

# KOMISIJA

## ODLOČBA KOMISIJE

z dne 19. decembra 2008

**o izvzetju nekaterih storitev v poštnem sektorju na Švedskem iz uporabe Direktive 2004/17/ES Evropskega parlamenta in Sveta o usklajevanju postopkov za oddajo javnih naročil naročnikov v vodnem, energetskem in transportnem sektorju ter sektorju poštinih storitev**

(notificirano pod dokumentarno številko C(2008) 8409)

(Besedilo v švedskem jeziku je edino verodostojno)

(Besedilo velja za EGP)

(2009/46/ES)

KOMISIJA EVROPSKIH SKUPNOSTI JE –

ob upoštevanju Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti,

ob upoštevanju Direktive 2004/17/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 31. marca 2004 o usklajevanju postopkov za oddajo javnih naročil naročnikov v vodnem, energetskem in transportnem sektorju ter sektorju poštinih storitev<sup>(1)</sup> in zlasti člena 30(4) in (6) Direktive,

ob upoštevanju zahtevka, ki ga je družba Posten AB Sweden (v nadaljnjem besedilu „Švedska pošta“) poslala po elektronski pošti 19. junija 2008,

po posvetovanju s Svetovalnim odborom za javna naročila,

ob upoštevanju naslednjega:

### I. DEJSTVA

(1) Dne 19. junija 2008 je Švedska pošta Komisiji po elektronski pošti poslala zahtevo v skladu s členom 30(5) Direktive 2004/17/ES. V skladu s prvim pododstavkom člena 30(5) je Komisija o tem obvestila švedske organe s pismom z dne 25. junija 2008, na katerega so švedski organi po zahtevi za podaljšanje roka odgovorili po elektronski pošti 2. septembra 2008. Komisija je poleg tega po elektronski pošti dne 30. julija 2008 od Švedske pošte zahtevala dodatne informacije, ki jih je Švedska pošta poslala po elektronski pošti dne 15. avgusta 2008.

(2) Zahteva, ki jo je predložila Švedska pošta, se nanaša na določene poštne storitve in določene druge storitve na Švedskem. Storitve, opisane v zahtevi, so naslednje:

(a) storitve naslovljene prvorazredne pisemske pošte (od potrošnika do potrošnika, od potrošnika do podjetij, medpodjetniške in od podjetij do potrošnika), v domovini in tujini; ta kategorija vključuje tudi prednostno dostavo časopisov in ekspresne storitve;

(b) storitve neprednostnih pisemskih pošilk, vključno s tako imenovanimi storitvami „e-brev“, dostavo neprednostnih časopisov in naslovljeno direktno pošto. E-brev je storitev, s katero potrošnik predloži gradivo na elektronskih medijih, ki se ga nato s storitvijo tiskanja in kuvertiranja prenese v fizična pisma, ki so kombinirana s pošno storitvijo; v okviru te kategorije storitev pošto še dodatno razlikujemo glede na dejstvo, da se nekatere vrste pošte obravnavajo drugače in imajo različno ceno. Zato je bistvena razlika med posameznimi enotami in velikimi sortiranimi pošilkami (imenovanimi tudi pred-sortirana masovna pošta). V tej zadnji kategoriji se uporablja še dodatno razlikovanje glede na geografsko območje, v katerem se ta storitev ponuja, in sicer med velikimi sortiranimi pošilkami v okoljih velemest<sup>(2)</sup> in velikimi sortiranimi pošilkami drugod na Švedskem. Še posebej pomembna posledica tega razlikovanja je, da se cene razlikujejo glede na to, kje se storitve opravljajo, in razlike so precejšnje<sup>(3)</sup>. V tej odločbi bodo zato obravnavane tri različne storitve, in sicer

— storitve neprednostnih pisemskih pošilk nasploh, tj. vse storitve neprednostnih pisemskih pošilk, kot so bile pravkar opisane, razen:

<sup>(2)</sup> Opredeljena kot določena območja poštinih števil, ki se nanašajo na večja mesta in okolice, kot so Stockholm, Göteborg, Malmö in Västerås.

<sup>(3)</sup> V povprečju 0,40 SEK – za primerjavo, cena za neprednostno pismo do 20 g (posamezna enota) je 4,0 SEK, cena za neprednostna pisma v velikih sortiranih pošilkah zunaj okolij velemest pa 2,84 SEK. V povprečju je v okoljih velemest cena za neprednostna pisma v velikih sortiranih pošilkah za 16,39 % nižja.

<sup>(1)</sup> UL L 134, 30.4.2004, str. 1.

- velikih sortiranih neprednostnih pošilk v okoljih velemest in
- velikih sortiranih neprednostnih pošilk drugod na Švedskem kot v okoljih velemest;
- (c) storitve nenaslovljene direktne pošte;
- (d) medpodjetniške storitve standardne paketne pošte v domovini;
- (e) storitve standardne paketne pošte od podjetij do potrošnika v domovini;
- (f) storitve standardne paketne pošte (od potrošnika do potrošnika in od potrošnika do podjetij) v domovini;
- (g) storitve hitre in kurirske paketne pošte v domovini;
- (h) storitve paketne pošte v tujini (medpodjetniška, od podjetij do potrošnika, od potrošnika do podjetij, od potrošnika do potrošnika), to je storitve, ki se nanašajo na pakete, ki izvirajo izven Švedske, in storitve, ki se nanašajo na pakete, ki jih je treba dostaviti izven Švedske;
- (i) paletne storitve (imenovane tudi storitve za lahko blago, tj. storitve, ki se nanašajo na blago do približno 1 000 kg) v domovini;
- (j) filatelistične storitve;
- (k) logistika tretje in četrte stranke, katere opredelitev vključuje uvoz, skladiščenje in dostavo ter tudi vodenje, nadzor in razvoj tokov blaga potrošnika;
- (l) zunanje izvajanje internih pisarniških storitev. To je v zahtevku opisano takole: „*Postservice* zahteva, da običajne interne postopke družbe v zvezi z upravljanjem pošte vodi zunanji akter ter tako sprostí notranje vire in izboljša poslovno učinkovitost. *Postservice* je del trga zunanjega izvajanja internih pisarniških storitev, ki vključuje še vrsto drugih storitev. Na tem trgu deluje mnogo družb, in storitve, ki jih opravljajo, so različne. Storitve so povezane drugače in včasih zajemajo večino storitev, za katere se lahko šteje, da sestavljajo poštno storitev, medtem ko jih je v drugih primerih zajetih le nekaj in je nato poudarek, na primer, na storitvah čiščenja.“
- (3) Zahteva poleg tega omenja storitev, ki obsega nabavo poštnih predalov, a – pravilno – ugotavlja, da je to pomožna storitev, ki jo je treba obravnavati kot del zagotavljanja dostopa do poštné infrastrukture. Zato ne more biti predmet avtonomne odločitve v skladu s členom 30.
- (4) Zahtevi so priloženi zaključki neodvisnega nacionalnega organa, Konkurrensverket<sup>(1)</sup> (švedski organ za konkurenco), čigar glavne pripombe in zaključki so naslednji: „Konkurrensverket nima nobenih bistvenih ugovorov zoper način, na katerega je (Švedska pošta) razmejila upoštevne trge ... Slika trenutne in vse večje konkurence, ki jo (Švedski pošti) predstavljajo nove družbe v poštnem sektorju, je pravilna; to še posebej velja za gostejše naseljena območja. (...) Toda za Švedsko so značilna redko poseljena velika geografska območja, ki trenutno niso – in verjetno tudi v predvidljivi prihodnosti ne bodo – poslovno zanimiva za nove družbe, da bi si tu postavile sedež (tj. da bi opravljale poštné storitve). To pomeni, da bo (Švedska pošta) tudi v prihodnje še vedno edini akter na trgu ali pa bo vsaj imela zelo močan tržni položaj v nekaterih delih švedskega trga poštnih storitev. (...) Za konec, Konkurrensverket meni, da zahteva (Švedske pošte) v skladu s členom 30 Direktive o javnih gospodarskih službah, 2004/17/ES, izpolnjuje zahteve, da se ji odobri izvzetje za trge, omenjene (v Direktivi). (...)“.

## II. PRAVNI OKVIR

- (5) Člen 30 Direktive 2004/17/ES določa, da naročila, katerih namen je omogočanje opravljanja dejavnosti, za katere se uporablja Direktiva 2004/17/ES, niso predmet te direktive, če je v državi članici, v kateri se dejavnost opravlja, dejavnost neposredno izpostavljena konkurenci na trgih, do katerih dostop ni omejen. Neposredna izpostavljenost konkurenci se oceni na podlagi objektivnih meril, ob upoštevanju posebnih značilnosti zadevnega sektorja. Šteje se, da dostop ni omejen, če država članica izvaja in uporablja ustrezno zakonodajo Skupnosti, ki odpira določen sektor ali njegov del.

<sup>(1)</sup> Opomba z dne 28.2.2008, Dnr 656/2007.

- (6) Ker Švedska izvaja in uporablja Direktivo 97/67/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 15. decembra 1997 o skupnih pravilih za razvoj notranjega trga poštinih storitev Skupnosti in za izboljšanje kakovosti storitve<sup>(1)</sup>, ne da bi uporabila možnost rezervacije storitev v skladu s členom 7 Direktive, se šteje, da dostop ni omejen v skladu s prvim pododstavkom člena 30(3) Direktive 2004/17/ES. Neposredno izpostavljenost konkurenci na določenem trgu je treba oceniti na podlagi različnih meril, od katerih samo po sebi nobeno ni odločilno.
- (7) Eno merilo, ki ga je v zvezi s trgi, na katere se nanaša ta odločba, treba upoštevati, je tržni delež glavnih akterjev na posameznem trgu. Drugo merilo je stopnja koncentracije na teh trgih. Ker se pogoji razlikujejo za različne dejavnosti, na katere se nanaša ta odločba, je treba pri preverjanju konkurenčnih razmer upoštevati različne razmere na različnih trgih.
- (8) Čeprav je v določenih primerih mogoče predvideti ožje opredeljene trge, lahko natančna opredelitev zadevnega trga ostane odprta za namene te odločbe, če se številne storitve, navedene v zahtevi, ki jo je predložila Švedska pošta, obravnavajo v takšnem obsegu, da rezultat analize ostane enak ne glede na to, ali temelji na ozki ali širši opredelitvi.
- (9) Ta odločba ne posega v uporabo pravil o konkurenci.

### III. OCENA

#### Storitve, za katere se člen 30(1) Direktive 2004/17/ES ne uporablja

##### *Storitve naslovljene prvorazredne pisemske pošte*

- (10) Švedska pošta ima za naslovljene prvorazredne pisemske pošiljke tržni delež, ki je bil v obdobju 2005-2007 vsako leto ustaljen pri nekaj več kot (... %) (\*), pa če je bil izmerjen v vrednosti ali količini (?). Po mnenju Švedske pošte ta stopnja tržnega deleža ne bi bila bistveno drugačna, četudi bi se nanašala ločeno na vsakega od možnih segmentov, ki bi jih lahko predvideli (pisemske pošiljke in prvorazredni časopisi, posamezne enote in pošiljke, sortirane in nesortirane pošiljke, velike in majhne pošiljke, od potrošnika do potrošnika, od potroš-

nika do podjetij, od podjetij do potrošnika, medpodjetniške, v domovini in tujini, v okoljih velemest in ostalem delu Švedske ...) (?). Zaradi tega lahko v tem primeru vprašanje, ali so vsi ti segmenti del istega proizvodnega trga, ostane odprto. Toda po mnenju Švedske pošte bi bil upoštevni trg, v primerjavi s katerim bi ocenili položaj njenih trgov, večji „trg sporočil“, ki bi poleg naslovljenih pisemskih pošilk vseh kategorij in vrst, prednostnih in neprednostnih časopisov in periodičnega tiska ter naslovljene direktne pošte vključeval „vse elektronske alternative fizični dostavi poštinih pošilk. (...) Med drugim gre za elektronsko pošto, elektronsko izmenjavo podatkov, komunikacijo prek spletnih strani (s pošiljanjem informacij, izvajanjem transakcij itd.), poslovne sisteme (ki proizvajajo komunikacijske in storitvene aplikacije, kot so sistemi za elektronsko izdajanje računov) in telefonske storitve (v obliki SMS in MMS).“ Na tako opredeljenem trgu bi Švedska pošta imela „omejen tržni delež“. Po mnenju Švedske pošte bi konkurenčni pritisk pravzaprav predstavljala možnost nadomestitve storitev „tradicionalnih“ papirnih pisemskih pošilk z elektronskimi komunikacijskimi sredstvi (kot je elektronska pošta ali SMS). V zvezi z nadomestitvijo je treba opozoriti, da je treba v skladu s pravili o konkurenci ES nadomestljivost med drugim analizirati na podlagi značilnosti proizvodov, cene proizvodov in ovir, povezanih s preusmeritvijo povpraševanja na možne nadomestke. Zdi se, da se značilnosti papirne pošte in elektronskih komunikacij znatno razlikujejo po obliki komunikacije, porabi časa za komunikacijo in preferencah potrošnikov. Poleg tega obstajajo velike ovire za prehod s papirne pošte na elektronsko pošto. (4) To kaže, da elektronske komunikacije pripadajo različnemu proizvodnemu trgu in zato ne morejo izvajati neposrednega konkurenčnega omejevanja storitev naslovljenih prvorazrednih poštinih pošilk Švedske pošte. Poleg tega se zdi, da bi glavni učinek povečane uporabe elektronske pošte znatno zmanjšal celoten obseg trga papirne pošte, namesto da bi na njem uvedel konkurenco (?). Ali obstaja neposredna izpostavljenost konkurenci ali ne, zato ni mogoče oceniti s sklicevanjem na „trg sporočil“. Če tega ne bi bilo, Švedska pošta trdi, da bi bil upoštevni trg „trg za naslovljena fizična sporočila“, tj. en sam trg, ki zajema vse oblike in kategorije pisemskih pošilk (prednostne in neprednostne, hitre in „običajne“), naslovljeno direktno pošto, časopise in periodični tisk. Na tako opredeljenem trgu je tržni delež Švedske pošte za leto 2007 baje znašal (... %) po vrednosti in (... %) po količini. Razen dejstva, da se pogoji oblikovanja cen za različne vrste zadevnih storitev močno razlikujejo, ta visok tržni delež zajema tržne

(1) Glej zahtevo, točka 3.1, C, str. 25.

(2) Na primer, približno ena četrtnina švedskih gospodinjstev nima povezave z internetom. Ob tem naj bi tisti del švedskega prebivalstva, ki plačuje račune prek interneta, predstavljal „nekaj več kot polovico“, kar pomeni, da skoraj polovica tega ne počne.

(3) Glej tudi sklepno ugotovitev v istem smislu, navedeno v uvodni izjavi 10 Odločbe Komisije 2007/564/ES z dne 6. avgusta 2007 o izvzetju nekaterih storitev v poštnem sektorju na Finskem, z izjemo Ålandskih otokov, iz uporabe Direktive 2004/17/ES Evropskega parlamenta in Sveta o usklajevanju postopkov za oddajo javnih naročil naročnikov v vodnem, energetskem in transportnem sektorju ter sektorju poštinih storitev (UL L 215 z dne 18.8.2007, str. 21).

(1) UL L 15, 21.1.1998, str. 14.

(\*) Zaupni podatki.

(2) Tržni deleži za leta 2005, 2006 in 2007, izmerjeni v vrednosti, so bili (... %), medtem ko so bili ustrezni tržni deleži za ista leta, izmerjeni v količini (... %).

delež za Švedsko pošto, ki se gibljejo med (... %) in (... %) po vrednosti ter med (... %) in (... %) po količini, kar ni skladno z enim samim trgom. Trg za naslovljene prvorazredne pisemske pošiljke je zato treba oceniti ločeno, in tržni deleži Švedske pošte na tem trgu so taki, da je ob pomanjkanju kakršnih koli nasprotnih kazalcev treba zaključiti, da storitve, ki se nanašajo na naslovljene prvorazredne pisemske pošiljke, preučene v tej uvodni izjavi, niso neposredno izpostavljene konkurenci na Švedskem. Zato se člen 30(1) Direktive 2004/17/ES ne uporablja za naročila, katerih namen je omogočanje izvajanja teh dejavnosti na Švedskem.

#### Storitve neprednostnih pisemskih pošiljk nasploh

- (11) Švedska pošta ima za storitve neprednostnih pisemskih pošiljk nasploh, kot so opredeljene v prvi alineji uvodne izjave (2)(b) zgoraj, v letu 2007 (... %) ocenjeni tržni delež po vrednosti <sup>(1)</sup>, pri čemer znaša delež največjega konkurenta preostalih (... %). V tej zvezi je treba spomniti na ustaljeno sodno prakso <sup>(2)</sup>, po kateri „zelo veliki tržni deleži že sami po sebi, razen izjemoma, dokazujejo obstoj prevladujočega položaja. Taka je situacija, kadar je tržni delež 50 %“. Glede na visoko stopnjo koncentracije ((... %)) na tem trgu in ob pomanjkanju kakršnih koli drugih nasprotnih kazalcev je zato treba zaključiti, da storitve neprednostnih pisemskih pošiljk nasploh niso neposredno izpostavljene konkurenci na Švedskem. Zato se člen 30(1) Direktive 2004/17/ES ne uporablja za naročila, katerih namen je omogočanje izvajanja te dejavnosti na Švedskem.

#### Velike sortirane neprednostne pošiljke drugod na Švedskem kot v okoljih velemest

- (12) Glede velikih sortiranih neprednostnih pošiljk drugod na Švedskem kot v okoljih velemest, kot so opredeljene v tretji alineji uvodne izjave (2)(b), se po informacijah Švedske pošte „tržni deleži akterjev, ki nudijo velike pošiljke zunaj okolij velemest, ne merijo ločeno, temveč

le kot del vse druge pošte, namenjene v ta okolja. To pomeni, da so tržni deleži teh akterjev približno enaki tržnim deležem za akterje, ki opravljajo prvorazredne poštne storitve, kar pomeni, da [je] tržni delež [Švedske pošte] približno (... %).“ Glede na to visoko stopnjo koncentracije na tem trgu in ob pomanjkanju kakršnih koli drugih nasprotnih kazalcev je treba zaključiti, da velike sortirane neprednostne pošiljke drugod na Švedskem kot v okoljih velemest niso neposredno izpostavljene konkurenci na Švedskem <sup>(3)</sup>. Zato se člen 30(1) Direktive 2004/17/ES ne uporablja za naročila, katerih namen je omogočanje izvajanja te dejavnosti na Švedskem.

#### Storitve nenaslovljene direktne pošte

- (13) Švedska pošta ima za nenaslovljeno direktno pošto, ki v tej odločbi pomeni nenaslovljene pošiljke, predvidene kot tržne komunikacije, (... %) ocenjeni tržni delež po vrednosti, pri čemer ima največji pomemben konkurent (... %) delež, tudi po vrednosti. Toda po mnenju Švedske pošte bi bil upoštevni trg, v primerjavi s katerim bi ocenili položaje njenih trgov, večji „trg za distribucijo oglasov“, ki bi poleg nenaslovljene direktne pošte vključeval „druge kanale za distribucijo oglasov, kot so časopisni oglasi, televizijski in radijski oglasi, oglasi na prostem, oglaševanje prek interneta, sponzoriranje itn.“. Na tako opredeljenem trgu bi delež Švedske pošte znašal približno (... %) <sup>(4)</sup>. Obstoj enega samega, širokega trga, ki obsega reklamo v različnih medijih, pa je že bil preučen in zavrnjen v predhodni Odločbi Komisije <sup>(5)</sup>. Ali obstaja neposredna izpostavljenost konkurenci ali ne, tega zato ni mogoče oceniti s sklicevanjem na „trg za distribucijo oglasov“. Trg za storitve nenaslovljene direktne pošte je zato treba preučiti ločeno. Glede na visoko stopnjo koncentracije na tem trgu in ob upoštevanju ustaljene sodne prakse, omenjene v uvodni izjavi 11 zgoraj, ter ob pomanjkanju kakršnih koli drugih nasprotnih kazalcev je treba zaključiti, da storitve nenaslovljene direktne pošte niso neposredno izpostavljene konkurenci na Švedskem. Zato se člen 30(1) Direktive 2004/17/ES ne uporablja za naročila, katerih namen je omogočanje izvajanja te dejavnosti na Švedskem.

<sup>(1)</sup> 2005: (... %), 2006: (... %).

<sup>(2)</sup> Glej točko 328 sodbe Sodišča prve stopnje (tretji senat) z dne 28. februarja 2002. Atlantic Container Line AB in drugi v. Komisija Evropskih skupnosti. Zadeva T-395/94. Zbirka odločb 2002, stran II-00875.

<sup>(3)</sup> Gostota poseljenosti se ni štela kot pomemben dejavnik pri sprejemanju pravkar omenjene Odločbe Komisije 2007/564/ES, ki zadeva Finsko, gostota poseljenosti katere – 17,4 prebivalca na km<sup>2</sup> na dan 1.1.2007 – je nižja kot gostota poseljenosti Švedske, 22,2 prebivalca na km<sup>2</sup> na dan 1.1.2007.

<sup>(4)</sup> Vključno z njeno naslovljeno direktno pošto, ki pa jo Švedska pošta v svoji zahtevi šteje kot del trga naslovljenih fizičnih sporočil, „med drugim ob upoštevanju delitve poštinih storitev iz Direktive o javnih gospodarskih službah.“

<sup>(5)</sup> Glej točko 11 Odločbe Komisije z dne 8. aprila 2005 (zadeva št. IV/M.3648 – GRUNER + JAHR/MPS). Zadevni mediji so bili reklama v periodičnem tisku, na televiziji, radiu in internetu. Glej v istem smislu točko 15 Odločbo Komisije z dne 24. januarja 2005 (zadeva št. IV/M.3579 – WPP/GREY), ki med drugim navaja: „... bolj se zdi, da se različne vrste medijev dopolnjujejo, kot da so medsebojno zamenljive, saj različni mediji lahko nagovarjajo različne publike na različne načine.“

*Storitve standardne paketne pošte (od potrošnika do potrošnika in od potrošnika do podjetij) v domovini*

- (14) Po mnenju Švedske pošte obstaja en sam trg, imenovan „trg sortirnic obdelanega splošnega tovora“, za „standardizirano dostavo paketov, paketnih pošilk in palet v nacionalnih, regionalnih ali globalnih prometnih omrežjih“, saj je skupni imenovalac vseh teh v tem, da so „sortirnice za obdelavo velikih količin blaga osrednja značilnost teh omrežij“. Na tako opredeljenem trgu bi tržni delež Švedske pošte znašal (... %). Toda ta zajema zelo različne tržne deleže, ki se gibljejo od (... %) do (... %) po vrednosti za storitve hitre paketne pošte v domovini do (... %) po vrednosti za storitve standardne paketne pošte v domovini. To ni skladno z enim samim trgom. Storitve standardne paketne pošte v domovini je zato treba obravnavati posebej, saj zadovoljuje drugačne potrebe povpraševanja (univerzalna poštna storitev) glede na poslovne pakete, kjer se tehnološki proces opravljanja te storitve običajno bistveno razlikuje. Pri teh storitvah je položaj Švedske pošte precej močan, pri čemer je ocenjeni tržni delež v obdobju 2005–2007 ustaljen med (... %) in (... %) vrednosti<sup>(1)</sup>. Čeprav se to lahko spremeni v prihodnjih letih po vstopu dveh novih konkurentov (konec leta 2007, je treba zaključiti, da kategorija preučeni storitev ni neposredno izpostavljena konkurenci na Švedskem. Zato se člen 30(1) Direktive 2004/17/ES ne uporablja za naročila, katerih namen je omogočanje izvajanja teh dejavnosti na Švedskem.

*Zunanje izvajanje internih pisarniških storitev*

- (15) Sodeč po informacijah, ki jih je predložila Švedska pošta, naj bi bil en sam trg za zunanje izvajanje internih pisarniških storitev. Kot je navedeno v uvodni izjavi (2)(l) zgoraj, bi ta trg pokrival različne vrste storitev, od ene ali več storitev, ki se nanašajo na poštno pošiljke, npr. storitve vložišča, do storitev čiščenja. Natančna kombinacija storitev je odvisna od povpraševanja posameznih potrošnikov. Poleg vseh drugih pomislekov v zvezi z nenadomestljivostjo med tako zelo različnimi storitvami, kot so storitve čiščenja in storitve vložišča, na strani ponudbe in tudi na strani povpraševanja ni mogoče vnaprej določiti, katere storitve se lahko združijo, če se za njih odloči en potrošnik ali več potrošnikov. Odločitev glede pravne ureditve, ki velja za zunanje izvajanje internih pisarniških storitev, bi zato povzročila precejšnjo pravno negotovost. V teh okoliščinah zunanje izvajanje internih pisarniških storitev, kakor je opredeljeno v uradnem obvestilu Švedske pošte, ne more biti predmet

<sup>(1)</sup> Glede na raziskavo, ki jo je posredovala Švedska pošta in je priložena njeni zahtevi, Švedska pošta „pravzaprav ne razlikuje med obema vrstama storitev. Ne glede na to, ali je paket namenjen od potrošnika do potrošnika ali od potrošnika do podjetij, se storitev opravlja pod istim imenom proizvoda („Postpaket“). Zaradi te bližnje nadomestljivosti na strani ponudbe je primerno, da se te storitve obravnava kot eno storitev C2X.“ To je tudi skladno z analizo, ki je bila privzeta za Finsko v Odločbi 2007/564/ES.

odločbe v skladu s členom 30 Direktive 2004/17/ES kot posamezna kategorija storitev.

### **Storitve, za katere se uporablja člen 30(1) Direktive 2004/17/ES**

*Velike sortirane neprednostne pošiljke v okoljih velemest*

- (16) Kot je navedeno v uvodni izjavi (2)(b) zgoraj, na Švedskem obstaja ločen trg za velike sortirane neprednostne pošiljke v okoljih velemest. Na tem trgu znaša tržni delež Švedske pošte v letu 2007 (... %) po vrednosti. Ob upoštevanju stopnje koncentracije na tem trgu, kjer je največji konkurent pridobil delež, ki je v letu 2007 ocenjen na približno (... %) po vrednosti, je treba te dejavnike obravnavati kot znak neposredne izpostavljenosti konkurenci.

*Medpodjetniške storitve standardne paketne pošte v domovini*

- (17) Na področju domačih medpodjetniških storitev standardne paketne pošte je tržni delež Švedske pošte v letu 2007 ocenjen približno na (... %) po vrednosti. Ob upoštevanju, da znaša skupni ocenjeni tržni delež dveh največjih konkurentov na področju domačih storitev (... %) in da je skupni delež treh največjih konkurentov med (... %) po vrednosti, torej trije največji konkurenti nimajo nepomembnega tržnega deleža in se sklepa, da je dejavnost neposredno izpostavljena konkurenci.

*Storitve standardne paketne pošte od podjetij do potrošnika v domovini*

- (18) Tržni delež Švedske pošte za domače storitve je v letu 2007 ocenjen na (... %) po vrednosti. Vendar pa v letu 2007 (... %) ocenjeni tržni delež največjega konkurenta po vrednosti znaša približno polovico deleža Švedske pošte, zato se na tej stopnji lahko šteje, da bi konkurent lahko izvajal velik konkurenčni pritisk na Švedsko pošto. Te dejavnike je zato treba obravnavati kot znak neposredne izpostavljenosti konkurenci.

*Storitve hitre in kurirske paketne pošte v domovini*

- (19) Švedska pošta je imela leta 2007 na tem trgu (... %) delež po vrednosti, medtem ko je skupni tržni delež dveh največjih konkurentov znašal (... %). Te dejavnike je zato treba obravnavati kot znak neposredne izpostavljenosti konkurenci storitev hitre in kurirske paketne pošte v domovini.

*Storitve paketne pošte v tujini*

- (20) Na trgu za storitve paketne pošte v tujini, kot so opredeljene v uvodni izjavi (2)(h) zgoraj, ima Švedska pošta v letu 2007 tržni delež (... %) po vrednosti, medtem ko je bil delež njenega največjega konkurenta primerljivih (... %), skupni delež dveh največjih konkurentov pa je bil skoraj dvakrat tolikšen kot delež Švedske pošte, in sicer (... %). Te dejavnike je zato treba obravnavati kot znak neposredne izpostavljenosti konkurenci storitev paketne pošte v tujini.

*Paletne storitve (imenovane tudi storitve za lahko blago) v domovini*

- (21) Na trgu za paletne storitve v domovini, kot so opredeljene v uvodni izjavi (2)(i) zgoraj, je delež Švedske pošte ocenjen na (... %) tržni delež. Sodeč po informacijah, ki jih je predložila Švedska pošta, „(...) trg obvladujejo DHL, Schenker, DSV in [Švedska pošta], pri čemer [Švedska pošta] in DSV tekmujeta za tretje mesto. Poleg tega obstajajo lokalna in tudi vsedržavna prevozna podjetja, ki nudijo prevoz palet. V transportnem sektorju na Švedskem je okrog 14 000 družb in ni mogoče reči, koliko jih v svojo ponudbo izdelkov uvršča tudi paletno storitev.“ Te dejavnike je zato treba obravnavati kot znak neposredne izpostavljenosti konkurenci.

*Logistika tretje in četrte stranke*

- (22) Na trgu za logistiko tretje in četrte stranke, kot je opredeljena v uvodni izjavi (2)(k) zgoraj, je tržni delež Švedske pošte z manj kot (... %) precej zanemarljiv, pri čemer „na švedskem trgu deluje veliko število švedskih in mednarodnih akterjev, kot so DHL, Schenker, DSV in Green Cargo. Poleg tega so tu še družbe, ki so bile sprva v sektorju odpreme in špediterstva, s svojimi lastnimi globalnimi omrežji, kot sta Maersk in Tradimus“, če sodimo po informacijah, ki jih je predložila Švedska pošta. To se zato lahko obravnava kot znak neposredne izpostavljenosti konkurenci.

*Filatelistične storitve*

- (23) V tej odločbi so filatelistične storitve opredeljene kot „prodaja poštnih znamk in z njimi povezanih izdelkov zlasti zbiralcem znamk ter, v določenem obsegu, kupcem daril in spominkov.“ Sodeč po predstavljenih informacijah je Švedska pošta največja družba, ki vseskozi izdaja nove poštna znamke na Švedskem. Drugi akterji, ki nudijo novo izdane poštna znamke na filatelističnem trgu na Švedskem, so lokalni švedski poštni operaterji in tuji, pretežno nordijski poštni operaterji. Toda filatelistični trg ni omejen na poštna znamke, ki jih nudijo

poštni operaterji, temveč vključuje tudi prodajo poštnih znamk prek dražbarjev, trgovcev z znamkami in prodajo na internetu prek različnih prodajnih in avkcijjskih spletnih strani. Ocenjeni tržni delež Švedske pošte na celotnem trgu za filatelistične storitve na Švedskem, ki jih opravljajo trgovci ali borzne hiše, znaša (... %), dražbarji imajo (... %) skupni tržni delež, trgovci z znamkami skupaj (... %), prodaja na internetu skupaj (... %), vsi drugi poštni operaterji na Švedskem pa skupaj (... %). Ocenjeni skupni delež treh največjih dražbarjev ((... %)) je nekoliko večji od deleža Švedske pošte. Te dejavnike je zato treba obravnavati kot znak neposredne izpostavljenosti konkurenci za filatelistične storitve, če je zadevni trg skupni trg ali ločeni trg za poslovanje s poštnimi znamkami in borzni trg poštnih znamk.

## IV. ZAKLJUČKI

- (24) Glede na dejavnike, preučene v uvodnih izjavah (2) do (23), je treba pogoj neposredne izpostavljenosti konkurenci, določen v členu 30(1) Direktive 2004/17/ES, šteti za izpolnjenega na Švedskem za naslednje storitve:
- (a) velike sortirane neprednostne pošiljke v okoljih velemet;
  - (b) medpodjetniške storitve standardne paketne pošte v domovini;
  - (c) storitve standardne paketne pošte od podjetij do potrošnika v domovini;
  - (d) storitve hitre in kurirske paketne pošte v domovini;
  - (e) paletne storitve (imenovane tudi storitve za lahko blago) v domovini;
  - (f) logistika tretje in četrte stranke;
  - (g) filatelistične storitve ter
  - (h) storitve paketne pošte v tujini.

- (25) Ker se zdi, da je pogoj neomejenega dostopa do trga izpolnjen, se Direktiva 2004/17/ES ne bi smela uporabljati, če naročniki oddajajo naročila, katerih namen je omogočiti izvedbo storitev, navedenih v točkah (a) do (h) uvodne izjave (24), na Švedskem ali če so organizirani natečaji za opravljanje te dejavnosti na Švedskem.

(26) Ta odločba temelji na pravnih in dejanskih razmerah od junija do septembra 2008, kot je razvidno iz informacij, ki sta jih predložila Švedska pošta in Kraljevina Švedska. Lahko se spremeni, če bi pomembne spremembe pravnih ali dejanskih razmer pomenile, da pogoji za uporabo člena 30(1) Direktive 2004/17/ES niso več izpolnjeni –

SPREJELA NASLEDNJO ODLOČBO:

*Člen 1*

Direktiva 2004/17/ES se ne uporablja za javna naročila, ki jih oddajo naročniki in so namenjena omogočanju izvajanja naslednjih storitev na Švedskem:

- (a) velike sortirane neprednostne pošiljke v okoljih velemest;
- (b) medpodjetniške storitve standardne paketne pošte v domovini;
- (c) storitve standardne paketne pošte od podjetij do potrošnika v domovini;
- (d) storitve hitre in kurirske paketne pošte v domovini;

- (e) paletne storitve (imenovane tudi storitve za lahko blago) v domovini;
- (f) logistika tretje in četrte stranke;
- (g) filatelistične storitve ter
- (h) storitve paketne pošte v tujini.

*Člen 2*

Ta odločba je naslovljena na Kraljevino Švedsko.

V Bruslju, 19. decembra 2008

*Za Komisijo*  
Charlie McCREEVY  
*Član Komisije*