtspējas nolīgumi var radīt efektivitāti, kā tīrāku ražošanas vai izplatīšanas tehnoloģiju izmantojumu, mazāku piesārņojumu, uzlabotus ražošanas un izplatīšanas nosacījumus, noturīgāku infrastruktūru vai piegādes ķēdes, labākas kvalitātes produktus utt. Tie var arī novērst piegādes ķēdes traucējumus, samazināt laiku, kas vajadzīgs ilgtspējīgu produktu nonākšanai tirgū, un var palīdzēt uzlabot patērētāju izvēli, sekmējot produktu salīdzināšanu. Šis efektivitātes pieaugums var veicināt noturīgu iekšējo tirgu.
579. Šī efektivitāte būs jāpamato, un to nevar vienkārši pieņemt³²⁸. Tai jābūt arī objektīvai, konkrētai un pārbaudāmai. Piemēram, ja apgalvotā efektivitāte sastāv no produkta uzlabošanas, pusēm ir jāparāda produkta uzlabošanas precīzas pazīmes. Ja apgalvotais labums ir, piemēram, ūdens piesārņojuma samazinājums, pusēm ir jāpaskaidro, kā tieši nolīgums veicina ūdens kontaminācijas samazinājumu, un jāsniedz aplēses par apgalvotās priekšrocības apmēru³²⁹.

9.4.2. Obligāta vajadzība

580. Šajās pamatnostādņēs ir lietderīgi aplūkot trešo nosacījumu saskaņā ar 101. panta 3. punktu, t. i., obligātas vajadzības nosacījumu, pirms otrā nosacījuma, t. i., nosacījuma, ka patērētāji bauda pienācīgu daļu no iegūtajiem labumiem. Iemesls tam ir tāds, ka, analizējot patērētājiem pienācīgo daļu, nevajadzētu aplūkot sekas, ko rada ierobežojumi, kuri neatbilst obligātas vajadzības nosacījumam un līdz ar to ir aizliegti saskaņā ar 101. pantu³³⁰.
581. Atbilstoši 101. panta 3. punkta trešajam nosacījumam ierobežojošajā nolīgumā nedrīkst noteikt ierobežojumus, kuri nav obligāti vajadzīgi, lai panāktu nolīguma dotos labumus. Lai izpildītu šo nosacījumu, nolīguma pusēm ir jāparāda, ka to nolīgums kā tāds un katrs ar to saistītais konkurences ierobežojums ir pamatoti nepieciešams, lai tiktu realizētas apgalvotos ilgtspējas ieguvumus, un ka nav citu ekonomiski realizējamu un mazāk ierobežojošu līdzekļu, kā tās panākt³³¹.
582. Principā katram uzņēmumam ir pašam jāizlemj, kā sasniegt ilgtspējas ieguvumus, un, ciktāl patērētāji tos novērtē, tirgus atalgo labus lēmumus un sodīs par sliktiem lēmumiem. Ja ir pieprasījums pēc ilgtspējīgiem produktiem, sadarbības nolīgumi nav obligāti vajadzīgi pašu ilgtspējas ieguvumu sasniegšanai. Tomēr tie var arī būt obligāti vajadzīgi ilgtspējas mērķa sasniegšanai izmaksu ziņā efektīvākā veidā.
583. Sabiedriskā politika un regulējumi bieži parūpējas par negatīvu ārējo ietekmi. Parasti tie to plāno darīt, nosakot noteikumus, kuri paredz kolektīvu rīcību, kas nodrošina

³²⁷ Sk. arī 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 48.–72. punktu.

³²⁸ Sk. arī 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 50.–58. punktu.

³²⁹ Sk., piemēram, Komisijas Ieteikumu (ES) 2021/2279 (2021. gada 15. decembris) par vidiskās pēdas metožu izmantošanu produktu un organizāciju aprites cikla vidiskā snieguma mērīšanai un uzrādīšanai (OV L 471, 30.12.2021., 1. lpp.).

³³⁰ Jo īpaši sk. arī 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 39. punktu.

³³¹ Jo īpaši sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 73.–82. punktu.

efektīvus tirgus rezultātus, kas veido atsevišķu darbību ietekmi uz ilgtspēju³³². Tāpēc, ja ES vai valstu tiesību akti paredz uzņēmumiem ievērot konkrētus ilgtspējas mērķus, sadarbības nolīgumus un ar tiem saistītos ierobežojumus nevar uzskatīt par obligāti vajadzīgiem mērķa sasniegšanai. Tas ir tāpēc, ka likumdevējs jau ir nolēmis, ka katram uzņēmumam pašam tiek pieprasīts sasniegt šo mērķi³³³. Šādos apstākļos sadarbības nolīgumi var būt obligāti vajadzīgi tikai, lai sasniegtu mērķi izmaksu ziņā efektīvākā veidā.

584. Var būt citi gadījumi, kad tirgus nepilnību dēļ ilgtspējas ieguvumus nevar panākt, ja tie tiek atstāti tirgus spēku brīvas mijiedarbības ziņā vai var tikt sasniegti izmaksu ziņā efektīvākā veidā, ja uzņēmumi sadarbojas. Piemēram, ilgtspējas nolīgums var būt nepieciešams, lai izvairītos no tādu investīciju parazitisma, kuras ir nepieciešamas, lai veicinātu ilgtspējīgu produktu un izglītotu patērētājus (pārvarot tā sauktās “iniciatora grūtības”).
585. Šajā kontekstā ierobežojošs nolīgums var arī būt nepieciešams, lai panāktu apjomradītus ietaupījumus, it īpaši, lai sasniegtu pietiekamu apjomu, ar kuru nasegt marķējuma izveides, lietošanas un uzraudzības pastāvīgās izmaksas. Ierobežojumi var arī būt obligāti vajadzīgi, lai saskaņotu pušu stimulus un nodrošinātu, ka tās koncentrē savus centienus uz nolīguma īstenošanu³³⁴. Ja nolīgums pusēm uzliek par pienākumu nedarboties ārpus marķējuma vai standarta, pusēm vajadzēs pierādīt, kāpēc tikai ar marķējuma vai standarta izveidi nepietiek, lai panāktu efektivitāti. Parasti pietiek, ja nolīgumā ilgtspējas standarts ir definēts kā kopējais minimālais standarts, ar ko iesaistītajiem uzņēmumiem tiek atstātas iespējas individuāli piemērot augstāku ilgtspējas standartu par kopīgi saskaņoto standartu.
586. Nolīgums var būt nepieciešams arī gadījumos, kad puses var parādīt, ka patērētājiem konkrētajā tirgū, piemēram, pietiekamu zināšanu vai informācijas par pašu produktu vai tā izmantošanas sekām trūkuma dēļ ir sarežģīti objektīvi līdzsvarot turpmākos labumus, kurus viņi iegūst no nolīguma, ar tūlītējo kaitējumu, kas patērētājiem nodarīts saistībā ar to pašu nolīgumu, un ka tā rezultātā viņi pārvērtē tūlītējās iedarbības ietekmes nozīmi. Piemēram, patērētāji var nespēt novērtēt turpmākus labumus uzlabotas kvalitātes un inovācijas izteiksmē, ja tūlītējā ietekme ir produkta cenas pieaugums.
587. Parasti ilgtspējas nolīgumos noteiktajiem pienākumiem nevajadzētu pārsniegt to, kas ir nepieciešams, lai sasniegtu nolīguma mērķi.

9.4.3. *Nodošana patērētājiem*

588. 101. panta 3. punkta otrais nosacījums paredz, ka patērētājiem ir jāsaņem pienācīga daļa no apgalvotajiem labumiem. “Patērētāju” koncepcija ietver visus tiešos vai netiešos to produktu izmantotājus, uz kuriem attiecas nolīgums³³⁵. Patērētāji saņem pienācīgu daļu no labumiem, kad no nolīguma izrietošie labumi pārsniedz kaitējumu,

³³² Piemēram, regulējums vides jomā to sasniedz ar nodokļiem, aizliegumiem vai subsīdijām.

³³³ Ja uzņēmumiem ir saistoša emisiju ierobežošanas un tirdzniecības sistēma, kā ES ETS sistēma, ir jāuzskata, ka jebkāds konkrētā uzņēmuma vai nozares veikts piesārņojuma samazinājums un attiecīga mazāka emisiju kvotu izmantošana atbrīvos šīs kvotas, kas radīs nulles neto ietekmi uz piesārņojumu, emisiju kvotām nesamazinoties (ūdensgultas efekts).

³³⁴ Jo īpaši sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 80. punktu.

³³⁵ Tas ietver ražotājus, kuri izmanto produktus kā izejresursus, vairumtirgotājus, mazumtirgotājus un galapatērētājus, t. i., fiziskas personas, kas darbojas ar nolūkiem, kurus var uzskatīt par tādiem, kas nav saistīti ar viņu komercdarbību vai profesiju.

ko radījis tas pats nolīgums, lai vispārējā ietekme uz patērētājiem konkrētajā tirgū būtu vismaz neitrāla³³⁶. Tāpēc ilgtspējas ieguvumiem, kas izriet no nolīgumiem, jābūt saistītiem ar to produktu patērētājiem, uz kuriem attiecas šie nolīgumi.

589. Daudzos gadījumos var būt acīmredzams, ka ilgtspējas ieguvumi vai nu nav saistīti ar patērētājiem konkrētajā tirgū, vai arī tie nav pietiekami nozīmīgi, lai kompensētu kaitējumu konkrētajā tirgū. Turpretim varētu būt gadījumi, kad kaitējums konkurencei ir acīm redzami nenozīmīgs salīdzinājumā ar potenciālajiem labumiem, tāpēc nav vajadzīgs veikt detalizētu novērtējumu. Tomēr var būt arī gadījumi, kad nevar izvairīties no detalizēta novērtējuma.

9.4.3.1. Individuāli izmantošanas vērtības labumi

590. Labumi patērētājiem parasti izriet no to produktu patēriņa vai izmantojuma, uz kuriem attiecas novērtējamais nolīgums. Šie labumi var izpausties kā uzlabota produktu kvalitāte vai produktu daudzveidība, kas izriet no kvalitatīvas efektivitātes, vai kā cenu samazinājums izmaksu efektivitātes pieauguma rezultātā. Šie labumi var rasties arī no ilgtspējīga produkta patēriņa tādā pašā veidā, kādā tie rodas no jebura cita produkta patēriņa. Šos labumus var saukt par “individuāliem izmantošanas vērtības labumiem”, jo tie rodas no produkta izmantošanas un tieši uzlabo patērētāju pieredzi ar konkrēto produktu.
591. Piemēram, tādiem dārzeņiem, kuri izaudzēti ar organiskā mēslojuma palīdzību, var būt labāka garša un/vai tie var būt veselīgāki patērētājiem nekā dārzeņi, kas ražoti ar neorganisko mēslojumu. Līdzīgā veidā plastmasas aizstāšana ar izturīgākiem materiāliem dažādos produktos var paildzināt konkrēto produktu darbmūžu. Šajos apstākļos patērētāji bauda lielāku kvalitāti tikai tāpēc, ka viņi patērē konkrēto produktu. Tā ir tipiska kvalitatīva efektivitāte, kuru var radīt ierobežojošs nolīgums un kura var pārsniegt cenu pieauguma (saskaņotas dārgāku ilgtspējīgu materiālu izmantošanas dēļ) vai izvēles samazinājuma (saskaņotas ilgtspējīga produkta neizmantošanas dēļ) radīto kaitējumu. Ja labumi ir pietiekami nozīmīgi, lai pārsniegtu cenu pieauguma vai samazinātās izvēles radīto kaitējumu, tās sniegs kompensāciju patērētājiem, kuriem šis nolīgums ir kaitējis un līdz ar to atbildīs 101. panta 3. punkta otrajam nosacījumam.
592. Iepriekš minētajos piemēros konkrētos nolīgumus kopā ar individuālajiem izmantošanas vērtības labumiem var pavadīt pozitīva ietekme ne tikai uz patērētājiem (pozitīvā ārējā ietekme). Pozitīva ārējā ietekme ir tad, kad tiek samazināta negatīva ārējā ietekme, piemēram, piesārņojums, augsnes erozija utt. Šī pozitīvā ārējā ietekme, kuru sabiedrība var baudīt pašlaik vai nākotnē, varētu nebūt iespējama bez konkrētā ierobežojošā nolīguma. Šī pozitīvā ārējā ietekme atšķiras no individuālajiem izmantošanas vērtības labumiem, kurus patērētāji bauda konkrētajā tirgū (sk. 9.4.3.3. iedaļu).
593. Nolīgumi, kuri ir izstrādāti, lai samazinātu iepakojumu, var arī samazināt ražošanas un izplatīšanas izmaksas un galu galā produkta cenu. Piemēram, nolīgums starp konkurentiem par koncentrēta mazgāšanas līdzekļa šķidrums nodrošināšanu mazāka izmēra pudelēs var samazināt materiālu, pārvadāšanas un uzglabāšanas izmaksas. Līdzīgā veidā nolīgumi, kas izstrādāti infrastruktūras vai izplatīšanas pārvadājumu pakalpojumu apmaiņai ar konkurentiem, var samazināt pušu izmaksas un līdz ar to

³³⁶ Sk. 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 85. punktu, sk. arī 2006. gada 23. novembra spriedumu lietā *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 72. punktu.

galaprodukta cenu. Patiešām, šādu nolīgumu kaitīgums var izpausties kā samazināta patērētāju izvēle, bet labums, ko dod zemāka cena, var pārsniegt kaitējumu, kas rodas no izvēles ierobežojuma vai pat no pakalpojumu vai produktu kvalitātes samazināšanas³³⁷. Tiem pašiem nolīgumiem var būt arī pozitīva ārējā ietekme, kas izpaužas kā samazināta negatīva ietekme uz vidi (skatīt 9.4.3.3. iedaļu tālāk).

9.4.3.2. Individuāli neizmantošanas vērtības labumi

594. Labumi patērētājiem no ilgtspējas nolīgumiem var ietvert ne tikai tiešus labumus no ilgtspējīga produkta izmantošanas, bet arī netiešus labumus, kas izriet no tā, ka patērētāji novērtē sava ilgtspējīgā patēriņa ietekmi uz citiem. Jo īpaši daži patērētāji var vērtēt savu ilgtspējīga produkta patēriņu augstāk par ilgtnespējīga produkta patēriņu, jo ilgtspējīgajam produktam ir mazāka negatīvā ietekme uz citiem nekā ilgtnespējīgajam.
595. Piemēram, patērētāji var izvēlēties konkrētu mazgāšanas šķidrumu nevis tāpēc, ka tas tīra labāk, bet tāpēc, ka tas mazāk piesārņo ūdeni. Līdzīgā veidā patērētāji var būt gatavi maksāt augstāku cenu par mēbelēm, kas ražotas no koksnes, kas ir audzēta un iegūta ilgtspējīgi, nevis mēbeļu labākas kvalitātes dēļ, bet tāpēc, ka patērētāji vēlas apturēt atmežošanu un dabisko dzīvotņu zaudēšanu. Tāpat autovadītāji var izvēlēties izmantot dārgāku degvielu nevis tāpēc, ka tā ir augstākas kvalitātes un labāka viņu transportlīdzekļiem, bet tāpēc, ka tā mazāk piesārņo.
596. Šajos apstākļos patērētāju pieredze produkta izmantošanā nav tieši uzlabota. Tomēr patērētāji ir gatavi maksāt augstāku cenu par ilgtspējīgu produktu vai ierobežot savu patēriņa izvēli, neizmantojot ilgtspējīgu produkta variantu, lai labumu gūtu sabiedrība vai nākamās paaudzes. Tādējādi patērētāji konkrētajā tirgū gūst netiešus neizmantošanas vērtības labumus, sniedzot savu personīgo/individuālo vērtējumu par ietekmi uz citiem, to skaitā uz tiem, kas nav izmantotāji ārpus konkrētā tirgus.
597. Patērētāji, kuri ir gatavi maksāt vairāk par šādiem produktiem, tos uztver kā augstākas kvalitātes produktus tieši tāpēc, ka labumus gūst citi. Tāpēc no ekonomikas viedokļa šādi netieši kvalitatīvi labumi neatšķiras no parastajiem kvalitāti veicinošajiem labumiem, kuri palielina produkta tiešo izmantošanas vērtību, kas aplūkota iepriekš 9.4.3.1. iedaļā. Šādu netiešu neizmantošanas vērtību labumu mērījumus var veikt, izpētot patērētāju gatavību maksāt, piemēram, ar patērētāju aptauju palīdzību.
598. Var būt atšķirība starp izvēlēm, kuras patērētāji norāda, un izvēlēm, par kurām liecina viņu ar pirkšanu saistītā rīcība. Tas var norādīt, ka ar paziņotajām izvēlēm tiek pārvērtētas vai, tieši pretēji, par zemu novērtētas īstās izvēles. Lai aptaujās mazinātu šādus aizspriedumus saistībā ar hipotētiskām izvēlēm, tajās ir jāsniedz noderīgs un atbilstošs konteksts. Turklāt uzdotajos jautājumos var nākties ņemt vērā sabiedrības normas, patērētāju zināšanas un ieradumus vai arī gaidas attiecībā uz citu personu rīcību.
599. Vispārējā ziņā, lai izpildītu savu pierādīšanas pienākumu saskaņā ar 101. panta 3. punktu, nolīguma pusēm ir jāsniedz pārlicinoši pierādījumi par patērētāju faktiskajām izvēlēm. Nolīguma pusēm vajadzētu izvairīties no savu izvēļu uzspiešanas patērētājiem.

³³⁷ Efektivitātes novērtējumā, visticamāk, nozīmīgi būs robežizmaksu vai mainīgo izmaksu samazinājumi, nevis pastāvīgo izmaksu samazinājumi; ir lielāka iespēja, ka robežizmaksu vai mainīgo izmaksu samazinājumi principā radīs zemākas cenas patērētājiem.

600. Novērtējot patērētāju gatavību maksāt, nav nepieciešams novērtēt katra atsevišķa patērētāja gatavību konkrētajā tirgū. Izpētes nolūkam ir pietiekami, ja novērtējums tiek balstīts uz visu patērētāju reprezentatīvu daļu konkrētajā tirgū³³⁸.

9.4.3.3. Kolektīvi labumi

601. 9.4.3.2. iedaļa attiecas uz individuāliem neizmantošanas vērtības labumiem, kuri ir ierobežoti līdz individuālu patērētāju brīvprātīgām (altruistiskām) izvēlēm. Tomēr ne vienmēr negatīvu ārēju ietekmi var labot ar brīvām individuālām patērētāju darbībām. Tā kā individuāla patēriņa ilgtspējas ietekmi ne vienmēr jūt individuāls patērētājs, bet plašāka grupa, var būt vajadzīga kolektīva rīcība, kā sadarbības nolīgums, lai internalizētu negatīvo ārējo ietekmi un radītu ilgtspējas ieguvumus lielākai sabiedrības grupai³³⁹. Piemēram, patērētāji var nevēlēties maksāt augstāku cenu par produktu, kas ražots, izmantojot zaļu, bet dārgu tehnoloģiju. Lai nodrošinātu ar šīs zaļās tehnoloģijas izmantošanu saistīto labumu materializēšanos, var būt nepieciešams nolīgums, lai pakāpeniski atteiktos no piesārņojošās tehnoloģijas. Šie labumi tiek saukti par “kolektīviem labumiem”, jo tie ir neatkarīgi no tā, vai patērētāji individuāli novērtē produktu, un patērētāji konkrētajā tirgū tos var objektīvi iegūt, ja tie ir daļa no lielākas labuma guvēju grupas.
602. Kaut arī negatīvās ietekmes līdzsvarošana ar labumiem, kuri rodas no ierobežojošajiem nolīgumiem, parasti tiek veikta konkrētajā tirgū, ar kuru ir saistīts nolīgums, gadījumā, ja saistīti ir divi tirgi, var tikt ņemta vērā efektivitāte, kas sasniegt atsevišķos tirgos, ja patērētāju grupa, kuru ietekmē ierobežojums un kura gūst labumu no efektivitātes pieauguma, būtībā ir tā pati³⁴⁰.
603. Pēc analogijas, ja patērētāji konkrētajā tirgū ievērojami pārklājas ar labuma guvējiem ārpus konkrētajiem tirgiem vai ir daļa no tiem, tad var ņemt vērā tos kolektīvos labumus konkrētajā tirgū esošiem patērētājiem, kuri īstenojas ārpus šā tirgus, ja tie ir pietiekami nozīmīgi, lai patērētājiem konkrētajā tirgū sniegtu kompensāciju par ciesto kaitējumu³⁴¹.
604. Piemēram, autovadītāji, kuri pērk mazāk piesārņojošu degvielu, ir arī pilsoņi, kuri gūtu labumu no tīrāka gaisa, ja tiktu izmantota mazāk piesārņojoša degviela. Ciktāl var noteikt būtisku patērētāju (šajā piemērā autovadītāju) un labuma guvēju (pilsoņu) pārklāšanos, principā ilgtspējas ieguvumi no tīrāka gaisa ir būtiskas novērtējumam un var tikt ņemti vērā, ja tie ir pietiekami nozīmīgi, lai patērētājiem konkrētajā tirgū sniegtu kompensāciju par ciesto kaitējumu. Savukārt patērētāji var pirkt apģērbus, kas ražots no ilgtspējīgas kokvilnas, kas samazina ķīmisko vielu un ūdens izmantojumu zemē, kur tā tiek audzēta. Principā šādus vidiskus labumus var uzskatīt par kolektīviem labumiem. Tomēr, visticamāk, starp apģērba patērētājiem un vidisku labumu guvējiem nav būtiskas pārklāšanās, kas notiek tikai teritorijā, kur tiek

³³⁸ Tiesas 2006. gada 23. novembra spriedums lietā *Asnef-Equifax*, C-238/05, EU:C:2006:734, 72. punkts.

³³⁹ Tirgus nepilnību šādās situācijās parasti veido tas, ka ilgtspējīgs patēriņš rada negatīvu ārējo ietekmi uz citiem. Individuāli pircēji šo ārējo ietekmi (piemēram, emisijas) pilnībā neinternalizē un līdz ar to tās ir par daudz. Līdzīgi tirgus nepilnību var veidot tāda pozitīva ārējā ietekme no ilgtspējīga patēriņa, kuru patērētāji rada cits citam. Brīvais tirgus tās nodrošina par maz pamatā tā paša iemesla dēļ.

³⁴⁰ 101. panta 3. punkta pamatnostādņu 43. punkts; sk. arī 2006. gada 27. septembra spriedumu lietā *GlaxoSmithKline Services* un citi/Komisija, T-168/01, EU:T:2006:265 248. un 251. punktu; 2014. gada 11. septembra spriedumu lietā *MasterCard Inc.*, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, 242. punkts; Komisijas 2013. gada 23. maija lēmumu lietā AT.39595 *Air Canada/United Airlines/Lufthansa* (“*STAR alliance*”).

³⁴¹ Patērētājiem var sniegt kompensāciju, izmantojot viena veida ilgtspējas ieguvumus vai individuālu un kolektīvu labumu kombināciju, sk. 9.4.3.4. iedaļu.

audzēta kokvilna. Tāpēc nav ticams, ka patērētāji konkrētajā tirgū gūtu šīs kolektīvās priekšrocības. Ciktāl patērētāji ir gatavi maksāt vairāk, ja viņu apģērbs ir ražots no ilgtspējīgi audzētas kokvilnas, vietējos vidiskos labumus var uzskatīt par individuāliem labumiem bez vērtības apģērba patērētājiem (sk. 9.4.3.2. iedaļu).

605. Lai kolektīvās priekšrocības tiktu realizētas, nolīguma tirgus aptvērumam bieži ir jābūt nozīmīgam. Ja, piemēram, tikai divi no desmit veļas mazgāšanas mašīnu ražotājiem piekrīt atteikties no piesārņojošākajiem variantiem, tad nolīgums, visticamāk, nespēs novērst parazītismu un līdz ar to, visticamāk, pietiekami nesamazinās piesārņojumu, jo savtīgie patērētāji joprojām varēs nopirkt piesārņojošos variantus no viena vai vairākiem atlikušajiem piegādātājiem³⁴².
606. Lai kolektīvās priekšrocības tiktu ņemtas vērā, pusēm vajadzētu spēt:
- (a) skaidri aprakstīt apgalvotās priekšrocības un sniegt pierādījumus par to, ka tās jau ir notikušas vai, visticamāk, notiks;
 - (b) skaidri definēt labuma guvējus;
 - (c) parādīt, ka patērētāji konkrētajā tirgū būtiski pārklājas ar labuma guvējiem vai ir daļa no tiem, un
 - (d) parādīt, kādu kolektīvo priekšrocību, kuras notiek vai, visticamāk, notiks ārpus konkrētā tirgus, daļu gūst produkta patērētāji konkrētajā tirgū.
607. Šim novērtējumam īpaši vērtīgi var būt kolektīvo priekšrocību pierādījumi, kuri balstās uz publisko iestāžu ziņojumiem vai atzītu akadēmisko organizāciju sagatavotiem ziņojumiem.
608. Kad nav pieejami dati, kas ļautu veikt iesaistīto priekšrocību kvantitatīvu analīzi, ir jāspēj paredzēt skaidri identificējamu, nevis nebūtisku pozitīvu ietekmi uz patērētājiem. Pašreizējā pieredze ar kolektīvo priekšrocību izmērīšanu un kvantitatīvu noteikšanu joprojām ir neliela. Komisija varēs sniegt turpmākus norādījumus šajā jautājumā pēc tam, kad būs uzkrāta pieredze, strādājot ar konkrētiem gadījumiem, kas varētu ļaut attīstīt novērtējuma metodes.

9.4.3.4. Jebkāda vai visa veida priekšrocības

609. Katrā reizē ilgtspējas nolīguma puses var nākt klajā ar pierādījumiem un argumentiem, lai pamatotu apgalvojumus par jebkuru no trīs patērētāju priekšrocību veidiem vai par tiem visiem. Pušu izvēle var būt atkarīga no lietas specifikas un pieejamo pierādījumu uzticamības. Dažos gadījumos pietiek tikai ar individuālu izmantošanas vērtības priekšrocību parādīšanu, lai izpildītu 101. panta 3. punkta nosacījumus, savukārt citos gadījumos pietiek ar individuālajām neizmantošanas vērtības priekšrocībām vai kolektīvajām priekšrocībām. Citos gadījumos var būt iespējama divu vai visu trīs priekšrocību veidu kombinācija.

9.4.4. Konkurences nelikvidēšana

610. Atbilstoši 101. panta 3. punkta ceturtajam nosacījumam nolīgums nedrīkst pusēm dot iespēju likvidēt konkurenci attiecībā uz konkrēto produktu būtisku daļu. Būtībā nosacījums nodrošina, ka tirgū, uz kuru attiecas nolīgums, vienmēr paliks kaut kāda līmeņa cita konkurence, neatkarīgi no priekšrocību pakāpes.

³⁴² Tomēr šajā piemērā ir ierobežota ne tikai nolīguma potenciāla priekšrocība nepietiekama pārklājuma dēļ, bet arī potenciālais kaitējums konkurencei (pamatā to pašu iemeslu dēļ).

611. Šis pēdējais nosacījums var tikt izpildīts, pat ja konkurenci ierobežojošais nolīgums attiecas uz visu nozari, ciktāl nolīguma puses turpina pārliecinoši konkurēt vismaz vienā svarīgā konkurences aspektā. Piemēram, ja nolīgums likvidē konkurenci par kvalitāti vai daudzveidību, bet arī konkurence par cenu ir svarīgs konkurences parametrs konkrētajā nozarē un netiek ierobežota, šis nosacījums joprojām var būt izpildīts.
612. Turklāt, ja konkurenti konkurē ar diferencētu produktu klāstu, kuri visi ir tajā pašā konkrētajā tirgū, konkurences likvidēšana vienam vai vairākiem produkta variantiem ne vienmēr nozīmē, ka konkurence konkrētajā tirgū ir likvidēta.
613. Līdzīgi, ja konkurenti nolemj neizmantot konkrētu piesārņojošu tehnoloģiju vai īpašu ilgtnespējīgu sastāvdaļu savu produktu ražošanā, konkurence konkurentu starpā netiks likvidēta, ja viņi turpinās konkurēt par galaprodukta cenu un/vai kvalitāti.
614. Visbeidzot, konkurences likvidēšana ierobežotā laikposmā, kam nav ietekmes uz konkurences attīstību pēc tam, kad šis laikposms ir beidzies, nebūs šķērslis šā nosacījuma izpildei. Piemēram, nolīgums starp konkurentiem uz laiku ierobežot viena produkta varianta, kurš satur ilgtnespējīgu sastāvdaļu, ražošanu, lai tirgū ieviestu tā ilgtspējīgu aizstājēju ar mērķi radīt patērētājos izpratni par jaunā produkta īpašībām, atbildīs pēdējam konkurences nosacījumam.

9.5. Publisko iestāžu iesaiste

615. Valdības vai vietējo struktūru iesaiste ilgtspējas nolīgumu noslēgšanas procesā vai šo struktūru zināšanas par šo nolīgumu esību pašas par sevi nav iemesls uzskatīt, ka šie nolīgumi atbilst konkurences noteikumiem. Šāda publisko iestāžu iesaiste vai to zināšanas neatbrīvo ilgtspējas nolīguma puses no atbildības par 101. panta 1. punkta pārkāpumu. Līdzīgi, ja publisko iestāžu darbības tikai mudina uzņēmumus veikt neatkarīgu pret konkurenci vērstu rīcību vai to atvieglo, uz šiem uzņēmumiem attiecas 101. panta 1. punkts³⁴³.
616. Tomēr konkurenci ierobežojoša ilgtspējas nolīguma puses netiks sauktas pie atbildības par konkurences likumu pārkāpumiem, ja publiskās iestādes tās ir aicinājušas vai tām pieprasījušas noslēgt nolīgumu vai ja publiskās iestādes stiprina nolīguma ietekmi³⁴⁴.

9.6. Piemēri

617. Nolīgums, kas gūst labumu no nosacītās likumīguma prezumpcija

1. piemērs

Situācija: brokastu pārslas tiek pārdotas pievilcīgās krāsainās kartona kastēs. Gadu gaitā šīs kastes ir kļuvušas lielākas nevis tāpēc, ka ir palielinājies saturs, bet tikai, lai tās patērētājiem izskatītos pievilcīgākas un daudzsološākas. Tā ir ienesīga tirgvedības stratēģija, jo patērētāji brokastu pārslas bieži pērk spontāni, un lielāks izmērs rada iespaidu par izdevīgāku pirkumu. Tā kā visi ražotāji ir izmantojuši šo stratēģiju, tai nav bijusi nozīmīga ietekme uz viņu tirgus daļām. Tomēr tās rezultātā aptuveni 15 % no viņu produktiem izmantotā iepakojuma materiāla ir pārpalikumi.

³⁴³ 2003. gada 9. septembra spriedumu lietā *CIF*, C-198/01, EU:C:2003:430, 56. punkts.

³⁴⁴ 2013. gada 12. decembra spriedums lietā *Soa Nazionale Costruttori*, C-327/12, EU:C:2013:827 38. punkts; 2006. gada 5. decembra spriedums lietā *Cipolla* un citi, C-94/04, EU:C:2006:758, 47. punkts.

Nevalstiskā organizācija Prevent Waste ir kritizējusi brokastu pārslu ražotāju “tukšās kastes” stratēģiju kā izšķērdīgu un kaitīgu videi, izmantojot vairāk dabas resursu nekā nepieciešams šo produktu efektīvai ražošanai un izplatīšanai. Atbildot uz to, brokastu pārslu ražotāji, kas apvienojušies savā tirdzniecības organizācijā, vienojās ierobežot savu produktu iepakojumu pārpalikumu. Viņi kolektīvi vienojās ierobežot pārpalikumu līdz ne vairāk kā 3 %, lai nodrošinātu, ka pārslu kastes joprojām ir viegli lietot, un ir publiskojuši savu lēmumu. Ražotāji ir īstenojuši nolīgumu kopš gada sākuma, un tas attiecas uz 100 % no tirgus. Tā rezultātā iepakojuma izmaksas, kuras veido 6 % no vairumtirdzniecības cenas, ir samazinājušās par aptuveni 10 %. Tas ir novedis pie brokastu pārslu vairumtirdzniecības cenas samazinājuma par aptuveni 0,5 % un mazumtirdzniecības cenas samazinājuma par 0–0,5 %.

Analīze: konkurenti vienojas par elementu, kas ietekmē produkta cenu, bet to dara pārredzamā veidā, ļaujot visiem pieņemt pieeju un neuzliekot par pienākumu to darīt. Nenotiek sensitīvas informācijas apmaiņa, un lēmuma ievērošanu ir viegli uzraudzīt. Papildus tam pārslu ražotāji var vēl vairāk samazināt savu iepakojumu, ja viņi to vēlas. Turklāt nolīgums par iepakojuma pārpalikumu ierobežošanu ļoti maz un pat lejupejoši ietekmē brokastu pārslu cenu, neietekmē pārslu ražotāju savstarpējo konkurenci saistībā ar galvenajiem cenas, kvalitātes un inovācijas parametriem un tikai ļoti ierobežotā mērā skar tirgvedības konkurenci (ņemot vērā kastes “pārmērīgā izmēra” stratēģijas acīmredzami ierobežoto ietekmi). Tāpēc nolīgums atbilst likumīguma prezumpcijas nosacījumiem, un tādējādi uz to neattiecas 101. panta 1. punkts. Nolīgums faktiski uzlabo rezultātu patērētājiem, likvidējot dārgas iepakojuma pārpalikuma stratēģijas, kurām ir maza ietekme uz konkurenci.

618. Nolīgums, kuram nav ievērojamas ietekmes uz konkurenci

2. piemērs

Situācija: nevalstiskā organizācija Fair Tropical Fruits kopā ar vairākiem augļu tirgotājiem ir izveidojusi marķējumu godīgi tirgotiem tropiskajiem augļiem (“FTF” marķējumu). Lai izmantotu šo marķējumu, uzņēmumiem, kuri tirgojas ar tropiskajiem augļiem, ir jāgarantē, ka konkrētie augļi nāk no lauksaimniecībām, kurās tiek ievēroti noteikti minimālie nosacījumi attiecībā uz pesticīdu drošu izmantojumu. Šie uzņēmumi var brīvi tirgot augļus ar citu marķējumu. Fair Tropical Fruits ir izveidojusi uzraudzības sistēmu, lai pārbaudītu, vai ar FTF marķējumu pārdotie produkti atbilst minimālajiem nosacījumiem. Dalības nosacījumi, kā arī uzraudzības sistēmas metodes un rezultāti ir pieejami Fair Tropical Fruits tīmekļa vietnē. Ar FTF marķējumu pārdotie augļi ir dārgāki nekā citi tirgotie tropiskie augļi.

FTF marķējums ir ieviests visā ES, un vairāki lieli tirgotāji izmanto marķējumu un ir parakstījuši nolīgumu par marķējuma minimālo nosacījumu ievērošanu. Marķējums ir ātri kļuvis populārs noteiktu patērētāju vidū. Atkarībā no tropisko augļu veida un attiecīgā ģeogrāfiskā tirgus ES pārdoto augļu ar marķējumu tirgus daļas tagad svārstās no 2,6 % ananasiem līdz 14,7 % mango. Pārējo tirgu apgādā tie paši tirgotāji, darbojoties ārpus marķējuma, un citi tirgotāji, kuri nav nolīguma puses.

Analīze: ar FTF marķējumu pārdoto augļu augstākā cena var likt novērtēt nolīguma ietekmi. Tomēr, ņemot vērā nolīguma aptverto produktu nelielās tirgus daļas vairākos ES tirgos, citu marķējumu un tradicionālo produktu ievērojamās tirgus

daļas un to konkurenci, faktu, ka dalība FTF marķējumā ir brīvprātīga un nav ekskluzīva un ka marķējuma izmantošanas atļauja ir atkarīga tikai no noteiktu minimālo nosacījumu ievērošanas, nolīgumi, ar kuriem tiek izveidots un licencēts marķējums, visticamāk, neradīs ievērojamu negatīvu ietekmi. Līdz ar to uz nolīgumiem neattiecas 101. panta 1. punkts. Faktiski nolīgumi var paplašināt patērētājiem pieejamo izvēli, ļaujot viņiem identificēt produktus ar “godīgas tirdzniecības” iezīmēm.

619. Nolīgums, kas, visticamāk, neierobežos konkurenci saskaņā ar 101. panta 1. punktu un/vai, visticamāk, atbildīs 101. panta 3. punkta nosacījumam.

3. piemērs

Situācija: reaģējot uz konstatējumiem, kas iegūti pētījumā par ieteicamo tauku saturu noteiktos pārstrādātos pārtikas produktos, kuru veica valdības finansēta domnīca dalībvalstī, vairāki lieli pārstrādātu pārtikas produktu ražotāji tajā pašā dalībvalstī formālās diskusijās nozares tirdzniecības asociācijā vienojas noteikt ieteicamo tauku saturu produktos. Kopā puses pārstāv 70 % no produktu pārdošanas apjoma dalībvalstī. Pušu iniciatīva tiks atbalstīta ar valsts mēroga reklāmas kampaņu, ko finansē domnīca, uzsverot augsta tauku satura bīstamību pārstrādātajos pārtikas produktos.

Analīze: kaut arī tauku saturs ir ieteikums un līdz ar to brīvprātīgs, valsts mēroga reklāmas kampaņas radītās plašās publicitātes dēļ ieteicamo tauku saturu, visticamāk, īstenos visi pārstrādāto pārtikas produktu ražotāji dalībvalstī. Tāpēc tas, visticamāk, kļūs par de facto maksimālo tauku saturu pārstrādātajos pārtikas produktos. Tāpēc varētu tikt samazināta patērētāju izvēle produktu tirgos. Tomēr puses varēs turpināt konkurēt saistībā ar vairākām citām produkta iezīmēm, piemēram, cenu, produkta izmēru, kvalitāti, garšu, citu uzturvērtību un sāls saturu, sastāvdaļu līdzsvaru un zīmolu. Turklāt konkurence attiecībā uz tauku saturu produktu piedāvājumā var palielināties, ja puses centīsies piedāvāt produktus ar zemāko saturu. Tāpēc nolīgums, visticamāk, neradīs konkurenci ierobežojošas sekas 101. panta 1. punkta nozīmē. Tomēr, pat ja tiks konstatēts, ka nolīgumam ir ievērojama negatīva ietekme uz konkurenci saskaņā ar 101. panta 1. punktu, jo patērētājiem tiek atņemta izvēle iegūt pārtiku ar augstu tauku saturu, ieguvumi patērētājiem saistībā ar saņemtās informācijas vērtību un labvēlīgo ietekmi uz veselību, visticamāk, pārsniegs kaitējumu, un nolīgums, visticamāk, atbildīs 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

620. Nolīgums, kas ierobežo konkurenci saskaņā ar 101. panta 1. punktu un neatbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

4. piemērs

Situācija: visi konkrēta tirgus lielie mēbeļu ražotāji vienojas ieviest “zaļā koka” marķējumu mēbelēm, kas ražotas no ilgtspējīgi audzētas koksnes. Pašlaik koksnei ar likumu netiek noteikti nekādi ilgtspējas standarti. Puses ir vienojušās 3 gadu laikā piemērot jauno standartu, kurš paredz, ka vismaz 30 % no mēbelēs izmantotās koksnes jābūt audzētai ilgtspējīgi. Pēc šī laikposma visām nolīgumu pušu ražotajām mēbelēm būs jāatbilst saskaņotajam standartam un tās tiks marķētas ar “zaļā koka” marķējumu. Puses var brīvi ražot mēbeles, kuras atbilst (pat) augstākiem standartiem saskaņā ar citiem marķējumiem. Daži ražotāji jau to dara. Saskaņotais ilgtspējas standarts palēnina, bet neaptur mežu platību samazināšanu un to

biodaudzveidības degradāciju. Šī iemesla dēļ nevalstiskās organizācijas ir kritizējušas marķējumu kā “pārāk mazu un pārāk novēlotu”.

Mēbeļu ražotājiem, kas ir nolīguma puses, kopējā tirgus daļa ir 85 %. Pašlaik aptuveni 80 % no pušu kopējā pārdošanas apjoma veido mēbeles, kas ražotas no koksnes, kura nav audzēta un iegūta ilgtspējīgi. Atlikušie 15 % tirgus pieder mazākiem ražotājiem, kuri pārdod mēbeles saskaņā ar citiem ilgtspējas marķējumiem. Pētījumi, kurus mēbeļu ražotāji pasūtīja trešo personu konsultantiem, liecina, ka atbilstība “zaļā koka” marķējumam palielinās koksnes izmaksas vidēji par aptuveni 40 % un ka tā palielinās ražošanas izmaksas mēbelēm, kuru galvenā sastāvdaļa ir koksne, par vidēji 20 %. Ražošanas izmaksas veido aptuveni 60 % no galīgās cenas, un atlikušie 40 % ir izplatīšanas izmaksas. Gaidāms, ka mēbeļu galīgās cenas pieaugums būs vidēji 12 %.

Atsevišķi publicētā pētījumā ir norādīts, ka, salīdzinot ar ilgtspējīgām koka mēbelēm, patērētāji ir gatavi maksāt vidēji par 5 % vairāk par mēbelēm, kas ražotas saskaņā ar “zaļā koka” standartu. Šis pētījums balstās uz patērētāju aptauju par viņu gatavību maksāt par mēbelēm, kas ražotas no koksnes, kas atbilst “zaļā koka” standartam, kā arī uz izvēles eksperimenta, kas ietver dažādas atšķirīgu standartu un cenu mēbeļu pirkšanas iespējas.

Analīze: ņemot vērā nolīguma tirgus aptvērums un nozīmīgo cenu pieaugumu, nolīgums, visticamāk, pārkāps 101. panta 1. punktu. Iespējamā efektivitāte, kas izpaužas kā uzlabota koksnes audzēšanas un ieguves ilgtspēja, visticamāk, neradīs patērētājiem tādas priekšrocības, kas atsvērtu gaidāmo cenu pieaugumu: pētījums par patērētāju gatavību maksāt parāda, ka vidēji patērētāji uzlabotos ilgtspējas nosacījumus novērtē ievērojami zemāk (5 % no galīgās cenas) nekā prognozēto cenas pieaugumu par 12 %. Turklāt nešķiet, ka nolīgums ir obligāti vajadzīgs koksnes audzēšanas ilgtspējas standartu paaugstināšanai. To parāda fakts, ka dažas no nolīguma pusēm un citi mēbeļu ražotāji jau izmanto augstākus standartus un marķējumus. Citiem vārdiem sakot, nav skaidrs, kāpēc nolīgums ir nepieciešams, lai paaugstinātu ilgtspējas standartus, un kāpēc katra mēbeļu ražotāja individuāla rīcība viņiem neļautu paaugstināt standartus līdzīgā veidā vai konkurences spiediena rezultātā pat labākā veidā. Tāpēc nolīgums neizpilda vismaz divus no 101. panta 3. punkta nosacījumiem, un līdz ar to tas nevar izmantot aizlieguma atbrīvojumu saskaņā ar 101. panta 1. punktu.

621. Nolīgums, kas ierobežo konkurenci saskaņā ar 101. panta 1. punktu un atbilst 101. panta 3. punkta nosacījumiem.

Piemēri: 5

Veļas mazgāšanas mašīnu ražotāji pašlaik ražo dažādas mašīnas, sākot ar jaunākajiem modeļiem, kuri ir tehniski attīstītāki, līdz vecākiem modeļiem, kuri ir tehniski mazāk attīstīti. Kaut arī vecākie, mazāk attīstītie modeļi izmanto vairāk elektrības un ūdens, tos ir vieglāk ražot, un tie tiek pārdoti par zemākām cenām nekā nesenākie un tehniski attīstītākie modeļi. Saskaņā ar ES regulu visi modeļi tiek klasificēti astoņās energoefektivitātes kategorijās no A līdz H un attiecīgi marķēti.

Inovācija nozarē ir vērsta uz jauno modeļu energoefektivitātes turpmāku uzlabošanu. Tomēr veļas mazgāšanas mašīnu ražotāji arī uzskata, ka viņiem ir pienākums censties samazināt viņu mašīnu enerģijas patēriņu citos veidos. Tāpēc viņi ir vienojušies pakāpeniski izbeigt F–H kategoriju veļas mazgāšanas mašīnu, kas ir

vecākie un mazāk energoefektīvie modeļi, ražošanu un pārdošanu. Šie vecākie modeļi ir arī vismazāk efektīvi ūdens patēriņa ziņā.

Nolīgumā ir iekļauti visi ražotāji, un līdz ar to tas aptver gandrīz 100 % tirgus. Tas paredz, ka F–H kategorijas veļas mazgāšanas mašīnu ražošana un pārdošana tiks pakāpeniski izbeigta divu gadu laikā. Šie modeļi pašlaik veido aptuveni 35 % no visa pārdošanas apjoma tirgū. Kaut arī visi iesaistītie ražotāji jau ražo vairākus A–E kategorijas modeļus un līdz ar to neviens no viņiem nezaudēs visus pašreizējos pārdošanas apjomu, katrs ražotājs tiks ietekmēts atšķirīgi atkarībā no tā pašreizējā modeļu klāsta. Līdz ar to, visticamāk, tiks ietekmēta ražotāju savstarpējā konkurence. Turklāt pakāpeniska atteikšanās no F–H kategorijas samazinās patērētājiem pieejamo mašīnu izvēli un palielinās pirkšanas vidējās izmaksas. Vidējam F–H kategorijas veļas mazgāšanas mašīnas pircējam mašīnas cena pieaugs par 40–70 EUR.

Pirms nolīguma par pakāpenisku atteikšanos no F–H kategorijas īstenošanu nozare centās novirzīt pieprasījumu no šīm kategorijām, izmantojot reklāmas kampaņas. Pētījumi ir parādījuši, ka šīs kampaņas nebija veiksmīgas, jo daudziem patērētājiem ir grūti līdzsvarot pozitīvo ietekmi, ko nākotnē radīs elektrības un ūdens rēķinu samazinājumi, ar negatīvo ietekmi, ko radīs tūlītējs mašīnas pirkšanas cenas pieaugums.

Šie pētījumi arī parāda, ka veļas mazgāšanas mašīnu pircēji faktiski gūst ievērojamu labumu no pakāpeniskas atteikšanās no F–H kategorijas. Vidējais veļas mazgāšanas mašīnas pircējs atgūs pirkšanas cenas pieaugumu viena līdz divu gadu laikā mazāku izmaksu par elektrību un ūdeni dēļ. Ievērojams vairākums patērētāju, ieskaitot tos, kuri savu veļas mazgāšanas mašīnu izmanto retāk, atgūs pirkšanas cenas pieaugumu četru gadu laikā. Tā kā A–E kategorijas mašīnu vidējais paredzamais darbmūžs ir vismaz pieci gadi, patērētāji kā grupa gūst labumu no nolīguma. Šis neto labums tālāk palielinās visiem veļas mazgāšanas mašīnu izmantotājiem līdz ar vidiskajiem labumiem, kuri rodas no kolektīvā elektrības un ūdens izmantošanas samazinājuma. Elektroenerģijas patēriņa samazināšana rada mazāku piesārņojumu no elektroenerģijas ražošanas, un tas dod labumu patērētājiem, ciktāl ar piesārņojumu saistītās tirgus nepilnības jau netiek risinātas ar citiem regulatīvajiem instrumentiem (piemēram, ar Eiropas emisijas kvotu tirdzniecības sistēmu, kas ierobežo oglekļa emisijas). Ūdens patēriņa samazināšana rada mazāku ūdens piesārņojumu. Tā kā veļas mazgāšanas mašīnu izmantotāji ir lielākā daļa no iedzīvotāju skaita, tad patērētāji konkrētajā tirgū, kuru ietekmē nolīgums, gūst daļu no šiem vidiskajiem labumiem.

Analīze: kaut arī nolīgumam, visticamāk, būs ievērojama negatīva ietekme un uz to attiecas 101. panta 1. punkts, tas arī, visticamāk, atbildīs 101. panta 3. punkta nosacījumiem. Konkrēti: i) nolīguma rezultātā vidējā veļas mazgāšanas mašīna kļūst enerģijas un ūdens patēriņa ziņā efektīvāka, ii) to nebūtu bijis iespējams panākt ar mazāk ierobežojošu nolīgumu, piemēram, ar kolektīvu reklāmas kampaņu vai markējumu, iii) patērētāji konkrētajā tirgū gūst individuālus ekonomiskus labumus un kolektīvus vidiskus labumus, kā arī iv) konkurence netiek likvidēta, jo nolīgums attiecas tikai uz modeļu klāsta aptvērumu, kas ir viens konkurences parametrs, nevis uz citiem parametriem, saistībā ar kuriem var notikt un notiek konkurence.