



## L Ē M U M S

Rīgā

Nr.19

(Prot. Nr.46, 3.§)

2017.gada 14.septembrī

Ar kļūdas labojumu (2017.gada 29.septembrī, lēmums Nr. 21, prot. Nr.49, 2.§)

### Par lietas izpētes izbeigšanu ar rakstveida apņemšanos

Lieta Nr. 1551/15/7.3.2./8

*“Par Konkurences likuma 11.pantā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA “Rīgas satiksme”, SIA “Pilsētas līnijas” un SIA “JCDecaux Latvija” darbībās”*

### SATURA RĀDĪTĀJS

<b>I LIETAS BŪTĪBA .....</b>	<b>2</b>
<b>II LIETAS DALĪBNIEKI.....</b>	<b>2</b>
1. Iesniedzējs.....	2
2. SIA “Rīgas satiksme” .....	2
3. SIA “JCDecaux Latvija”.....	2
4. SIA “Pilsētas līnijas” .....	2
<b>III ADMINISTRATĪVAIS PROCESS IESTĀDĒ .....</b>	<b>3</b>
<b>IV LIETAS APRAKSTS UN NOSLĒGTIE LĪGUMI .....</b>	<b>3</b>
1. Līgumattiecības starp RS, PL un JCD .....	3
2. Līgumos konstatētie konkurenci ierobežojošie noteikumi .....	4
<b>V VIENOŠANĀS IETVAROS IETEKMĒTAIS TIRGUS.....</b>	<b>6</b>
<b>VI RAKSTVEIDA APŅEMŠANĀS UN TO IZVĒRTĒJUMS .....</b>	<b>7</b>
<b>VII IESNIEDZĒJA VIEDOKĻA IZVĒRTĒJUMS .....</b>	<b>8</b>
<b>VIII TIESISKAIS PIENĀKUMS .....</b>	<b>10</b>

## I LIETAS BŪTĪBA

- 1 Lietas ietvaros Konkurences padome (turpmāk – KP) pārbaudīja, vai SIA “Rīgas satiksme”, SIA “Pilsētas līnijas” un SIA “JCDecaux Latvija” darbībās saskatāmas Konkurences likuma (turpmāk – KL) 11.panta pirmajā daļā noteiktā vienošanās aizlieguma pārkāpuma tiesiskā sastāva pazīmes, slēdzot savstarpējus līgumus par reklāmas izvietošānu SIA “Rīgas satiksme” sabiedriskā transporta infrastruktūrā esošajās pieturvietās (turpmāk – arī pieturvieta nojumes) Rīgā.

## II LIETAS DALĪBNIEKI

### 1. Iesniedzējs

- 2 “Clear Channel Latvia” (turpmāk – CCL) ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003547864, tās juridiskā adrese ir Vaļņu iela 3-1, Rīga. CCL ir daļa no Clear Channel International, kas ir viens no pasaules vadošajiem uzņēmumiem vides mediju industrijā. Clear Channel International ir daļa no pasaulē lielākās vides mediju akciju sabiedrības Clear Channel Outdoor Holdings, Inc., kas aktīvi darbojas 44 pasaules valstīs. 89% uzņēmuma kapitāla daļu pieder Clear Channel Communications, Inc. globālajam mediju tīklam, bet pārējie 11% kapitāla daļu kotēti Ņujorkas biržā. CCL pamatdarbība ir vides reklāmas izvietošana vides reklāmas standos pilsētas ielās.<sup>1</sup>

### 2. SIA “Rīgas satiksme”

- 3 “Rīgas satiksme” (turpmāk – RS) ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003619950, tās juridiskā adrese ir Kleistu iela 28, Rīga. RS ir 100% Rīgas pilsētas pašvaldībai piederoša kapitālsabiedrība. RS pamatdarbība ir sabiedriskā transporta pakalpojuma sniegšana Rīgas pilsētā un piepilsētā, autotransporta un stāvvietu pakalpojuma sniegšana<sup>2</sup>.

### 3. SIA “JCDecaux Latvija”

- 4 “JCDecaux Latvija” (turpmāk – JCD) ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003310198, tās juridiskā adrese ir Krišjāņa Valdemāra iela 9-3, Rīga. JCD 100% kapitāla daļu pieder JCDecaux Europe Holding uzņēmumam, kas reģistrēts Francijā. JCD pamatdarbība ir vides reklāmu izvietošana sabiedriskā transporta pieturvietās, statiskajos un dinamiskajos standos, uz lielformāta stendiem, māju sienām, kolonnās un pilonos un Starptautiskajā lidostā “Rīga”<sup>3</sup>.

### 4. SIA “Pilsētas līnijas”

- 5 “Pilsētas līnijas” (turpmāk – PL) ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistra Nr.40003641453, tās juridiskā adrese ir Cēsu iela 31 k-3, Rīga. PL kapitāla daļas pieder sabiedrībai ar ierobežotu atbildību “WELL

<sup>1</sup> CCL tīmekļa vietne, sadaļa “Kas mēs esam”, pieejams: <http://clearchannel.lv/kas-mes-esam/> [aplūkots 14.09.2017.]

<sup>2</sup> RS tīmekļa vietne, sadaļa “Par mums”, pieejams: <https://www.rigassatiksme.lv/lv/par-mums/> [aplūkots 14.09.2017.]

<sup>3</sup> JCD tīmekļa vietne, sadaļa “Par mums”, pieejams: <http://www.jcdecaux.lv/lv/jcdecaux-latvija> [aplūkots 14.09.2017.]

MEDIA RĪGA” un trim fiziskām personām. PL pamatdarbība ir vides reklāmas izvietošana uz dažādu modeļu sabiedriskā transporta līdzekļiem un komerctransporta Rīgā, citās Latvijas pilsētās, kā arī Baltijas reģionā<sup>4</sup>.

### III ADMINISTRATĪVAIS PROCESS IESTĀDĒ

- 6 KP 21.07.2015. saņēma CCL iesniegumu un 11.09.2015. iesnieguma papildinājumus par konkurences tiesību pārkāpumiem RS, PL un JCD darbībās (turpmāk – Iesniegums). Iesniegumā, tai skaitā, tika norādīts uz iespējamu aizliegtu vienošanos starp RS, PL un JCD, kas satur nekonkurēšanas un ekskluzīvas piegādes noteikumus un kas CCL ieskatā noved pie būtiskām negatīvām sekām, izslēdzot konkurentus un likvidējot konkurenci ievērojamā tirgus daļā, jo RS ilgāku laika periodu ir piešķīrusi ekskluzīvas reklāmas laukumu izvietošanas tiesības pieturvietu nojumēs PL, kā arī RS apņemas pirkst pieturvietu nojumes tikai no PL un JCD<sup>5</sup>.
- 7 Pamatojoties uz KL 8.panta pirmās daļas 1.punktu un 22.panta 1.punktu, KP 17.09.2015. ierosināja lietu Nr. 1551/15/7.3.2./8 “Par Konkurences likuma 11.pantā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA “Rīgas satiksme”, SIA “Pilsētas līnijas” un SIA “JCDecaux Latvija” darbībās” (turpmāk – Lieta), kuras ietvaros tika vērtētas vienošanās par reklāmas izvietošānu pieturvietu nojumēs Rīgā.
- 8 Ievērojot KL 26.panta septītajā daļā noteikto, pēc Lēmuma pieņemšanai nepieciešamo faktu konstatēšanas KP 05.07.2017. nosūtīja CCL, RS, PL un JCD paziņojumu par KP Lēmuma pieņemšanai nepieciešamo faktu konstatēšanu un par uzaicinājumu iepazīties ar Lietā esošajiem pierādījumiem un viedokļa izteikšanu (turpmāk – Paziņojums).
- 9 PL un JCD 10.07.2017., CCL 11.07.2017. un RS 12.07.2017. izmantoja tiesības iepazīties ar Lietas materiāliem. CCL izmantoja tiesības sniegt viedokli par Paziņojumā konstatētajiem faktiem un apstākļiem (turpmāk – CCL viedoklis).
- 10 13.04.2017. JCD, 20.06.2017. PL un 05.07.2017. RS iesniedza KP rakstveida apņemšanās, kurās katrs apņēmās izmainīt konkrētus savstarpējo līgumu nosacījumus un izpildīt papildu apņemšanās nosacījumus, atbilstoši Lietā konstatētajiem apstākļiem. RS, PL un JCD ieskatā šo rakstveida apņemšanās nosacījumi novērstu problēmas, uz kurām KP norādīja tikšanās laikā ar RS, PL un JCD, un kuras vēlāk tika norādītas Paziņojumā.

### IV LIETAS APRAKSTS UN NOSLĒGTIE LĪGUMI

#### 1. Līgumattiecības starp RS, PL un JCD

*RS un PL nomas līgums*

- 11 Atbilstoši 16.12.2004. līgumam, kas noslēgts starp RS un PL,<sup>6</sup> RS nodod PL nomā tā īpašumā, valdījumā vai turējumā esošās reklāmas eksponēšanas vietas saskaņā ar līguma pielikumu Nr.1<sup>7</sup>, tai skaitā, uz visiem RS īpašumā vai valdījumā esošajiem transporta līdzekļiem, kas tiek

<sup>4</sup> PL tīmekļa vietne, sadaļa “Pakalpojumi”, pieejams: <http://www.pl.lv/lv/pakalpojumi/autobuss> [aplūkots 14.09.2017.]

<sup>5</sup> 21.07.2015. CCL Iesniegums, 7.lpp.

<sup>6</sup> Konsolidēts ar 18.07.2008. līgumu Nr.LIG/2008/685.

<sup>7</sup> RS sagatavo sarakstu viena mēneša laikā no Nomas līguma noslēgšanas dienas, kurā ir uzskaitītas RS īpašumā, valdījumā un turējumā esošās reklāmas eksponēšanas vietas, tai skaitā, visi RS īpašumā, valdījumā un turējumā esošie transporta līdzekļi, kas tiek izmantoti sabiedriskā transporta vajadzībām, transporta līdzekļos esošās reklāmas eksponēšanas vietas (tai skaitā video un audio iekārtas), vides reklāmas objekti, jebkāda veida pēc RS pasūtījuma poligrāfiski vai kā citādi sagatavotiem materiālu veidiem (tai skaitā, informatīvie materiāli, braukšanas biļetes sabiedriskajos transporta līdzekļos).

izmantoti sabiedriskā transporta vajadzībām, uz vides reklāmas objektiem, uz jebkāda veida pēc RS pasūtījuma poligrāfiski vai kā citādi sagatavotiem materiāliem (t.sk., informatīvie materiāli, braukšanas biļetes sabiedriskajos transporta līdzekļos), kā arī piešķir PL tiesības atskaņot vai kādā citā veidā pārraidīt reklāmu transporta līdzekļos.

- 12 Ar 23.08.2012. papildu vienošanos RS un PL papildina līgumu ar Pielikumu Nr.1 “Reklāmas eksponēšanas vietu uzskaites kārtība” un Pielikumu Nr.8 “Reklāmas izvietojuma kārtība sabiedriskā transporta pieturvietās”.

*PL un JCD sadarbības (nomas) līgums*

- 13 21.12.2012. noslēgts līgums starp PL un JCD, kurš paredz, ka PL pasūta un JCD par saviem līdzekļiem un ar savu darbaspēku izgatavo, piegādā un uzstāda norādītajās vietās 300 sabiedriskā transporta pieturvietu nojumes atbilstoši līguma, t.sk., Pielikuma Nr.1 noteikumiem<sup>8</sup>, nosacījumiem un termiņiem, pretī saņemot tiesības par nomas maksu lietot (nomāt) nojumes reklāmas izvietojumam.
- 14 Apkopojot PL un JCD līgumiskās attiecības secināms, ka tās ir pielāgotas RS un PL līguma noteikumiem.

*RS un JCD patapinājuma līgums*

- 15 19.12.2012. noslēgts līgums starp RS un JCD, kas paredz, ka JCD nodod un RS pieņem lietošanā JCD piederošās 300 pieturvietu nojumes, kas tiks uzstādītas sabiedriskā transporta pieturvietās, saskaņā ar šī līguma Pielikumu Nr.1.
- 16 Izvērtējot līgumiskās attiecības kopsakarā ar Lietas būtību, KP secina, ka (1) RS iznomā sabiedriskā transporta pieturvietu nojumes (aptuveni 800) reklāmas izvietojumam PL ar nosacījumu, ka PL 300 no tām izbūvēs no jauna, (2) PL tālāk iznomā 300 pieturvietu nojumes reklāmas izvietojumam JCD ar nosacījumu, ka JCD šīs 300 pieturvietu nojumes izbūvēs no jauna, (3) JCD izbūvē nojumes un patapina (nodod lietošanā bez maksas) tās RS. Tādējādi KP konstatē, ka starp RS un PL, starp PL un JCD, kā arī starp RS un JCD faktiski ir noslēgtas vienošanās par infrastruktūras nomu reklāmas izvietojumam.

**2. Līgumos konstatētie konkurenci ierobežojošie noteikumi**

- 17 Analizējot savstarpēji noslēgtos līgumus starp RS, PL un JCD, KP konstatēja, ka atsevišķi līguma punkti satur konkurenci ierobežojošus noteikumus un būtu vērtējami KL 11.panta pirmās daļas ietvaros.
- 18 Tikšanās laikā ar RS, PL un JCD, KP norādīja, ka 16.12.2004. nomas līgums starp RS un PL<sup>9</sup>, 21.12.2012. sadarbības līgums starp PL un JCD, tajā skaitā 19.12.2012. patapinājuma līgums starp RS un JCD ietver šādus noteikumus, kas ierobežo konkurenci ilgā laika posmā:
- garš līguma termiņš (visos līgumos vairāk nekā 10 gadi);
  - reklāmas izvietojuma tiesību “rezervēšana” uz visām esošajām un potenciālajām RS pieturvietu nojumēm nākotnē (iekļauts līgumā starp PL un JCD, kā arī līgumā starp RS un JCD);
  - automātiskā līguma pagarināšana (iekļauts līgumā starp RS un PL, kā arī līgumā starp RS un JCD).
- 19 Iepriekš konstatētie konkurenci ierobežojošie noteikumi, kas satur garu līguma termiņu, automātisku līguma pagarināšanu un tiesību “rezervēšanu” uz nākotni ir izvērtējami kopsakarā, jo tie kopumā nodrošina ekskluzīvas tiesības vienam tirgus dalībniekam sniegt reklāmas

<sup>8</sup> Atbilstoši Nomas līguma starp RS un PL Pielikumam Nr.1.

<sup>9</sup> Konsolidēts ar 18.07.2008. līgumu Nr.LIG/2008/685.

izvietošanas pakalpojumu sabiedriskā transporta pieturvietu nojumēs, tādā veidā ilgstoši liedzot iegūt šādas tiesības šī tirgus dalībnieka konkurentiem. Šādiem nolīgumiem var būt negatīva ietekme uz tirgu, kas var izpausties kā ar godīgu konkurenci nesaderīga tirgus piekļuves bloķēšana citiem tirgus dalībniekiem, radot šķēršļus ieiešanai tirgū vai darbības paplašināšanai tajā.

- 20 Saistībā ar garajiem noslēgto līgumu starp RS un PL, PL un JCD, kā arī RS un JCD termiņiem (vairāk nekā 10 gadi konkrētajā gadījumā), KP norāda, ka tie varētu tikt uzskatīti par objektīvi attaisnojamiem tikai tajā gadījumā, ja ieguldītās investīcijas 300 sabiedriskā transporta pieturvietu nojumju izbūvei ir atgūstamas šādā ilgā laika periodā. Tādēļ tika izvērtēti JCD iesniegtie aprēķini, skaidrojumi un investīciju atmaksāšanās periods, ņemot vērā faktiski veiktos ieguldījumus (investīcijas), saimnieciskās darbības izmaksas, reklāmas nodevas samaksu un nomas maksu u.c., kā arī prognozes par investīciju projekta ienesīgumu, tai skaitā, ieņēmumus u.c. rādītājus.
- 21 KP secināja, ka noslēgtā līguma termiņš starp PL un JCD atzīstams par objektīvi attaisnojamu, ņemot vērā ieguldīto investīciju apjomu 300 sabiedriskā transporta pieturvietu izbūvei un to atmaksāšanās periodu. Tādējādi arī termiņš, kurš iekļauts līguma nosacījumos, kas noslēgts starp RS un PL, kurā, tai skaitā, RS uzdod PL izbūvēt 300 pieturvietas ar reklāmas izvietošanas tiesībām, ir objektīvi attaisnojams, jo cieši saistīts ar PL un JCD noslēgtā līguma termiņu.
- 22 Uz līdzīgiem secinājumiem norāda arī citu Eiropas konkurences iestāžu prakse, piemēram, Apvienotās Karalistes konkurences iestāde (turpmāk – OFT) 2011.gadā veica vides reklāmas tirgus uzraudzību, kurā apskatīja reklāmas izvietošanas tiesības uz “ielu mēbelēm” (tai skaitā uz sabiedriskā transporta pieturvietu nojumēm) un kurā secināja, ka ilgtermiņā noslēgtie līgumi ir attaisnojami ar investīciju ieguldījumu, un ka lielākā daļa investīcijas, kas ieguldītas “ielu mēbeļu” izbūvei atmaksājas vidēji 10 gadu periodā<sup>10</sup>.
- 23 CCL viedoklī norādījusi, ka tai nav bijusi iespēja pārliecināties par iesniegtajiem investīciju atmaksāšanas aprēķiniem un KP nav norādījusi objektīvus iemeslus šai aprēķinu nesakrītībai ar CCL Iesniegumā norādītajiem aprēķiniem. KP skaidro, ka JCD iesniegtais investīciju projekts ir uzskatāms par komercnoslēpumu un norādītajai informācijai ir piešķirts ierobežotas pieejamības statuss. Turklāt, jāņem vērā arī tas, ka lēmumu par pieturvietu nojumju izbūvi un to izmaksām apstiprina pasūtītājs RS. Tādējādi Lietas ietvaros KP vērtēja faktisko situāciju, kas radusies, izpildot līguma nosacījumus, un salīdzināja to ar JCD sniegto investīciju projektu un to aprēķinu, nevis hipotētisku aprēķinu par izmaksām, kādas, iespējams, tiktu iesniegtas pasūtītājam (un kādas CCL pievienojis savam Iesniegumam).
- 24 Savukārt līgumā starp RS un PL, kā arī līgumā starp RS un JCD ietvertie punkti, kas satur automātisku līguma pagarināšanu, kas, KP ieskatā, rada beztermiņa ekskluzīvas tiesības reklāmu izvietošanai RS reklāmu nesējos (tai skaitā, arī sabiedriskā transporta pieturvietu nojumēs), tādā veidā nepamatoti ierobežo konkurentu piekļuvi tirgum (skatīt 4.pielikumu).
- 25 Arī līgumā starp RS un JCD, kā arī līgumā starp PL un JCD ietvertie punkti, kas satur tiesību “rezervēšanas” uz nākotni nosacījumus, KP ieskatā rada ekskluzīvas beztermiņa tiesības JCD reklāmas izvietošanai uz nenoteiktu sabiedriskā transporta pieturvietu apjomu, uz visām esošajām un potenciālajām sabiedriskā transporta pieturvietu nojumēm nākotnē, tādējādi liedzot citiem tirgus dalībniekiem piekļuvi pieturvietu nojumēm reklāmas izvietošanai (skatīt 4.pielikumu).

---

<sup>10</sup> OFT (*The Office of Fair Trading*; šobrīd – *Government and Markets Authority (GMA)*) 2011.gada rekomendācijas pašvaldībām. Skatīt rekomendācijas 4.3.punktu. Pieejams: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/284448/OFT1415.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284448/OFT1415.pdf) [aplūkots 14.09.2017.]

## V VIENOŠANĀS IETVAROS IETEKMĒTAIS TIRGUS

- 26 Saskaņā ar Reklāmas likuma 1.pantu, reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.
- 27 Nozares pārstāvji vides reklāmu izdala kā atsevišķu reklāmas tirgus segmentu. “Vides reklāma nodalāma no citiem reklāmas veidiem, jo pastāv būtiskas atšķirības, salīdzinājumā ar citiem reklāmas veidiem, gan no pieprasījuma, gan no piedāvājuma puses. No piedāvājuma puses atšķirīgi ir reklāmas izvietojuma tehniskie risinājumi. Atšķirīga ir reklāmas mērķauditorija un tās apjoms (kontakta skaits). Salīdzinājumā ar citiem reklāmas veidiem, liela nozīme ir vietai, kur vides reklāma ir izvietota, jo tas ietekmē kontakta skaitu. Kontakta skaits ir kritērijs, ko vērtē no pieprasījuma puses, jo tas ietekmē reklāmas efektivitāti un atlīdzības apmēru, ko reklāmas devējs ir gatavs maksāt par reklāmas izvietojumu.”<sup>11</sup>
- 28 Vides reklāma parasti tiek izmantota kā papildinājums kopējā reklāmas kampaņā, kurā tiek kombinēti dažādi reklāmas izvietojuma kanāli (piemēram, televīzija, radio, laikraksti, internets, u.c.). Arī dažādi vides reklāmas objekti, uz kuriem izvietotas reklāmas (piemēram, piloni uz gājēju ietvēm, apgaismes stabi ceļa malās un uz tiltiem, pieturvietu nojumēm, u.c.) tiek kombinēti reklāmas kampaņas ietvaros<sup>12</sup>. Iepriekš minētais ir atkarīgs no tā, kas konkrētajā gadījumā tiek reklamēts, kādu auditoriju ar konkrēto reklāmu ir plānots aptvert konkrētā laika periodā.
- 29 Tajā pat laikā, jāņem vērā, ka reklāmas nozari Latvijā regulē virkne normatīvo aktu, tomēr nepastāv vienota pieeja un principi reklāmas klasifikācijai, kas vienā no grupām nodalītu “vides reklāmu”. Piemēram, atbilstoši Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma 5.panta trešās daļas 1.punktam reklāmas tirgu iespējams segmentēt piecās grupās, atsevišķi izdalot (a) televīziju, (b) radio, (c) laikrakstus, žurnālus un citus periodiskos izdevumus, (d) internetu un (e) reklāmu, kas izvietota telpās un publiskajās vietās (laukumos, skvēros, ielās, uz tiltiem un citās tamlīdzīgās vietās) neatkarīgi no īpašuma piederības. Tātad par vides reklāmu saskaņā ar Priekšvēlēšanas aģitācijas likuma 5.panta trešās daļas 1.punkta h) apakšpunktu, pēc būtības varētu uzskatīt reklāmu, kas izvietota telpās un publiskajās vietās (laukumos, skvēros, ielās, uz tiltiem un citās tamlīdzīgās vietās) neatkarīgi no īpašuma piederības.
- 30 Reklāmas, kas izvietota telpās un publiskajās vietās (laukumos, skvēros, ielās, uz tiltiem un citās tamlīdzīgās vietās), neatkarīgi no īpašuma piederības, iespējams izvietot uz dažādiem reklāmas objektiem – pieturvietu nojumes, piloni uz gājēju ietves, apgaismes stabi ceļa malās un uz tiltiem, reklāmas stendi ceļa malās, reklāmas stendi uz gājēju ietvēm, vietas karoga veida reklāmu (*baneru*) izvietojumam, māju sienas, sabiedrisko transportlīdzekļu ārpusē un iekšpusē, stabi (apgaismes, elektrības vadu turētāji u.c.), mobilās reklāmas piekabes. Tātad, nav šaubu par to, ka sabiedriskā transporta pieturvietu nojumes ir reklāmas objekts, uz kura iespējams izvietot vides reklāmu.
- 31 Uz līdzīgiem secinājumiem norāda arī citu Eiropas konkurences iestāžu prakse, piemēram, OFT 2011.gadā veiktajā vides reklāmas tirgus uzraudzībā secināja, ka vides reklāmu tirgū ietilpst arī sabiedriskā transporta pieturvietu nojumes<sup>13</sup>. OFT pētījumā tika secināts arī, ka infrastruktūras īpašnieku konkrēti līgumu nosacījumi ar mediju īpašniekiem (JCD, CCL, CBS Outdoor u.c) var radīt būtiskas barjeras darbības paplašināšanai tirgū, ja tie ir noslēgti uz gariem termiņiem (~20 gadi) vai uz beztermiņa periodu.

<sup>11</sup> 09.03.2017. PL vēstule Nr.458 “Lūgums pievienot apkopoto datu analīzi Konkurences padomes ierosinātajā lietā Nr.1551/15/7.3.2./8”

<sup>12</sup> 29.09. un 30.09. tikšanās laikā reklāmas aģentūras pārstāvju norādītais.

<sup>13</sup> OFT 2011.gadā veica vides reklāmas tirgus uzraudzību, kuras ietvaros arī definēja “ielu mēbeles”. Pieejams: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/284448/OFT1415.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284448/OFT1415.pdf) [aplūkots 14.09.2017.]

- 32 Iesniegumā un CCL viedoklī norādīts uz vienošanās rezultātā ietekmēto tirgu, atsevišķās vietās skaidrojot, ka tās ieskatā vienošanās ietekmējusi vides reklāmas tirgu Rīgā kopumā, tai pat laikā Iesniegumā īpaši izdalot vienu no vides reklāmas tirgus segmentiem – reklāmas izvietojumu sabiedriskā transporta pieturvietās<sup>14</sup>. Tādējādi arī darbība, pret kuru iebilst CCL, ir sabiedriskā transporta pieturvietu nojumes noma reklāmas izvietojumam, reklāmas izvietojuma un nojumju izbūves tiesību beztermiņa piešķiršana.
- 33 Ņemot vērā Lietas faktiskos apstākļus, Lietas ietvaros nav nozīmes tam, vai no vides reklāmu tirgus atsevišķi izdalāms kāds konkrēts šaurāks segments, ņemot vērā, ka konkurences ierobežojumus rada tieši nosacījumi līgumos, kas noslēgti starp RS, PL un JCD par pieturvietu nojumju izbūvi ar reklāmas izvietojuma tiesībām.

## VI RAKSTVEIDA APŅĒMŠANĀS UN TO IZVĒRTĒJUMS

- 34 Pamatojoties uz KP konstatētajiem faktiem un izvērtējot savstarpēji noslēgtos līgumus, kā arī to ietekmi uz konkurenci tirgū, JCD, PL un RS iesniedza KP rakstveida apņemšanās, kurās katrs apņēma izmainīt konkrētus līguma nosacījumus, kas paredzēja beztermiņa ekskluzīvas tiesības reklāmas izvietojumam RS reklāmas nesējos:
- automātisku līguma pagarināšanu un
  - reklāmas izvietojuma tiesību “rezervēšanu” uz visām esošajām un potenciālajām sabiedriskā transporta pieturvietu nojumēm nākotnē.
- 35 Izvērtējot iesniegtās rakstveida apņemšanās (šī Lēmuma 1., 2. un 3.pielikums) nosacījumus par savstarpēji noslēgtajiem līgumiem, KP secina, ka RS, PL un JCD apņemšanās grozīt atsevišķu līgumu punktu redakciju un/ vai izslēgt atsevišķus līgumu punktus, kuri ietver nosacījumus automātiskai līgumu pagarināšanai un reklāmas izvietojuma tiesību “rezervēšanu” uz visām esošajām un potenciālajām nojumēm nākotnē, tiek novērstas Lietas ietvaros KP identificētās problēmas RS, PL, un JCD savstarpēji noslēgtajos līgumos.
- 36 Lai pēc iespējas nodrošinātu līdzvērtīgu iespēju konkurēt par piekļuvi reklāmas izvietojumam sabiedriskā transporta pieturvietu nojumēs, kā arī pieturvietu nojumju uzstādīšanu vai nomaiņu, papildu Lietas ietvaros identificētajiem konkurenci ierobežojošajiem noteikumiem, RS apņēma publicēt informāciju savā tīmekļa vietnē par:
- noslēgtajiem līgumu termiņiem ar PL un JCD,
  - sadarbības iespējām pieturvietu uzstādīšanai RS,
  - savlaicīgu aicinājumu tirgus dalībniekiem pieteikties jaunu pieturvietu uzstādīšanai.
- 37 KP norāda, ka RS rakstveida apņemšanās nosacījuma (RS rakstveida apņemšanās 1.3.punkts) attiecībā uz informācijas publicēšanu par sadarbības iespējām pieturvietu uzstādīšanai mērķis ir novērst jebkuru iespēju kavēt (ierobežot, deformēt) konkurenci gan pieturvietu izbūvē, gan reklāmas izvietojumam tajās.
- 38 RS rakstveida apņemšanās 5.punkts uzliek par pienākumu RS informēt tirgus dalībniekus savlaicīgi, bet ne vēlāk kā mēnesi pirms - par plāniem organizēt pieturvietu nojumju uzstādīšanu vai nomaiņu, savukārt RS rakstveida apņemšanās 6.punkts papildina 5.punktu, nosakot – ja pastāv objektīvi apsvērumi, kas saistīti ar satiksmes organizēšanu, ielu remontdarbu veikšanu vai pasažieru ērtībai, RS var informēt tirgus dalībniekus īsākā periodā nekā iepriekš minēts, bet ne vēlāk kā divas nedēļas pirms plānoto pieturvietu nojumju nomaiņas vai uzstādīšanas. KP skaidro, ka iepriekš minēto RS rakstveida apņemšanās punktu mērķis ir noteikt samērīgu pieteikšanās laiku, ievērojot, ka var pastāvēt dažādi šķēršļi un situācijas, kas ir minētas šajos punktos. Turklāt, RS rakstveida apņemšanās 1.3.punkts paredz iespēju saņemt ziņas par

<sup>14</sup> Piemēram, Iesnieguma 6.lpp CCL norādījusi uz apstākli, ka reklāmas mediju pakalpojumu iepirkumos bieži specifikācijas paredz, ka pasūtītājam ir nepieciešama tieši reklāma pieturvietās (uz sabiedriskā transporta infrastruktūras – pieturvietās, transportā u.c.) un tā nav aizstājama ar reklāmas izvietojumu citos vides reklāmas objektos.

- sadarbības iespējām pieturvietu uzstādīšanā tik ilgi, kamēr šādas sadarbības iespējas objektīvi pastāv.
- 39 Ar RS, PL un JCD rakstveida apņemšanos tiek novērsti konkurences ierobežojumi saistībā ar sabiedriskā transporta pieturvietu nojumju uzstādīšanu vai nomaiņu jau pašreiz spēkā esošā investīciju projekta<sup>15</sup> nākamajos posmos (vēl aptuveni 500 pieturvietu nojumēs), kā arī turpmākajos projektos saistībā ar pieturvietu nojumju uzstādīšanu vai nomaiņu un tiek nodrošināta iespēja citiem tirgus dalībniekiem pieteikties uz pieturvietu nojumju uzstādīšanu vai nomaiņu.
- 40 Iepriekš minētie nosacījumi ir attiecināmi arī uz turpmāk nākotnē noslēgtajiem līgumiem, kuros ir aizliegts ietvert nosacījumus par automātisku līgumu pagarināšanu, beztermiņa ekskluzīvu tiesību reklāmas izvietojumam piešķiršanu, kā arī citus nosacījumus, kas būtu vērsti pret godīgu konkurenci ne vien attiecībā uz pieturvietu nojumēm, bet arī citiem reklāmas izvietojuma objektiem, tai skaitā RS un PL līgumā ietvertajiem. To apstiprina RS rakstveida apņemšanās nosacījuma 7.punkts, kas nosaka, ka, slēdzot sadarbības līgumus par vides reklāmas izvietojumu Rīgas teritorijā, tiks ievērota konkurences tiesību prakse, kā arī godīgas konkurences principi, neiekļaujot turpmākajos noslēgtajos līgumos punktus par automātisku līgumu pagarināšanu, ekskluzīvas tiesības izvietot reklāmu, kā arī punktus, kas būtu vērsti pret godīgu konkurenci un uzliek par pienākumu RS izvērtēt nākotnē noslēgto līgumu saturu un no tā izrietošās sekas, kā arī rīcības modeli vides reklāmas tirgū.
- 41 RS apņemas veikt visus nepieciešamos līgumu grozījumus un citus papildu apņemšanās nosacījumus ne vēlāk kā 45 dienas pēc lēmuma pieņemšanas par Lietas izbeigšanu ar tiesisko pienākumu uzlikšanu, savukārt PL un JCD ne vēlāk kā divu mēnešu laikā pēc Lēmuma pieņemšanas par Lietas izbeigšanu ar tiesisko pienākumu uzlikšanu.
- 42 KP atgādina, ka būtisks konkurences elements ir nodrošināt līdzvērtīgas iespējas konkurēt par piekļuvi tirgum, tātad iegūt informāciju par iespēju pretendēt uz pieturvietu nojumju uzstādīšanu vai nomaiņu un tai sekojošo reklāmu izvietojumu nojumēs, novērst iespēju esošajam tirgus dalībniekam automātiski pagarināt līgumus un izmantot pirmtiesības reklāmas izvietojuma nomā, kā arī “rezervēt” pakalpojumu esošā vai plašākā apjomā turpmākajiem periodiem.
- 43 RS, PL un JCD iesniegtās apņemšanās novērš KP Lietas ietvaros identificētās problēmas, nodrošinot tirgus dalībniekiem, tai skaitā, CCL iespēju pretendēt uz reklāmas izvietojumu sabiedriskā transporta pieturvietu nojumēs, kā arī pieturvietu nojumju uzstādīšanu un nomaiņu, kas ir galvenā CCL interese, kas atspoguļota Iesniegumā, tā papildinājumos, kā arī CCL viedoklī.

## VII IESNIEDZĒJA VIEDOKĻA IZVĒRTĒJUMS

- 44 KP norāda, ka, analizējot CCL viedokli, konkrētajā gadījumā nav izšķirošas nozīmes norādēm saistībā ar konkrētā tirgus definīciju, tirgus daļu aprēķinu vai vienošanās klasifikāciju (vertikāla vai horizontāla), jo ir jāņem vērā konkrētās Lietas specifiskie apstākļi, proti, Lietas ietvaros identificētie RS, PL un JCD savstarpēji noslēgtie līgumi un tajos ietvertie konkurenci ierobežojošie punkti, izdarītie grozījumi šajos līgumu punktos un papildu saistības, ko no savas puses uzņēmusies RS, kas, kā norādīts 43.rindkopā, novērš Lietas ietvaros identificētās problēmas uz kurām norāda CCL.

### *Rakstveida apņemšanās nosacījumi*

- 45 CCL viedoklī ir ietvērusi arī savu redzējumu saistībā ar rakstveida apņemšanās nosacījumiem, kurus piedāvājušas uzņemt RS, PL un JCD. Daļa no CCL piedāvātajiem punktiem sakrīt vai

<sup>15</sup> RD 18.06.2012. ārkārtas dalībnieku sapulcē apstiprinātais investīciju projekts “Par Rīgas maršruta tīkla pieturvietu nojumju izbūvi, ierīkošanu, labiekārtošanu un uzturēšanu”, Lietas materiāli, 2.sējums, 183.-201.lpp.



vismaz daļēji sakrīt ar to, ko Lietas ietvaros RS, PL un JCD jau apņēmusies. Piemēram, automātisko sadarbības līguma termiņu pagarinājumu nosacījumu izslēgšana, RS apņemšanās noteiktu informāciju publicēt savā tīmekļa vietnē, kā arī turpmāk, slēdzot sadarbības līgumus par reklāmas izvietojumu, ievērot konkurences tiesību normas un praksi, lai nepieļautu konkurences deformēšanas riskus.

- 46 Savukārt, atsevišķi CCL piedāvātie punkti, lai arī atšķirīgi formulēti, arī pēc būtības tiek risināti ar saistībām, kuras Lietas ietvaros apņēmušās RS, PL, JCD. Piemēram, saistībā ar punktu par RS un PL līguma izbeigšanu, pieļaujot garāku izbeigšanas termiņu (līdz 10 gadiem) daļā, kurā iesaistīti ieguldījumi, KP skaidro, ka darot publiski zināmus esošo līgumu termiņus un izslēdzot to automātiskās pagarināšanas iespēju un citus esošā tirgus dalībnieka priekšrocību elementus, tiek dota iespēja arī citiem tirgus dalībniekiem konkurēt par piekļuvi reklāmu izvietojumam sabiedriskā transporta pieturvietu nojumēs pēc savstarpēji noslēgto līgumu termiņu beigām. Pašlaik spēkā esošo līgumu pārtraukšana nav uzskatāma par racionālu, jo ir jāņem vērā jau veiktie ieguldījumi, līguma sankcijas (maksimālais līgumsumma ir noteikta divkārtšā ieguldījumu apmērā), un papildu izdevumi jau ierīkoto pieturvietu demontāžai.
- 47 CCL uzskata arī, ka RS rakstveida apņemšanās 6.punkts nav pieņemams, jo 2 nedēļas nav uzskatāmas par samērīgu laiku piedāvājuma sagatavošanai. KP skaidro, ka RS rakstveida apņemšanās 6.punktā (skat. 38.rindkopu) minētais termiņš – 2 nedēļas - ir pieļaujams tikai, ja pastāv objektīvi un pamatoti apsvērumi, kas saistīti ar satiksmes organizēšanu, ielu remontdarbu veikšanu vai pasažieru ērtībai. Pamatojoties uz rakstveida apņemšanās nosacījumu, RS ir pienākums izvērtēt objektīvus apstākļus, kas var pastāvēt noteiktās situācijās, nepamatoti nesaīsinot informēšanas laiku par sadarbības iespējām.

#### *Iepirkuma uzraudzības biroja viedoklis*

- 48 CCL viedoklī norāda, ka ir saņēmis Iepirkuma uzraudzības biroja viedokli, kurā norādīts, ka RS bez tiesiska pamata (nerīkojot atbilstošas publisko iepirkumu procedūras) ir nodevusi PL tiesības izvietot reklāmu RS sabiedriskā transporta infrastruktūrā. Attiecīgi tālāk PL daļu no šīm tiesībām bez tiesiska pamata nodeva JCD.
- 49 KP, iepazīstoties ar Iepirkuma uzraudzības biroja (turpmāk – IUB) viedokli<sup>16</sup>, kas pievienots CCL viedoklim, konstatē, ka IUB, veicot izvērtējumu savas kompetences ietvaros, pamatojas uz tā rīcībā esošo informāciju un secina, ka RS bija pienākums veikt iepirkumu par pieturvietu nojumju projektēšanu un izbūvi, ja nojumju projektēšanas un izbūves kopējā finansiālā vērtība sasniedza to līgumcenas apmēru, pie kuras RS iestājās pienākums piemērot Sabiedrisko pakalpojumu sniedzēju iepirkumu likuma regulējumu<sup>17</sup>.
- 50 Šai sakarā KP norāda, ka Lietas ietvaros nevērtēja, vai vienošanās kopumā vai kādā daļā atzīstamas par spēkā esošām, ņemot vērā Sabiedrisko pakalpojumu sniedzēju iepirkumu likumu, kas ietilpst IUB kompetencē vai citus normatīvos aktus. KP savas kompetences ietvaros izvērtēja tirgus dalībnieku pastāvošo vienošanos satura atbilstību konkurences tiesības regulējošajiem normatīvajiem aktiem un to faktisko ietekmi uz konkurences situāciju tirgū kopumā.
- 51 Tomēr KP vērš uzmanību un atgādina, ka pārdomāta, godīga, atklāta un caurskatāma publisko iepirkumu procedūru piemērošana, ievērojot konkurences neitralitātes principu un izstrādājot publisko iepirkumu nolikumus un tehniskās specifikācijas tā, lai tajās ietvertās prasības veicinātu iespējami daudz pretendentu piedalīšanos, ir veids, kā nodrošināt publisko līdzekļu efektīvu izmantošanu, atrast izdevīgāko piedāvājumu konkrētu pakalpojumu sniegšanai un sniegt lielāko ieguvumu sabiedrībai.
- 52 Ņemot vērā iepriekš minēto, KP norāda RS, kā arī citiem iesaistītajiem dalībniekiem, ka, plānojot darbības saistībā ar sabiedriskā transporta pieturvietu nojumju un citu objektu, kurus

<sup>16</sup> 30.10.2015. Iepirkuma uzraudzības biroja vēstule Nr.8-2/3620.

<sup>17</sup> 30.10.2015. Iepirkuma uzraudzības biroja vēstule Nr.8-2/3620, 8.lpp.

paredzēts izmantot, tai skaitā reklāmu izvietojšanai, uzstādīšanu vai nomaiņu nākotnē, rūpīgi jāizvērtē kā IUB viedoklī<sup>18</sup> ietvertos apsvērumus, tā arī šajā Lēmumā norādīto un jānodrošina gan izvēlētas procedūras, gan pēc tam noslēgto līgumu nosacījumu atbilstību spēkā esošajam normatīvajam regulējumam.

### VIII TIESISKAIS PIENĀKUMS

- 53 Izvērtējot iesniegtajās rakstveida apņemšanās minētos nosacījumus, KP secina, ka, grozot un izslēdzot konkrētus līgumu punktus, kā arī izpildot papildu apņemšanās nosacījumus, tiek novērsti Lietā KP identificētie konkurenci ierobežojošie nosacījumi.
- 54 Ņemot vērā, ka Lietas dalībnieku iesniegto rakstveida apņemšanos izpilde novērš konkurences kavēšanu, ierobežošanu vai deformēšanu, atbilstoši KL 27.<sup>2</sup> panta pirmajai daļai ir lietderīgi izbeigt Lietas izpēti ar rakstveida apņemšanos.

Pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 4.punktu, 11.panta pirmo daļu un 27.<sup>2</sup> panta pirmo un otro daļu, Konkurences padome

#### **nolēma:**

1. Ņemot vērā rakstveida apņemšanās, izbeigt lietu Nr. 1551/15/7.3.2./8 „Par Konkurences likuma 11.pantā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA “Rīgas satiksme”, SIA “Pilsētas līnijas” un SIA “JCDecaux Latvija” darbībās”.

2. Uzlikt SIA “Rīgas satiksme”, SIA “Pilsētas līnijas” un SIA “JCDecaux Latvija” tiesisko pienākumu izpildīt rakstveida apņemšanos lietā 1551/15/7.3.2./8 (SIA “Rīgas satiksme” 05.07.2017. rakstveida apņemšanās (ar 14.08.2017.papildinājumiem); SIA “Pilsētas līnijas” 20.06.2017. rakstveida apņemšanās; SIA “JCDecaux Latvija” 13.04.2017. rakstveida apņemšanās).

Saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Pielikumā:

1. SIA “Rīgas satiksme” 05.07.2017. rakstveida apņemšanās (ar 14.08.2017. papildinājumiem) lietā Nr. 1551/15/7.3.2./8;
2. SIA “Pilsētas līnijas” 20.06.2017. rakstveida apņemšanās lietā Nr. 1551/15/7.3.2./8;
3. SIA “JCDecaux Latvija” 13.04.2017. rakstveida apņemšanās lietā Nr. 1551/15/7.3.2./8;
4. (\*).

(\*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja p.i.

J.Račko

<sup>18</sup> 30.10.2015. Iepirkuma uzraudzības biroja vēstule Nr.8-2/3620.