



Konkurences padome

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010, tālr. 67282865, e-pasts pasts@kp.gov.lv, www.kp.gov.lv

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 11

(Prot. Nr.11., 2.§)

2026. gada 5. martā

Lieta Nr. KL/2.2-5/24/19

Par dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu tiešsaistes sludinājumu platformu tirgū

SATURA RĀDĪTĀJS

I LIETAS BŪTĪBA	3
II LIETAS DALĪBNIEKS	3
III ADMINISTRATĪVAIS PROCESS IESTĀDĒ	3
IV KONKRĒTAIS TIRGUS	4
1. Konkrētās preces tirgus.....	4
1.1 Aizstājamība pieprasījuma pusē.....	5
1.2 Aizstājamība piedāvājuma pusē	7
2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus	8
3. Konkrētais tirgus	8
V DOMINĒJOŠAIS STĀVOKLIS	9
4. Tirgus daļas	10
5. Barjeras ienākšanai tirgū	13
VI LĪGUMA PAR EIROPAS SAVIENĪBAS DARBĪBU 102. PANTA PIEMĒROŠANA.....	16
VII DOMINĒJOŠĀ STĀVOKĻA ĻAUNPRĀTĪGA IZMANTOŠANA	18
6. SIA “SS” rīcības izslēdzošā ietekme - pierādījumu analīze	20
7. Izslēdzošās rīcības juridiskais novērtējums.....	25
VIII LIETAS DALĪBNIEKA VIEDOKLIS	30
IX ATBILDĪBA.....	42
8. Tiesiskie pienākumi	42

DOKUMENTS PARAKSTĪTS AR DROŠU ELEKTRONISKO PARAKSTU UN SATUR LAIKA ZĪMOGU.

9. Naudas soda piemērošanas vispārējais pamats	43
10. Pārkāpuma smagums	43
11. Pārkāpuma ilgums	44
12. Atbildību mīkstinoši un pastiprinoši apstākļi.....	44
13. Galīgais naudas sods.....	45

I LIETAS BŪTĪBA

- 1 Lietā Konkurences padome (turpmāk – KP) vērtēja, vai Sabiedrības ar ierobežotu atbildību “SS” (turpmāk – SIA “SS”) rīcība, sniedzot pakalpojumus tam piederošajā tiešsaistes sludinājumu platformā ar domēna nosaukumiem ss.lv un ss.com, dzēšot lietotāju sludinājumus un bloķējot kontus, ja lietotājs publicē sludinājumu konkurējošā platformā, atbilst Līguma par Eiropas Savienības darbību (turpmāk – LESD) 102. pantam, kas aizliedz dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu.
- 2 KP šajā lēmumā (turpmāk – Lēmums) konstatē, ka SIA “SS” īstenojusi izslēdzošo praksi no 13.03.2020. līdz 27.05.2021.¹

II LIETAS DALĪBNIEKS

- 3 **Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “SS”** ir 25.08.1994. reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar vienoto reģistrācijas numuru 40003212094. Tās juridiskā adrese ir Rīga, Brīvības iela 74-2, LV-1011. SIA “SS” vienīgā amatpersona ir [AA], kuram SIA “SS” pieder vienādās daļās ar [AB].
- 4 SIA “SS” galvenais darbības veids, atbilstoši NACE 2.1 73.12, norādīts reklāmas izvietošana plašsaziņas līdzekļos. SIA “SS” nodrošina tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu maksas un bezmaksas sludinājumu izvietošanai dažādās kategorijās: Darbs un bizness, Transports, Nekustamie īpašumi, Celniecība, Elektrotehnika, Drēbes un apavi, Mājai, Ražošana, Bērniem, Dzīvnieki, Lauksaimniecība, Atpūta un hobiji.
- 5 Lai gan SIA “SS” piedāvā pakalpojumu divos atsevišķos domēnos, t. i. ss.lv un ss.com, tam lietas izpētē nav nozīmes, jo abu domēnu saturs, cenu politika un funkcionalitāte ir identiska, proti, abi domēni faktiski tiek izmantoti, lai nodrošinātu vienas tiešsaistes platformas sasniegšanu. Līdz ar to šajā Lēmumā abi domēni tiek vērtēti kā viena tiešsaistes sludinājumu platforma (turpmāk arī – ss.lv).

III ADMINISTRATĪVAIS PROCESS IESTĀDĒ

- 6 KP laika posmā no 08.12.2019. līdz 20.02.2024. saņēma vairākus iesniegumus par iespējamu SIA “SS” dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu. Minētajā laika periodā kopumā saņemti 8 iesniegumi no fiziskām un juridiskām personām, kā arī 4 anonīmi ziņojumi. Tie attiecās uz tiešsaistes sludinājumu platformu ss.lv un bija saistīti ar iespējamiem SIA “SS” pārkāpumiem, tostarp konkurenta izslēdzošu rīcību.
- 7 Saņemtajos iesniegumos norādīts, ka gadījumos, kad klients vienlaicīgi izvietoja sludinājumus gan ss.lv, gan tolaik jaunajā SIA “INBOKSS” piederošajā sludinājumu platformā pp.lv, pēc sludinājumu ievietošanas platformā pp.lv SIA “SS” bija liedzis pieeju klientu profilam ss.lv platformā.
- 8 Izvērtējot saņemto informāciju un pamatojoties uz Padomes 16.12.2002. Regulas (EK) Nr.1/2003 par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti Līguma 81. un 82. pantā 5.panta pirmo daļu, KL 8. panta pirmās daļas 1. punktu un 22. panta pirmo daļu, KP 15.08.2024. ierosināja lietu Nr. KL/2.2-5/24/19 *“Par dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu tiešsaistes sludinājumu platformu tirgū”* (turpmāk – Lieta).
- 9 22.10.2024. KP Izpildinstitūcijas amatpersonas veica KL 9. panta piektās daļas 4. un 5.punktā noteiktās procesuālās darbības SIA “SS” un ar to saistīto uzņēmumu telpās, kā arī 29.10.2024.,

¹ KP identificētais pārkāpuma periods 13.03.2020.–27.05.2021. izriet no auto tirdzniecības uzņēmumu sludinājumu dzēšanas un lietotāju kontu bloķēšanas – SIA “Forum auto” iesniegums (2. pielikums pie SIA “INBOKSS” 05.02.2021. iesnieguma), kurā SIA “Forum auto” konstatējis ievietoto sludinājumu dzēšanu paralēlas sludinājumu ievietošanas platformā pp.lv dēļ un KP iegūtās e-pasta sarakstes inspekcijas laikā par SIA “Inchape Motors Latvia” - 27.05.2021. plkst. 11.04 [EA] un [AA] e-pasta sarakste.

- 03.12.2024., 06.12.2024. un 10.12.2024. turpināja procesuālās darbības KP telpās² (turpmāk – Inspekcijas).
- 10 Lietā tika iegūta papildu informācija arī no citiem tirgus dalībniekiem.³
- 11 KP 23.12.2025. nosūtīja KP paziņojumu Nr. 2.2-5/1679 *par Konkurences padomes lēmuma pieņemšanai nepieciešamo faktu konstatēšanu un par uzaicinājumu iepazīties ar lietā Nr. KL/2.2-5/24/19 “Par dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu tiešsaistes sludinājumu platformu tirgū” esošajiem pierādījumiem un viedokļa izteikšanu* (turpmāk – Paziņojums).
- 12 KP 23.01.2026. saņēma SIA “SS” viedokli par KP Paziņojumu. SIA “SS” nav izteicis vēlmi tikt uzklautam mutvārdos pirms Lēmuma pieņemšanas.

IV KONKRĒTAIS TIRGUS

- 13 Lai konstatētu tirgus dalībnieka atrašanos dominējošā stāvoklī, vispirms ir jādefinē konkrētais tirgus. Par konkrēto tirgu KL 1. panta 4. punkta izpratnē uzskatāms konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu.
- 14 Konkrētā tirgus definēšanā KP ir ņēmusi vērā tiesu praksi, Eiropas Komisijas (turpmāk – EK) lēmumus, citu Eiropas Savienības (turpmāk – ES) dalībvalstu konkurences iestāžu lēmumus, kā arī tirgus uzraudzībā “Tiešsaistes platformu tirgus uzraudzība”⁴ (turpmāk – Tirgus uzraudzība) iegūto informāciju.

1. Konkrētās preces tirgus

- 15 Atbilstoši KL 1. panta 5. punktam konkrētās preces tirgus ir noteiktas preces tirgus, kurā ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības.
- 16 Definējot konkrētās preces tirgu, galvenais apsvērums ir pieprasījuma aizstājamība. Ja tā ir tikpat iedarbīga kā pieprasījuma aizstājamība, atsevišķos gadījumos arī piedāvājuma aizstājamība var būt nozīmīga. Savukārt potenciālā konkurence rada netiešāku konkurences spiedienu, tāpēc tai nav nozīmes konkrētā tirgus definēšanā, bet ir nozīme konkurences situācijas novērtējumā.⁵
- 17 Attiecībā uz pieprasījuma aizvietojamību, konkrētais preces tirgus ietver visus tās preces vai pakalpojumus, kurus patērētājs uzskata par savstarpēji aizstājamiem vai aizvietojamiem to īpašību, cenas un paredzētā lietojuma dēļ⁶. Definējot konkrēto tirgu, daudzpusēju platformu gadījumā īpaši svarīgi ir ar cenu nesaistīti parametri, piemēram, pakalpojumu funkcijas un pārorientācijas šķēršļi⁷.
- 18 Daudzpusēju platformu gadījumā konkrētās preces tirgu var definēt attiecībā uz visiem platformas piedāvātajiem produktiem kopumā tā, ka tas aptver visas (vai vairākas) lietotāju grupas, vai arī var definēt atsevišķus (lai gan savstarpēji saistītus) konkrētās preces tirgus attiecībā uz produktiem, kas tiek piedāvāti katrā platformas pusē⁸. Jebkurā gadījumā, definējot konkrētos tirgus vai veicot novērtējumu no konkurences viedokļa, ņem vērā netiešo tīkla

² Pamatojoties uz Rīgas pilsētas tiesas 10.10.2024. lēmumu lietā Nr. 3-12/22427-24/18 un KP Izpildinstitūcijas vadītāja 18.10.2024. pilnvaru Nr. 1.6-2/48, KPI amatpersonas procesuālās darbības veica SIA “SS” juridiskajā un faktiskajā adresē, kā arī ar SIA “SS” saistītajos uzņēmumos SIA “Fotki”, SIA “Internet”, SIA “Multisistēma Rīga”.

³ SIA “ADV Service”, SIA “Mudia”, OŪ AllePal, SIA “City24”, SIA “Alma Career Latvia”, SIA “Dalder”, Meta Platforms Ireland Limited, SIA “INBOKSS”, SIA “MEK”.

⁴ KP. Tiešsaistes platformu tirgus uzraudzība, 2022. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/10734/download?attachment>.

⁵ Komisijas Paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Savienības konkurences tiesībās (C/2024/1645), 23. punkts.

⁶ Komisijas Paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Savienības konkurences tiesībās (C/2024/1645), 26. punkts.

⁷ Turpat, 98. punkts.

⁸ Turpat, 95. punkts

ietekmi (efektu) starp lietotāju grupām dažādās platformas pusēs⁹.

- 19 Tiešsaistes sludinājumu platformas nodrošina vidi, kurā pārdevēji var ievietot, bet (potenciālie) pircēji apskatīt dažādu preču un pakalpojumu sludinājumus pārskatāmā un salīdzināmā veidā, tostarp, izmantojot dažādas filtrēšanas funkcijas. Sludinājumi tiešsaistes sludinājumu platformās parasti ietver produkta vai pakalpojuma fotogrāfijas, detalizētu preces vai pakalpojumu aprakstu, kurā norādīta, piemēram, informācija par zīmolu, preces stāvoklis, tās atrašanās vietu un cenu. Pircēji var sazināties ar pārdevēju, izmantojot sludinājumā norādīto kontaktinformāciju, un vienoties par pārdošanas nosacījumiem. Raksturīgi, ka darījums starp pusēm tiek noslēgts bez tiešsaistes sludinājumu platformas iesaistes.
- 20 Sludinājumu platformas ss.lv piedāvātais pakalpojums ir divpusējs, t. i., tas tiek piedāvāts divām atšķirīgām lietotāju grupām: no vienas puses – fiziskām vai juridiskām personām, kas ss.lv publicē sludinājumus par precēm vai pakalpojumiem, un no otras puses – personām, kuras sludinājumus ss.lv skatās (t. sk. meklē un citādi reaģē uz tiem).

1.1 Aizstājamība pieprasījuma pusē

- 21 Latvijā tiešsaistes sludinājumu pakalpojumus platformās, pirmkārt, piedāvā horizontālas sludinājumu platformas, kurās pieejami dažādu kategoriju sludinājumi, piemēram, ss.lv, pp.lv, reklama.lv, dalder.lv, mm.lv u. c. Minētajās sludinājumu platformās tās lietotājiem ir iespējams apskatīt un ievietot sludinājumus kategorijās, kas saistītas ar transportu, nekustamo īpašumu, darba sludinājumiem u. tml. Līdzīgs pakalpojums horizontālajām sludinājumu platformām tiek piedāvāts arī Meta Platforms Inc. (turpmāk – Meta) sociālās tīklošanās platformas Facebook sadaļā Facebook Marketplace (turpmāk – Facebook Marketplace). Otrkārt, šādu tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu piedāvā vertikālās¹⁰ jeb specializētās sludinājumu platformas, piemēram, Auto24.lv, City24.lv, cv.lv, andelemandele.lv. Minētās sludinājumu platformas specializējas pakalpojumu sniegšanā saistībā ar konkrētas kategorijas sludinājumiem.
- 22 Tirgus uzraudzībā uzņēmumi, kas pārvalda tiešsaistes sludinājumu platformas, ir snieguši informāciju KP, ka tiem piederošās platformas konkurē galvenokārt ar citām horizontāli un vertikāli integrētām platformām. Piemēram, viens no tirgus dalībniekiem uzskata, ka tam piederošā sludinājumu platforma konkurē ar citām platformām, kurās sludinājumus var ievietot identiskās sadaļās, proti, ar citām horizontālajām sludinājumu platformām. Atsevišķās sadaļās, piemēram, “Nekustamais īpašums”, ar minēto platformu konkurē arī specializētās jeb vertikālās sludinājumu platformas¹¹. Lielākā daļa Tirgus uzraudzībā aptaujāto sludinājumu platformu neuzskata, ka konkurē ar sludinājumiem, kas ievietoti televīzijā, laikrakstos vai uz afišu stendiem¹².

Pieprasījuma aizstājamība sludinājumu skatītāju pusē

- 23 Tirgus uzraudzībā organizētā aptauja atklāja, ka Latvijā populārākā platforma kopumā ir ss.lv neatkarīgi no kategorijas. Otra populārākā sludinājumu skatīšanās vietne ir Facebook Marketplace. Attiecībā uz konkrētu kategoriju sludinājumiem, horizontālās platformas konkurē ar vertikālām sludinājumu platformām.¹³
- 24 Lai gan nekustamo īpašumu sludinājumu kategorijā ss.lv joprojām ir populārākā sludinājumu platforma, sludinājumus lietotāji apskata arī City24.lv un Facebook Marketplace. Lietotāji mēdz piedāvājumu meklēt arī nekustamo īpašumu mācīkļu tīmekļa vietnēs, tomēr šīs tīmekļa vietnes tiek izmantotas ievērojami retāk nekā iepriekšminētās sludinājumu platformas. Līdzīga situācija konstatēta arī transporta sludinājumu un darba sludinājumu kategorijās, kur

⁹ Turpat.

¹⁰ KP Tiešsaistes platformu tirgus uzraudzība, Rīga, 2022, Publiskais ziņojums, 29., 91.p. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/10734/download?attachment>, (turpmāk-Tirgus uzraudzība)

¹¹ Tirgus uzraudzība, 92. punkts

¹² Turpat, 93. punkts

¹³ Turpat.

populārākā sludinājumu platforma ir ss.lv, kurai seko Auto24.lv un Facebook Marketplace. Savukārt darba sludinājumu gadījumā ss.lv sludinājumu platformai seko cv.lv, Facebook Marketplace un nva.gov.lv¹⁴.

- 25 Sludinājumu skatīšanās tirgus pusē tiešsaistes sludinājumu platformas nevar pilnvērtīgi aizstāt tiešsaistes reklāmas, sludinājumus TV, sludinājumus laikrakstos, sludinājumus uz afišu stendiem u. tml.¹⁵
- 26 Tiešsaistes sludinājumu platformas sludinājumu skatītāji nevar aizstāt ar e-komercijas platformām (piemēram, 220.lv) vai internetveikaliem (piemēram, KSenukai.lv), jo atšķirībā no sludinājumu platformām minētajos resursos tiek piedāvātas tikai jaunas, nevis arī lietotas preces. Turklāt gan e-komercijas platformas, gan internetveikali būtībā nepiedāvā, piemēram, nekustamā īpašuma, transportlīdzekļu u. c. salīdzinoši dārgu produktu iegādi. Atšķiras arī e-komercijas platformu un internetveikalu darbības modelis norēķinu ziņā, kamēr sludinājumu platformas nenodrošina darījuma veikšanu starp lietotājiem, e-komercijas platformas un internetveikali lietotājiem par precēm ļauj norēķināties tiešsaistē¹⁶. Šādus secinājumus izdarījušas arī ES dalībvalstis, piemēram, Polija *Allegro* izmeklēšanā secināja, ka e-komercijas un tiešsaistes sludinājumu platformu piedāvātie pakalpojumi nav savstarpēji aizstājami¹⁷.
- 27 Atsevišķu, no sludinājumu platformām nošķiramu, tirgu veido arī tiešsaistes reklāmas (piemēram, Google ads pakalpojums), ņemot vērā, ka tās ir mērķētas uz noteiktu lietotāju grupu. Personas, kas apmeklē tiešsaistes sludinājumu platformas, lai apskatītu tajā ievietotos sludinājumus (reklāmas), to dara apzināti, savukārt tiešsaistes reklāmas ir paredzētas auditorijai, kas parasti tiek mērķēta pēc noteiktiem parametriem. Tāpat tiešsaistes reklāmas nesatur tik detalizētu pārdodamās preces informāciju, kas ir raksturīga sludinājumam¹⁸. KP secinājusi, ka atšķiras arī tiešsaistes reklāmu un sludinājumu reklāmu cenas.
- 28 Tiešsaistes sludinājumu platformas nevar pilnvērtīgi aizstāt ar reklāmu, kas ievietota uzņēmuma tīmekļa lapās (piemēram, mākleri vai auto dīleru mājaslapas). Lai gan Tirgus uzraudzībā tika secināts, ka no sludinājumu apskatītāju viedokļa šāda aizstājamība varētu pastāvēt, KP Lietā secinājusi, ka aizstājamība minētajā gadījumā ir ierobežota. Atšķirībā no tiešsaistes sludinājumu platformām, kur lietotājs var tieši sazināties ar sludinājumā ievietotās preces pārdevēju, mākleri vai dīleru mājaslapās piedāvātie produkti tiek piedāvāti ar trešās personas starpniecību, kura parasti par šādu pakalpojumu saņem komisijas maksu. Tāpat sludinājumu skaits un līdz ar to izvēles iespējas no sludinājumu apskatītāju puses uzņēmumu tīmekļa lapās ir ievērojami mazākas nekā sludinājumu platformās. Ievērojot iepriekš minēto, KP secina, ka mākleri un auto dīleru mājas lapās esošais piedāvājums nav uzskatāms par līdzvērtīgu sludinājumu platformās esošam piedāvājumam un attiecīgi tās neveido nozīmīgu konkurenci tiešsaistes sludinājumu platformām.
- 29 Sludinājumu apskatītājiem vertikālās jeb specializētās sludinājumu platformas noteiktu kategoriju sludinājumiem ir alternatīva horizontālajām sludinājumu platformām, un, atbilstoši arī Tirgus uzraudzībā secinātajam, sludinājumi horizontālās platformās nereti tiek salīdzināti ar sludinājumiem vertikālās platformās¹⁹.
- 30 Lai gan sociālās tīklošanās platformām no to lietošanas būtības ir atšķirīgi pamata mērķi un tajās nav pieejamas tik strukturētas meklēšanas un filtrēšanas funkcionalitātes, tomēr, ņemot vērā, ka Facebook Marketplace ietver funkcijas, kas līdzinās tiešsaistes sludinājumu platformām, ir pamats secināt, ka minētais pakalpojums spēj aizstāt tiešsaistes sludinājumu platformas. Facebook Marketplace pakalpojumus var lietot personas, kas ir reģistrējušās sociālajā tīklošanās platformā Facebook. Vienlaikus EK secinājusi, ka Facebook konkurē ar

¹⁴ Tirgus uzraudzība, 98. punkts

¹⁵ Turpat, 132. punkts

¹⁶ Turpat, 99.-103. punkts

¹⁷ Polijas konkurences un patērētāju aizsardzības biroja 29.12.2022. lēmums Nr. DOZIK 16/2022 Allegro.pl sp. z o.o. lietā, Pieejams: <https://archiwum.uokik.gov.pl/download.php?plik=26880>

¹⁸ Piemēram, attiecībā uz nekustamo īpašumu sludinājumiem tiek norādīta detalizēta informācija par tā atrašanās vietu, kvadrātūru, istabu skaitu, u.tml.

¹⁹ Turpat, 116. punkts

tiešsaistes sludinājumu platformām²⁰. Līdz ar to KP uzskata, ka Facebook Marketplace funkcionalitātes ziņā spēj aizstāt klasisko tiešsaistes sludinājumu platformu sniegtos pakalpojumus. Savukārt Facebook lietotāju grupas, KP ieskatā, nevar pilnvērtīgi aizstāt tiešsaistes sludinājumu platformas, jo šādās grupās nav pieejamas tiešsaistes sludinājumu platformām pielīdzināmas meklēšanas funkcionalitāte un kategoriju sistēma.

Pieprasījuma aizstājamība sludinājumu ievietotāju pusē

- 31 Vērtējot aizstājamību sludinājumu ievietotāju pusē, KP secina, ka e-komercijas platformas nespēj pilnvērtīgi aizstāt sludinājumu platformas, ņemot vērā būtiskās atšķirības starp uzņēmējdarbības modeļiem. Proti, e-komercijas platformas parasti izmanto uzņēmumi kā papildu noietu kanālu savu preču pārdošanai, savukārt sludinājumu platformas preču pārdošanai aktīvi izmanto arī fiziskas personas. Tāpat e-komercijas platformās pamatā tiek pārdotas jaunas nevis lietotas preces. Starp abu veidu platformām atšķiras arī preču iegādes un norēķinu modelis – kamēr e-komercijas operators pats uzņemas ar darījuma veikšanu saistīto pakalpojumu vešanu (par to ieturot komisijas maksu), tiešsaistes sludinājumu platformās darījums starp lietotājiem notiek ārpus tiešsaistes platformas.
- 32 Savukārt internetveikali nav uzskatāmi par tiešsaistes sludinājumu platformu alternatīvu, ņemot vērā, ka tie preces un pakalpojumus tirgo savā vārdā zīmola ietvaros. Tie darbojas vienpusēji, nepiedāvājot lietotājiem iespēju tīmekļa lapā publicēt individuālus preču vai pakalpojumu piedāvājumus. Līdzīgi arī nekustamo īpašumu mākleru vai transportlīdzekļu dīleru tīmekļa lapas atšķirībā no sludinājumu platformām neparedz iespēju apmeklētājiem publicēt preču vai pakalpojumu piedāvājumus. Saturs šādās tīmekļa vietnēs tiek publicēts pēc vienošanās un no attiecīgā starpnieka (māklera, dīlera u. tml.) puses. Arī tiešsaistes reklāmas nespēj aizstāt tiešsaistes sludinājumu platformas sludinājumu ievietotājiem, jo tās parasti tiek izmantotas plaša mēroga reklāmas kampaņām, nevis konkrēta produkta vai pakalpojuma pārdošanai.
- 33 Sludinājumu ievietotājiem horizontālo sludinājumu platformu var aizstāt vertikālā jeb specializētā sludinājumu platforma atkarībā no tā, kādas kategorijas sludinājumu attiecīgā persona vēlas sludināt. Piemēram, persona, kas vēlas pārdot nekustamo īpašumu, horizontālo sludinājuma platformu var aizstāt vertikāla sludinājumu platforma, kas ir specializēta nekustamo īpašumu sludinājumu pārdošanai.
- 34 Savukārt līdzīgi kā sludinājumu skatītājiem, Facebook Marketplace var aizstāt horizontālās vai vertikālās sludinājumu platformas gadījumā, ja attiecīgā persona ir reģistrējusies Facebook platformā. Līdz ar to Facebook Marketplace sludinājumu ievietotājiem spēj aizstāt klasisko tiešsaistes sludinājumu platformu sniegtos pakalpojumus.

1.2 Aizstājamība piedāvājuma pusē

- 35 Lai gan galvenokārt konkrētās preces tirgus tiek noteikts, pamatojoties uz pieprasījuma aizvietojamību, arī piegādātāju spējai pārorientēties uz cita pakalpojuma sniegšanu var būt būtiska disciplinējoša nozīme attiecībā pret esošajiem pakalpojuma sniedzējiem. Piedāvājuma aizstājamību var ņemt vērā, kad tās ietekme efektivitātes un ātruma ziņā ir līdzvērtīga pieprasījuma aizstāšanas radītajai ietekmei. Proti, piegādātāji spēj pārorientēt ražošanu konkrētu preču ražošanai un spēj tos realizēt īsā laika posmā²¹.
- 36 EK *Facebook Marketplace* lēmumā ir secināts, ka vertikālās tiešsaistes sludinājumu platformas pārorientēšanai uz horizontālu sludinājumu platformu būtu nepieciešamas lielas investīcijas²².
- 37 KP ieskatā, no piedāvājuma puses aizstājamība piedāvājuma pusē nepastāv, ņemot vērā, ka būtu nepieciešams veikt būtiskas investīcijas, lai pārorientētu sludinājumu platformas darbību,

²⁰ Sk. piemēram, EK 14.11.2024. lēmums Nr. At.40684, *Facebook Marketplace*

²¹ Komisijas Paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Savienības konkurences tiesībās (C/2024/1645), 32.-37. punkts

²² EK 14.11.2024. lēmums Ne. At.40684, *Facebook Marketplace*, par. 530

piemēram uz e-komercijas platformas pakalpojuma sniegšanu, internetveikalu vai tml. Tāpat arī horizontālas platformas darbības pārorientēšana uz vertikālu sludinājumu platformu vai otrādi būtu saistīta ar būtiskām investīcijām, piemēram, nepieciešamās programmatūras izveidē un mārketingā. Ņemot to vērā, KP ieskatā, piedāvājuma pusē aizstājamība ar cita veida tiešsaistes platformām nepastāv.

- 38 Līdz ar to atbilstoši KL 1. panta 5. punktam konkrētās preces tirgus Lietuvā nosakāms kā **tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu tirgus.**

2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

- 39 Atbilstoši KL 1. panta 3. punktam konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir ģeogrāfiska teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šī tirgus dalībniekiem, un tādēļ šo teritoriju var nošķirt no citām teritorijām.
- 40 Tiešsaistes sludinājumu platformas pakalpojumi galvenokārt ir orientēti uz Lietuvā esošām precēm un pakalpojumiem, jo sludinājumu portālos sevišķi tiek reklamētas Lietuvā pieejamas preces un pakalpojumi. Tāpat preces un pakalpojumus tiešsaistes sludinājumu platformās pārdod vairumā gadījumu Latvijas iedzīvotāji vai Lietuvā reģistrēti uzņēmumi. Vienlaikus tiešsaistes sludinājumu platformas pirmšķietami izmanto arī citu valstu iedzīvotāji, kas vēlas apskatīt Lietuvā pieejamas preces un pakalpojumus vai pārdod preces un pakalpojumus Latvijas iedzīvotājiem.
- 41 KP ieskatā, tiešsaistes sludinājumu platformu gadījumā svarīgs ir arī valodas faktors. Proti, izpētot tiešsaistes sludinājumu platformas mājaslapas, tās galvenokārt ir pieejamas latviešu valodā. Tāpat tiešsaistes sludinājumu platformās ievietotie sludinājumi, piemēram, ss.lv, pp.lv, cv.lv, city24.lv, auto24.lv, ir mērķēti Latvijas auditorijai, jo tiek publicēti pārsvarā latviešu valodā. Tāpat, piemēram, nekustamo īpašumu sludinājumu kategorijās sludinājumi ir filtrējami atbilstoši Latvijas teritoriālajām vienībām.
- 42 Tirgus uzraudzībā veiktā aptauja liecina, ka lietoti transportlīdzekļi vai nekustamie īpašumi citu valstu sludinājumu portālos tiek apskatīti tikai izņēmuma gadījumos. Lai gan noteiktos gadījumos personām, kas dzīvo pierobežā, vienlīdz ērti varētu būt apskatīt vai ievietot sludinājumus arī ārzemju sludinājumu platformās, piemēram, Auto24.ee vai autoplius.lt²³, tomēr minētais, KP ieskatā, nenozīmē, ka tirgus būtu paplašināms ārpus Latvijas robežām. Arī EK *Facebook Marketplace* lēmumā noteikusi, ka tiešsaistes sludinājumu tirgus ir nacionāls²⁴.

3. Konkrētais tirgus

- 43 Kā iepriekš norādīts, daudzpusēju tirgu gadījumos tiek izmantota viena vai vairāku tirgu definēšanas pieeja. Viena konkrētā tirgus definēšanas pieeja paredz, ka platformas sniegtajam starpniecības pakalpojumam, kas tiek piedāvāts abām platformas lietotāju pusēm, tiek noteikts viens konkrētais tirgus. Šo pieeju izmanto, ja aizstājamība katrai no platformas lietotāju grupām ir līdzīga²⁵.
- 44 KP ieskatā, diskutējami, vai vertikālās un horizontālās sludinājumu platformas pieder pie viena konkrētā tirgus, ņemot vērā, ka aizvietojamība starp vertikālajām un horizontālajām sludinājumu platformām ir ierobežota. Vertikālo sludinājumu platformu spēja izdarīt konkurences spiedienu uz horizontālajām platformām ir ierobežotāka, jo tās konkurences spiedienu spēj izdarīt tikai noteiktā sludinājumu kategorijā. Piemēram, ss.lv sadaļa ar transportlīdzekļu sludinājumiem izdara ievērojamu konkurences spiedienu uz platformu Auto24.lv (sk. pamatojumu Lēmuma turpinājumā), kamēr vertikālā sludinājumu platforma

²³ Tirgus uzraudzība, 177.-180. punkts

²⁴ EK 14.11.2024. lēmums Nr. At.40684, *Facebook Marketplace*, par. 571

²⁵ Vairāku tirgu definēšanas pieeja parasti tiek izmantota, ja pieprasījuma aizstājamība katrā no platformas lietotāju grupām atšķiras. Tādā gadījumā tiek definēts konkrētais tirgus attiecībā uz katru no platformas lietotāju grupām, paturot prātā, ka abus tirgus saista tīkla ietekme (efekts).

City24.lv konkurences spiedienu uz Auto24.lv neveido, jo piedāvā cita veida sludinājumus. Līdz ar to horizontālās tiešsaistes sludinājumu platformas ir nozīmīgas vertikālo (specializēto) sludinājumu platformu aizstājējas, bet šāda aizstājamība nav pilnīga. Norādāms, ka EK *Facebook Marketplace* lēmumā galīgais secinājums par to, vai vertikālās un horizontālās tiešsaistes sludinājumu platformas pieder vienam konkrētajam tirgum, palika atvērts²⁶.

- 45 KP ieskatā, tiešsaistes sludinājumu platformu gadījumā var būt pamatoti konkrētās preces tirgu segmentēt pa atsevišķām preču kategorijām, piemēram, transportlīdzekļi, nekustamais īpašums, apģērbs, mēbeles u. c., ņemot vērā, ka personas, kura vēlas iegādāties noteiktu preci, parasti nav ieinteresētas apskatīt citu kategoriju sludinājumus. Tāpat sludinājumu ievietotāju vēlme ir sludinājumus ievietot noteiktās kategorijās, lai sasniegtu paredzēto auditoriju, kā arī platformu lietošanas noteikumi nosaka, ka sludinājumi ir ievietojami noteiktās kategorijās. EK *Facebook Marketplace* lēmumā jautājums, vai konkrētais tirgus būtu segmentējams noteiktu produktu kategorijās, palika atvērts²⁷.
- 46 Tomēr, ņemot vērā šīs Lietas apstākļus, KP ieskatā, nav nepieciešams konkrēto tirgu segmentēt noteiktu kategoriju sludinājumos vai horizontālās un vertikālās platformas izdalīt atsevišķos konkrētajos tirgos, it sevišķi, ievērojot, ka tas būtiski neietekmē SIA “SS” tirgus varas novērtējumu (sk. Lēmuma turpinājumu).
- 47 Lai gan tiešsaistes sludinājumu platformas apkalpo divas atšķirīgas lietotāju grupas – sludinājumu ievietotājus un sludinājumu skatītājus – aizstājamība pieprasījuma pusē abām lietotāju grupām ir līdzīga. Lietotāji abās tiešsaistes sludinājumu platformas pusēs mēdz izvēlēties vienas un tās pašas tiešsaistes sludinājumu platformas alternatīvas atkarībā no konkrētās sludinājuma kategorijas (piemēram, nekustamie īpašumi, darbs, transportlīdzekļi), kas atbalsta viena konkrētā tirgus definēšanas pieeju.
- 48 Ņemot vērā visu iepriekš minēto, KP secina, ka Lietuvā konkrētais tirgus definējams kā **tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu tirgus Latvijas teritorijā**.

V DOMINĒJOŠAIS STĀVOKLIS

- 49 Saskaņā ar KL 1. panta 1. punktu dominējošais stāvoklis ir tirgus dalībnieka vai vairāku tirgus dalībnieku ekonomisks (saimniecisks) stāvoklis konkrētajā tirgū, ja šis dalībnieks vai dalībnieki spēj ievērojami kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci jebkurā konkrētajā tirgū pietiekami ilgā laika posmā, darbojoties pilnīgi vai daļēji neatkarīgi no konkurentiem, klientiem, piegādātājiem vai patērētājiem.
- 50 Dominējošais stāvoklis ir uzņēmuma ekonomiskā ietekme, kas ļauj tam konkrētajā tirgū traucēt efektīvu konkurenci un līdz zināmai robežai rīkoties neatkarīgi no saviem konkurentiem, klientiem un arī patērētājiem²⁸. Šis neatkarības jēdziens ir saistīts ar konkurences spiediena intensitāti pret attiecīgo uzņēmumu. Dominējošais stāvoklis liecina par to, ka konkurences spiediens nav pietiekami efektīvs, kā rezultātā attiecīgajam uzņēmumam ilgstoši ir liela ietekme tirgū. Minētais nozīmē, ka uzņēmums, pieņemot lēmumus, var nerēķināties ar konkurentu, klientu un visbeidzot – arī patērētāju rīcību un reakciju²⁹.
- 51 Parasti dominējošu stāvokli rada apstākļu kopums, kas, ja tos aplūko atsevišķi, ne vienmēr ir noteicoši. Šādi apstākļi ir gan tirgus dalībnieka stāvoklis konkrētajos tirgos un tirgus vara, konkurentu tirgus daļas konkrētajā tirgū, gan arī barjeras tirgus dalībnieku ienākšanai un darbības paplašināšanai konkrētajā tirgū³⁰.

²⁶ EK 14.11.2024. lēmums Nr. AT.40684, *Facebook Marketplace*, par. 538.

²⁷ Turpat, par. 540.-544.

²⁸ EST 14.02.1978. spriedums lietā 27/76, *United Brands*, 65. rindkopa; EST 13.02.1979. spriedums lietā 85/76, *Hoffmann-La Roche*, 38. rindkopa.

²⁹ EST 14.02.1978. spriedums lietā 27/76, *United Brands*, 113.-121. rindkopa; Vispārējās tiesas 28.02.2002. spriedums lietā T-395/94 *Atlantic Container Line*, 330. rindkopa.

³⁰ Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija, Apaļā galda dokuments. Dominējošā stāvokļa pierādīšanas problemātika. (OECD, Policy Roundtables. Evidentiary Issues in Proving Dominance), 2006. Pieejams: https://www.oecd.org/en/publications/evidentiary-issues-in-proving-dominance_806588ad-en.html

- 52 Barjeras ienākšanai tirgū ir viens no svarīgākajiem faktoriem, ar kuru palīdzību var noteikt, vai tirgus dalībniekam konkrētajā tirgū piemīt tirgus vara. Šādas barjeras ir apstākļi, kas kavē vai ierobežo konkurentu ienākšanu kādā konkrētajā tirgū vai arī ierobežo konkurentu iespējas paplašināt savu saimniecisko darbību. Augstu barjeru pastāvēšana ļauj tirgus dalībniekam, kas atrodas dominējošā stāvoklī, celt cenas vai veikt stratēģiskas izslēgšanas darbības attiecībā uz saviem konkurentiem, nezaudējot un neapdraudot savu tirgus pozīciju, kā arī ļauj darboties neņemot vērā klientu un patērētāju intereses³¹.

4. Tirgus daļas

- 53 Arī digitālo platformu, tostarp tiešsaistes sludinājumu platformu gadījumā, tirgus daļu aprēķins, balstoties uz tradicionālajiem tirgus varas noteikšanas parametriem, piemēram, apgrozījumu, KP vērtējumā, nesniegs pilnvērtīgu ieskatu par tirgus dalībniekam piemītošo tirgus varu. Jāņem vērā, ka tiešsaistes sludinājumu platformas pakalpojumus mēdz piedāvāt bez maksas (piemēram, Facebook Marketplace vai pp.lv). Līdz ar to ir nepieciešams salīdzināt datus, kas precīzāk liecina par tirgus dalībnieku tirgus varu.
- 54 Atkarībā no konkrētās preces un nozares specifikas, informāciju par tirgus daļām var sniegt citi rādītāji, nevis apgrozījums, ko konkurences uzraugi izmanto tradicionāli. EK arī atzīmē, ka tirgus daļas nav vienīgais tirgus varas indikators un vērā ir ņemami arī citi aspekti³².
- 55 KP Lietas izpētē pieprasīja informāciju no dažādām sludinājumu platformām par atbilstošākiem datiem tirgus daļu aprēķinam sludinājumu platformu gadījumā, lai identificētu platformas tirgus varu. Liela daļa no atbildēm liecināja, ka atbilstošs tirgus varas mērījums būtu ievietoto sludinājumu skaits vai unikālo apmeklējumu skaits.
- 56 Meta atbildē uz KPI informācijas pieprasījumu skaidro, ka dati, kas varētu liecināt par tiešsaistes platformas tirgus varu ir: (i) sludinājumu skaits, (ii) pārdevēju skaits, (iii) pircēju skaits (vai unikālo apmeklētāju skaits). Tomēr Meta norāda, ka attiecībā uz pārdevēju un pircēju skaita izmantošanu tirgus daļu noteikšanai pastāv ierobežojumi, proti, ka attiecībā uz pārdevēju skaitu netiktu nošķirti pārdevēji, kuri publicē tikai vienu sludinājumu, un pārdevēji, kas ievieto vairākus sludinājumus. Savukārt attiecībā uz pircējiem šie dati atspoguļo tikai to, cik personas apskata sludinājumus, nenorādot, cik liela daļa no sludinājumu apskatīšanas rezultējas darījumā³³. SIA "City24" ieskatā, šāds parametrs būtu unikālais apmeklējumu skaits³⁴. Savukārt, SIA "INBOKSS" ieskatā, šādi dati var būt nozīmīgi: juridisko un privāto lietotāju ievietotais sludinājumu skaits, lapas skatījumu skaits, lapā pavadītais laiks, unikālie lietotāji, aktīvi lietotāji, tiešie (*direct*) lietotāji, zīmola atpazīstamība u. tml.³⁵ SIA "SS" ieskatā būtiski faktori, kas ietekmē konkurētspēju ir: esošo klientu un sludinājumu skaits, platformas zīmola atpazīstamība un ilgtspēja, sludinājumu apskatīšanas biežums arī informācijas meklēšanas ērtums, pieprasījuma izdošanas ātrums (serveru darbības ātrums)³⁶.
- 57 KP ieskatā tirgus daļu noteikšanai konkrētajā tirgū primāri ir izmantojams tiešsaistes sludinājumu platformā ievietoto sludinājumu skaits. Sludinājumu skaits visprecīzāk ļauj salīdzināt tirgus daļas starp tradicionālām tiešsaistes sludinājumu platformām un Facebook Marketplace, ņemot vērā, ka par Facebook Marketplace precīzi dati saistībā, piemēram, par unikālo platformas apmeklējumu skaitu, Lietuvā nebija iegūstami. Vienlaikus papildu ieskatu par uzņēmumam piemītošo tirgus varu sniedz tiešsaistes sludinājumu platformas unikālo apmeklējumu skaits (7. attēls).

³¹ Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija, Apaļā galda dokuments. Dominējošā stāvokļa pierādīšanas problemātika. (OECD, Policy Roundtables. Evidentiary Issues in Proving Dominance), 2006. Pieejams lejupielādei: https://www.oecd.org/en/publications/evidentiary-issues-in-proving-dominance_806588ad-en.html

³² Komisijas Paziņojums par jēdziena "konkrētais tirgus" definīciju Savienības konkurences tiesībās (C/2024/1645), 106.-108. punkts

³³ Meta Ireland Limited atbilde uz KPI 02.10.2023. informācijas pieprasījumu Nr. 1.7-4/1183

³⁴ SIA "City24" atbilde uz KPI 28.11.2023. informācijas pieprasījumu Nr.1.7-4/1431

³⁵ SIA "INBOKSS" atbilde uz KPI 20.09.2023. informācijas pieprasījumu Nr.1.7-4/1126

³⁶ SIA "SS" 12.05.2021. atbilde uz KPI 13.04.2021. informācijas pieprasījumu Nr. 2.2-2/459

- 58 Dominējošā stāvokļa konstatācija saistās ar dažādu faktoru izvērtējumu, taču ļoti liela tirgus daļa ir pirmā būtiskā indikācija tam, ka tirgus dalībnieks atrodas dominējošā stāvoklī³⁷. Tas jo īpaši attiecas uz gadījumiem, kad uzņēmuma tirgus daļa ir 50% vai lielāka.³⁸ Pastāv prezumpcija, ka tirgus daļa virs 50% ir norāde par tirgus dalībnieka atrašanos dominējošā stāvoklī³⁹.
- 59 Turpmāk KP novērtējusi tirgus dalībnieku tirgus daļas, balstoties uz tiešsaistes sludinājumu platformā ievietoto sludinājumu skaitu pa gadiem. Aprēķinam izmantotie tirgus dalībnieki identificēti, balstoties uz Tirgus uzraudzībā identificētajām horizontālajām un vertikālajām tiešsaistes sludinājumu platformām, kā arī KP papildu veikto izpēti Lietuvā.
- 60 SIA "SS" tirgus varas novērtēšanai KP sākotnēji salīdzinās ss.lv tirgus daļas starp horizontālajām un vertikālajām platformām. Otrkārt, ss.lv tirgus daļas tiks novērtētas tikai starp horizontālajām sludinājumu platformām, kas piedāvā dažāda veida sludinājumu ievietošanu. Treškārt, tiks salīdzināts ss.lv sludinājumu skaits konkrētā kategorijā un spēcīgākās attiecīgajā kategorijā konkurējošās vertikālās sludinājumu platformas sludinājumu skaits.

Tirgus daļas starp horizontālajām un vertikālajām sludinājumu platformām (konkrētajā tirgū)

- 61 Aprēķinot tirgus daļas atbilstoši horizontālās un vertikālās tiešsaistes sludinājumu platformās izvietoto sludinājumu skaitam, **KP konstatē, ka ss.lv tirgus daļa pārkāpuma periodā pārsniedz 60 % robežu.** Turklāt nākamās lielākās platformas – andelemandele.lv – tirgus daļa ir ievērojami zemāka un veido ap 20 %. Savukārt pārējo tirgus dalībnieku daļas ir vēl mazākas un nepārsniedz 10 %, izņemot Facebook Marketplace, kuras tirgus daļa vienīgi 2022. gadā nedaudz pārsniedza 10 % robežu (skat. 1. attēlu). KP ieskatā, šāda ss.lv tirgus daļa pati par sevi ir būtiska norāde par tā atrašanos dominējošā stāvoklī konkrētajā tirgū.

(*)

1. attēls. Tirgus daļas pa gadiem pēc ievietoto sludinājumu skaita vertikālajās un horizontālajās platformās (konkrētajā tirgū) 2019.–2024. gada pirmajos desmit mēnešos

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegto informāciju

Tirgus daļas starp horizontālajām sludinājumu platformām

- 62 Aprēķinot tirgus daļas atbilstoši tikai horizontālās tiešsaistes sludinājumu platformās izvietoto sludinājumu skaitam, KP konstatē, ka ss.lv **tirgus daļa pārkāpuma periodā pārsniedz 70 % sliekšni.** Pārējo citu nozīmīgāko horizontālo platformu tirgus daļas ir ievērojami mazākas, nākamā lielākā tirgus dalībnieka – Facebook Marketplace – tirgus daļa ir būtiski mazāka un nepārsniedz 15 % robežu. Tādējādi dati norāda, ka ss.lv starp horizontālajām sludinājumu platformām Latvijā ir pārliecinoši lielākā pēc ievietoto sludinājumu skaita (skatīt 2. attēlu). KP ieskatā, šāda ss.lv tirgus daļa starp horizontālajām sludinājumu platformām vēl vairāk pastiprina iepriekšējo norādi par ss.lv atrašanos dominējošā stāvoklī konkrētajā tirgū.

(*)

2. attēls. Tirgus daļas pa gadiem pēc ievietoto sludinājumu skaita horizontālajās platformās 2019.–2024. gada pirmajos desmit mēnešos

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegto informāciju

³⁷ EST 1979. gada 13. februāra spriedums *Hoffmann-La Roche / Komisija*, lieta 85/76, EU:C:1979:36, 41. punkts.

³⁸ EST 1991. gada 3. jūlija spriedums *Akzo/Komisija*, C-62/86, EU:C:1991:286, 60. punkts. Piemēram, 1991. gada 12. decembra spriedumā *Hilti / Komisija*, T-30/89, EU:T:1991:70, 92. punkts, tirgus daļa robežās no 70 % līdz 80 % tika uzskatīta par skaidru norādi uz dominējoša stāvokļa esību konkrētajā tirgū.

³⁹ EST 03.07.1991. spriedums lietā C-62/86, *AKZO*, 60. rindkopa.

Salīdzinājums ar nākamo lielāko konkurentu noteiktās sludinājumu kategorijās

- 63 Lai novērtētu ss.lv tirgus varu noteiktās sludinājumu kategorijās, KP papildinoši ir veikusi ss.lv tirgus varas novērtējumu, salīdzinot sludinājumu skaitu noteiktās ss.lv kategorijās ar sludinājumu skaitu konkrētās kategorijas populārākajā vertikālajā sludinājumu platformā. Salīdzinājums veikts šādās sludinājumu kategorijās: nekustamais īpašums, transports, darbs un bizness, apģērbs un apavi.
- 64 KP secina, ka sludinājumu skaits ss.lv, salīdzinot ar lielāko vertikālo sludinājumu platformu **nekustamo īpašumu pārdošanā**, kas identificēta Tirgus uzraudzībā, ir lielāks un tam kopumā ir neliela pieaugoša tendence (skatīt 3. attēlu). Tas nozīmē, ka, pat segmentējot tirgu pa kategorijām, platforma ss.lv ir lielākais tirgus dalībnieks attiecībā uz nekustamo īpašumu sludinājumiem.

(*)

3. attēls. Sludinājumu skaita salīdzinājums ss.lv nekustamo īpašumu kategorijā ar City24.lv 2019.–2024. gada pirmajos desmit mēnešos

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegto informāciju

- 65 Atbilstoši Tirgus uzraudzības ietvaros KP organizētās aptaujas⁴⁰ rezultātiem, ss.lv nozīmīgākais konkurents vertikālo sludinājumu platformu **transportlīdzekļu sludinājumu kategorijā** ir Auto24.lv. Salīdzinot abu uzņēmumu ievietoto sludinājumu skaitu 2019.-2024.gada desmit mēnešos (skat. 4. attēlu), KP secina, ka ss.lv ir ievērojams pārsvars pār Auto24.lv platformu un attiecīgajā laika periodā vairākkārt pārsniedz Auto24.lv ievietoto sludinājumu skaitu. Tas nozīmē, ka, pat segmentējot tirgu pa kategorijām, platforma ss.lv ir lielākais tirgus dalībnieks attiecībā uz transportlīdzekļu sludinājumiem.

(*)

4. attēls. Sludinājumu skaita salīdzinājums ss.lv transporta kategorijā ar Auto24.lv 2019.–2024. gada pirmajos desmit mēnešos

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegto informāciju

- 66 KP secina, ka platformai ss.lv ir nozīmīgs pārsvars salīdzinājumā ar nozīmīgāko vertikālo **darba sludinājumu** platformu cv.lv un darba sludinājumu platformu visidarbi.lv. Tas nozīmē, ka, pat segmentējot tirgu pa kategorijām, platforma ss.lv ir lielākais tirgus dalībnieks attiecībā uz darba sludinājumiem (skatīt 5. attēlu).

(*)

5. attēls. Sludinājumu skaita salīdzinājums ss.lv darbs un bizness kategorijā ar vertikālām sludinājumu platformām cv.lv un visidarbi.lv 2019.–2024. gada pirmajos desmit mēnešos

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegto informāciju

- 67 KP secina, ka platformai ss.lv pirmšķietami nav pārsvars sludinājumu skaitā **apģērbu un apavu kategorijā** pār vertikālo sludinājumu platformu andelemandele.lv. Proti, platformā andelemandele.lv ir izvietots ievērojami lielāks sludinājumu skaits. Tomēr tas joprojām nemaina secinājumus par ss.lv tirgus varu konkrētajā tirgū kopumā.

(*)

6.attēls Sludinājumu skaita salīdzinājums ss.lv apģērbu un apavu kategorijā ar vertikālo sludinājumu platformu andelemandele.lv⁴¹ 2019.-2024. gada pirmajos desmit mēnešos

⁴⁰ Sludinājumu platformu internetā lietošana Kvantitatīvais pētījums, Latvijas Fakti", 2021. gada septembris, 19.lp.

⁴¹ SIA "MUDIA" atbildē norādījusi, ka vidēji sadaļā Transports mēneša laikā andelemandele.lv tiek pievienoti ap (*) sludinājumi, kas ietver sevī arī motociklus, riteņus, mopēdus. Ievērojot teikto, KP aprēķinājusi aptuvenu platformas

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegto informāciju

- 68 KP ieskatā, ņemot vērā konkrētā tirgus definīciju, tirgus segmentēšana pa kategorijām nav nepieciešama, jo ss.lv ir pārliecinoši dominējoša platforma kopumā, kā arī atsevišķās sludinājumu kategorijās, piemēram, transports, nekustamais īpašums, darba sludinājumi un pirmšķietami arī citās kategorijās, ņemot vērā ss.lv ievietoto sludinājumu skaitu kopumā. Izņēmumam attiecībā uz apģērbu un apavu kategoriju nav būtiskas nozīmes Lietas izpētē, jo SIA “SS” rīcība izslēdzošas rīcības kontekstā pamatā tiek vērsta pret sludinājumu platformas lietotājiem nekustamo īpašumu un transportlīdzekļu kategorijās (sk. Lēmuma 6. nodaļu). Tādējādi, pat ja KP izvēlētos konkrēto tirgu segmentēt, secinājumi par dominējošo stāvokli nemainītos attiecībā uz lielāko daļu tirgus un to tirgus daļu, ko tiešā veidā skar konkurentus izslēdzošā rīcība.

5. Barjeras ienākšanai tirgū

- 69 Tirgus uzraudzībā KP norādīja uz vairākiem kritērijiem, kuru analīze ir būtiska, lai pamatotu tiešsaistes sludinājumu platformu, atrašanos dominējošajā stāvoklī⁴². KP ieskatā, Lietā visbūtiskākie apsvērumi, kas pamato tirgū ienākšanas barjeru pastāvēšanu ir: (i) netiešā tīkla ietekme, (ii) zīmola efekts, (iii) apjomradītu ietaupījumu esamība, (iv) pārslēgšanās izmaksas, (v) vienviesošanas/daudzviesošanas apstākļu izvērtējums.

Netiešā tīkla ietekme

- 70 Netiešā tīkla ietekme darbojas kā būtisks šķērslis konkurentu ienākšanai tirgū, turklāt spēcīga tīkla ietekme veicina dominējošā stāvokļa nostiprināšanos⁴³. Netiešā tīkla ietekme tiešsaistes sludinājumu platformu gadījumā nozīmē, ka, palielinoties platformā ievietoto sludinājumu skaitam, pieaug platformas vērtība sludinājumu apskatītājiem un otrādi, t. i., ja platformu apmeklē liels potenciālo pircēju skaits, platforma ir vērtīgāka sludinājumu ievietotājiem.
- 71 Pirmkārt, spēcīgas netiešās tīkla ietekmes pastāvēšanu ss.lv gadījumā, KP ieskatā, pamato ievietoto sludinājumu skaits, salīdzinot to ar citām tiešsaistes sludinājumu platformām (sk. datus 4. nodaļā par tirgus daļām).
- 72 Otrkārt, arī papildu dati par unikālo apmeklējumu skaitu, KP ieskatā, norāda uz spēcīgas netiešās tīkla ietekmes pastāvēšanu. Unikālie apmeklējumu dati rāda, ka ss.lv ir visvairāk apmeklētā tiešsaistes sludinājumu platforma Latvijā. KP paskaidro, ka platforma ar ievērojami lielāku lietotāju plūsmu (unikālo apmeklējumu skaitu) ir nostiprinājusi pozitīvas atgriezeniskās saites ciklu (*positive feedback loop*) (t. i., vairāk lietotāju piesaista vēl vairāk sludinājumu ievietotāju un otrādi), kas ir raksturīgi spēcīgai tīkla ietekmei. Ja jaunai platformai ir grūti piesaistīt gan pārdevējus, gan pircējus, neskatoties uz tās funkcionalitāti vai cenu politiku, tas var norādīt uz to, ka esošās platformas gūst labumu no tīkla ietekmes.
- 73 Datu salīdzinājums liecina, ka ss.lv raksturo spēcīga netiešā tīkla ietekme, kas rada spēcīgu pārsvaru pār citām sludinājumu platformām. Lai gan atsevišķi uzņēmumi KP nevarēja iesniegt pilnīgu informāciju par unikāliem apmeklējumiem, tomēr aptuveni aprēķini ar lielu pārliecību norāda uz SIA “SS” tirgus varu. Izvērtējot tiešsaistes horizontālo un vertikālo sludinājumu platformu unikālo apmeklējumu skaitu, konstatējams, ka **SIA “SS” tirgus daļa pārkāpuma periodā pārsniedz 80 %** (skat. 7. attēlu). Savukārt citu platformu unikālo apmeklējumu skaits pārveidojot tirgus daļās ir robežās no 0,04 % līdz 6 %. Spēcīga netiešā tīkla ietekme darbojas kā barjera jaunajiem tirgus dalībniekiem, jo tiem ir grūti piesaistīt lietotājus bez jau pastāvošas otras puses lietotāju bāzes. Netiešā tīkla ietekme arī veicina lietotāju ieslēgšanas efektu (*lock-*

andelemandele.lv tirgus daļu drēbes/apavi kategorijā salīdzinājumā ar ss.lv. Proti, KP no kopējā SIA “MUDIA” ievietoto sludinājumu skaita atņēma Transporta kategorijā aptuveni ievietoto sludinājumu skaitu.

⁴² Tirgus uzraudzība, III nodaļa

⁴³ Duch-Brown N., *The Competitive Landscape of Online Platforms*. Seville, Spain: European Commission, 2017., p.7.

in) un samazina pārslēgšanos uz citu platformu lietošanu, jo lietotāji gūst lielāku vērtību, paliekot platformā, kur jau ir koncentrēti viņiem nepieciešamie pretējās puses lietotāji.

(*)

7.attēls Dati par unikālajiem apmeklējumiem 2019.-2024. gada pirmajos desmit mēnešos⁴⁴

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegto informāciju⁴⁵

- 74 Līdz ar to, kaut arī tirgū ir pieejamas platformas, kuras, piemēram, ir ar labāku funkcionalitāti vai pakalpojumus piedāvā bez maksas, tām ir gandrīz neiespējami konkurēt ar ss.lv, ņemot vērā ss.lv radīto netiešo tīkla ietekmi. Arī EK ir norādījusi, ka, pieaugot tīkla ietekmei, samazinās citu tirgus dalībnieku spēja konkurēt ar esošo tirgus dalībnieku, jo netiešā tīkla ietekme ienākšanu tirgū padara ļoti problemātisku⁴⁶.

Zīmola efekts un pirmā tirgus dalībnieka priekšrocības

- 75 SIA "SS" tiešsaistes sludinājumu pakalpojumus piedāvā no 2004. gada, un uzņēmums bija viens no pirmajiem, kas Latvijā uzsāka šāda pakalpojuma sniegšanu. Faktu, ka SIA "SS" zīmols ir nostiprinājis savas pozīcijas patērētāju acīs, apstiprina arī SKDS 2019. gada aptauja, kurā ir atklāts, ka populārākā tiešsaistes sludinājumu platforma Latvijā ir ss.lv (to norāda 87 % aptaujas respondentu)⁴⁷.
- 76 Arī SIA "SS" konkurenti, tiešsaistes sludinājumu platformas, piemēram, arbus.lv un (*)⁴⁸, ir norādījuši uz SIA "SS" platformu ss.lv zīmola atpazīstamību un nozīmi tirgū.
- 77 Līdz ar to KP uzskata, ka ievērojamu tirgū ienākšanas barjeru veido SIA "SS" zīmola atpazīstamība. Pirmā tirgus dalībnieka priekšrocības digitālo platformu tirgos rodas no iespējas jau agrīnā posmā piesaistīt lietotāju bāzi, veidot zīmola atpazīstamību un nostiprināt tīkla efektus. Šie faktori, apvienojumā ar apjomradītiem ietaupījumiem, ļauj pirmajam dalībniekam iegūt un nostiprināt konkurences priekšrocības, kuras vēlāk ienākušie tirgus dalībnieki var pārvarēt tikai ar ievērojamiem ieguldījumiem un ilgtermiņa stratēģijām.

⁴⁴ "Citas platformas" summāri ietver Facebook Marketplace, pp.lv, cv.lv, visidarbi.lv, city24.lv, reklama.lv, dalder.lv, andelemandele.lv (tostarp lietotnē) un auto24.lv tirgus daļas

⁴⁵ SIA "SS" 03.02.2025.vēstulē KP norādījusi, ka "SS" nav iespējams sniegt datus par to, cik unikāli apmeklējumi ir bijuši katrā mēnesī, ievērojot, ka "SS" šādu datu apjomu neglabā. Tai pašā laikā "SS" ir pieejama statistika par unikālo apmeklējumu skaitu par katru dienu, līdz ar to KP aprēķinu katram gadam ir veikusi, aprēķinot vidējo unikālo apmeklējumu skaitu un to sareizinot ar attiecīgā gadā esošo dienu skaitu.

Meta 09.05.2025 atbildē norādījusi, ka neglabā unikālo apmeklējumu datus par tik ilgu periodu pa gadiem un sniegusi datus par atsevišķiem mēnešiem 2025.gadā. Ievērojot to, KP aprēķinājusi Facebook Marketplace aptuvenas tirgus daļas par pamatu ņemot 2025.gada datus un tos attiecinot uz 2019.-2024.gadu, proti, veicot vidējo unikālo apmeklējumu aprēķinu mēnesī un sareizinot ar gadā esošiem 12 mēnešiem.

Par platformu city24.lv 2022.gadā dati izmantoti no sabiedrības ar ierobežotu atbildību "City24", kuri sniegti 07.12.2023. vēstulē.

Platformas reklama.lv unikālo apmeklējumu skaita noteikšanai 2020.-2022.gadam, dati izmantoti no SIA "ADV SERVICE", kuri sniegti 29.09.2023.vēstulē.

SIA "MUDIA" 14.05.2025. atbildes vēstulē norādījusi unikālo lietotāju skaitu mēnesī, kā arī norādījusi, ka katru gadu lietotāju skaits pieaug ap (*), vienlaikus SIA "MUDIA" 21.05.2025. e-pastā precizē, ka dati ir par 2024.gada aprīli. Ievērojot teikto, KP ir veikusi andelemandele.lv aptuvenu vidējo tirgus daļas aprēķināšanu, par pamatu ņemot unikālo lietotāju skaitu mēnesī un katru gadu to samazinot par atbildes vēstulē norādīto pieauguma procentu, kā arī sareizinot ar gadā esošiem 12 mēnešiem.

Par platformu Auto24.lv 2021. un 2022.gadā dati izmantoti no OŪ AllePal, kuri sniegti 26.09.12.2023. vēstulē.

⁴⁶ European Commission. Case No COMP/C-3/37.792 - Microsoft, 24.03.2004., par. 416.-424.

⁴⁷ Interneta sludinājumu portālu atpazīstamība Latvijas iedzīvotāju vidū. SKDS pētījumu centrs, 2019.gada novembris.

⁴⁸ Tirgus uzraudzība, 354.-356. punkts, SIA ARBUZ.LV 12.07.2021. atbilde un (*) atbilde.

Apjomradīti ietaupījumi

- 78 Apjomradīti ietaupījumi ir dominējošā stāvokļa novērtēšanas elements⁴⁹. Tiešsaistes sludinājumu platformām sludinājumu skaita palielināšanās rezultātā samazinās vienības izmaksas, ļaujot realizēt apjomradītus ietaupījumus. Proti, sludinājumu platformai, kas tirgū darbojas ilgstoši, lielāka sludinājuma skaita ievietošanas rezultātā ievērojami nepieaugs pakalpojuma nodrošināšanas izmaksas⁵⁰. Papildus KP norāda, ka apjomradīti ietaupījumi turklāt nostiprina tiešsaistes platformām, tostarp tiešsaistes sludinājumu platformām, raksturīgo tīkla ietekmi⁵¹.
- 79 Tā kā ss.lv konkrētajā tirgū veiksmīgi darbojas jau ilgstoši, tā darbības uzsākšanas sākumposmā ir veikusi investīcijas nepieciešamās infrastruktūras izveidē. Lai arī izmaksas par infrastruktūras izveidi ir nepieciešams veikt jebkurai jaunai platformai, kas vēlēšies ienākt tirgū, ievērojami līdzekļi būs jāinvestē arī mārketinga pasākumos, lai tā spētu konkurēt ar ss.lv, kas tirgū savas pozīcijas ir nostiprinājusi.

Pārslēgšanās izmaksas

- 80 Lai ienāktu tirgū, kurā jau darbojas digitālās platformas, jaunpienācējiem ir jāpārvar pārslēgšanās izmaksu radītais ieslēdzošais efekts⁵².
- 81 Ņemot vērā ss.lv popularitāti, gan tiešsaistes sludinājumu platformā ievietoto sludinājumu skaita ziņā (sk. datus par tirgus daļu aprēķinu), gan unikālo apmeklējumu skaita ziņā (sk. datus pie netiešās tīkla ietekmes novērtējuma), KP uzskata, ka pārslēgšanās izmaksas konkrētajā tirgū ir augstas. Proti, ja ss.lv vietā sludinājumu ievietotājs vēlētos izmantot citu platformu, tas riskētu nesasniegt tik lielu potenciālo sludinājumu apskatītāju auditoriju un otrādi. Vienlaikus, KP secinājumus apstiprina tas, ka netiešā tīkla ietekme pastiprina lietotāju ieslēgšanu tiešsaistes platformā⁵³ un ss.lv raksturo spēcīga netiešā tīkla ietekme.
- 82 Par pārslēgšanās izmaksu un ieslēdzošā efekta pastāvēšanu apstiprina arī citu tirgus dalībnieku sniegtās atbildes Tirgus uzraudzībā. Piemēram, pēc hop.lv pārstāvja domām, citiem uzņēmumiem ir grūti konkurēt ar ss.lv, jo ir ļoti grūti mainīt patērētāju ieradumus un līdz ar to ienākt konkrētajā tirgū⁵⁴.

Vienviesošanas/daudzviesošanas apstākļu izvērtējums⁵⁵

- 83 Tirgus uzraudzībā KP secināja, ka tirgus varas noteikšanai var būt būtiski vērtēt vienviesošanas/daudzviesošanas apstākļus. Tirgus uzraudzībā secināts, ka, lai varētu izdarīt derīgus secinājumus par daudzviesošanas/vienviesošanas pastāvēšanu, nepieciešams konstatēt, ka lielākajai daļai no platformas lietotājiem ir vienveidīgi platformas lietošanas paradumi.
- 84 KP ieskatā, tās analizētie dati par unikālo apmeklējumu skaitu un ievietoto sludinājumu skaitu ss.lv, salīdzinot ar platformas konkurentiem, liecina, ka ss.lv lietotājus drīzāk raksturo vienviesošana. Tomēr nav iespējams izdarīt viennozīmīgu secinājumu, ņemot vērā, ka vismaz

⁴⁹ Evans/Schmalensee, "The industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms", Competition Policy International, Vol. 1, No. 1 (2007), p.165

⁵⁰ Alison Jones, Brenda Sufrin, Niamh Dunne. Jones & Sufrin's EU Competition law, 8th edn, (Oxford University Press 2023), p. 146

⁵¹ Evans D.S., Schmalensee R. The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms. NBER Working Paper No 11603. Cambridge: National Bureau of Economic Research, 2005., p.16.-17.

⁵² Gebicka A., Heinemann A. Social Media & Competition Law. World Competition, Vol 37 (2), 2014., p.161

⁵³ Evans DS., Schmalensee R. The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses. Chicago: Institute For Law And Economics, 2012., p. 1.-45.

⁵⁴ Tirgus uzraudzība, 315. un 351. punkts

⁵⁵ Vienviesošanu novēro, ja lietotājs noteikta mērķa sasniegšanai izmanto vienu platformu, tādējādi mijiedarbojoties tikai ar šīs platformas lietotājiem. Savukārt daudzviesošanu raksturo apstākļi, ka vēlmju piepildīšanai lietotājs izmanto vairākas platformas, līdz ar to mijiedarbojas ar dažādu platformu lietotājiem (European Commission. Staff Working Document No SWD(2016)172/F1. Online Platforms. 25.05.2016. p. 5.)

sludinājumu skatītāji sludinājumus starp tiešsaistes sludinājumu platformām mēdz salīdzināt (piemēram, transportlīdzekļu un nekustamo īpašumu kategorijās). Tajā pašā laikā sludinājumu izvietošana vienlaikus vairākās platformās ir mazāk izplatīta prakse no sludinājumu ievietotāju puses.

- 85 Neizdarot konkrētu secinājumu par vienviesošanas vai daudzviesošanas paradumiem tiešsaistes sludinājumu platformu lietotāju vidū, un ievērojot, ka SIA "SS" piemīt pirmā zīmola efekts, klientu uzvedība liecina, ka pamatā primāri tiek izmantota ss.lv platforma salīdzinot ar konkurentu platformām. Šāda rīcība norāda uz lietotāju uzvedības rezultātu, proti, grūtībām mainīt platformu un lietotāju paradumu pamatā izvēlēties ss.lv.
- 86 **Līdz ar to, ņemot vērā ss.lv tirgus daļas konkrētajā tirgū pēc sludinājumu, kā arī unikālo apmeklētāju skaita, kas ievērojami pārsniedz 50%, kā arī tirgus īpašās iezīmes, piemēram, tīkla ietekmi, kas kavē alternatīvu platformu attīstību, KP secina, ka SIA "SS" atrodas dominējošā stāvoklī tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu tirgū Latvijas teritorijā.**

VI LĪGUMA PAR EIROPAS SAVIENĪBAS DARBĪBU 102. PANTA PIEMĒROŠANA

- 87 EK Regula 1/2003⁵⁶ paredz, ka dalībvalstu konkurences iestādēm vai valstu tiesām, piemērojot valsts konkurences tiesību aktus jebkurai ļaunprātīgai izmantošanai, kas aizliegta ar LESD 102. pantu, tās piemēro arī LESD 102. pantu⁵⁷. Izrietoši, ja Lietā var tikt konstatēta ietekme uz tirdzniecību starp dalībvalstīm, KP jāpiemēro⁵⁸ LESD 102. pantu.
- 88 LESD 102. pants nosaka, ka "[v]ienam vai vairākiem uzņēmumiem, kam ir dominējošs stāvoklis iekšējā tirgū vai būtiskā tā daļā, šāda stāvokļa ļaunprātīga izmantošana ir aizliegta kā nesaderīga ar iekšējo tirgu un tiktāl, ciktāl tā var iespaidot tirdzniecību starp dalībvalstīm."
- 89 17.04.2004. paziņojumā "Pamatnostādnes par [LESD 101. un 102. pantā] ietvertu jēdzienu ietekme uz tirdzniecību"⁵⁹ EK norāda, ka LESD 102. pants ir piemērojams tādiem uzņēmumu horizontālajiem un vertikālajiem nolīgumiem un darbībām, kas "var iespaidot tirdzniecību starp dalībvalstīm". No LESD 102. panta formulējuma un EST judikatūras izriet, ka ietekmi uz tirdzniecību nosaka, pamatojoties uz trim elementiem (kritērijiem): "tirdzniecība starp dalībvalstīm", "var iespaidot", "ievērojami"⁶⁰. Ietekmes uz tirdzniecību novērtējums balstās uz objektīviem faktoriem un subjektīvs nodoms no attiecīgo uzņēmumu puses (ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm) nav prasīts⁶¹.
- 90 Pirmkārt, ietekme uz tirdzniecību "starp dalībvalstīm" nozīmē, ka jābūt ietekmei uz pārrobežu saimniecisko darbību, kurā iesaistītas vismaz divas dalībvalstis. Vienlaikus ietekmes uz tirdzniecību kritērija piemērošana nav atkarīga no konkrēto ģeogrāfisko tirgu definīcijas. Tirdzniecība starp dalībvalstīm var būt ietekmēta gan valsts, gan reģionāla mēroga konkrētā tirgus gadījumā⁶². Lai noteiktu, ka konkrētajai darbībai ir ietekme uz tirdzniecību starp

⁵⁶ Padomes 16.12.2002. Regula (EK) Nr. 1/2003 par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti Līguma 81. un 82. pantā (turpmāk – Regula 1/2003).

⁵⁷ Regula 1/2003, 3.panta 1.punkts.

⁵⁸ Regula 1/2003, 5.pants: "*Dalībvalstu konkurences iestādēm ir pilnvaras piemērot Līguma 81. un 82. pantu atsevišķos gadījumos. Šim nolīkam tās pēc savas iniciatīvas vai uz sūdzības pamata var pieņemt lēmumus, ar kuru pieprasa izbeigt pārkāpumu, nosaka pagaidu pasākumus, pieņem saistības, uzliek soda naudas, periodiskus soda maksājumus vai jebkādu citu sodu, kas paredzēts to valstu tiesību aktos.*

Ja, pamatojoties uz konkurences iestāžu rīcībā esošo informāciju, netiek izpildīti aizlieguma nosacījumi, tās līdzīgi var lemt, ka rīcībai no to puses nav pamata."

⁵⁹ EK 08.10.2006. paziņojums "Pamatnostādnes par Līguma 81. un 82. pantā ietvertu jēdzienu "ietekme uz tirdzniecību" ES OV C 384/22 (turpmāk - Pamatnostādnes)

⁶⁰ Tulkojums no angļu valodas - "the concept of "trade between Member States", The notion of "may affect", and the concept of "appreciability".

⁶¹ Turpat, 25. punkts

⁶² Pamatnostādnes, 21. punkts.

dalībvalstīm, jāņem vērā sekas, ko rada ļaunprātīga rīcība attiecībā uz efektīvu konkurences struktūru iekšējā tirgū⁶³.

- 91 Otrkārt, atbilstoši EST praksei, nav nepieciešami pierādījumi tam, ka ļaunprātīga rīcība faktiski ir ietekmējusi tirdzniecību starp dalībvalstīm. Pietiek, ja ļaunprātīgā rīcība “spēj” radīt šādu ietekmi⁶⁴. Tādējādi, ņemot vērā objektīvu tiesisko vai faktisko apstākļu kopumu, jābūt iespējai ar pietiekamu varbūtības pakāpi paredzēt, ka nolīgums vai prakse var tieši vai netieši, faktiski vai potenciāli ietekmēt dalībvalstu savstarpējās tirdzniecības struktūru un apdraudēt dalībvalstu vienotā tirgus mērķa sasniegšanu⁶⁵.
- 92 Treškārt, tiek vērtēta uzņēmumu rīcības ietekme tirgū. Ievērojamības novērtējums ir atkarīgs no katra konkrētā gadījuma apstākļiem. Respektīvi, ietekme uz tirdzniecību starp dalībvalstīm nedrīkst būt nenoīmīga, un to galvenokārt novērtē, ņemot vērā uzņēmuma stāvokli konkrētajā tirgū⁶⁶. Jo spēcīgāks ir attiecīgo uzņēmumu stāvoklis tirgū, jo lielāka iespēja, ka nolīgumu vai praksi, kas spēj ietekmēt tirdzniecību starp dalībvalstīm, var atzīt par tādu, kas to ietekmē ievērojami⁶⁷. Vienlaikus no EK un EST prakses izriet, ka katras dalībvalsts teritorija *de facto* veido būtisku daļu no iekšējā tirgus, neatkarīgi to tās lieluma⁶⁸. Ja uzņēmums, kuram ir dominējošs stāvoklis visā kādas dalībvalsts teritorijā, savu stāvokli izmanto ļaunprātīgi un izslēdzoši, tirdzniecība starp dalībvalstīm parasti var tikt ietekmēta⁶⁹.

LESD 102. panta piemērošana attiecībā uz izslēdzošu rīcību

- 93 SIA “SS” rīcība, vēršoties pret ss.lv lietotājiem, vienlaikus rada konkurenta izslēgšanu (skatīt Lēmuma turpinājumu). SIA “SS” rīcība veicina to, ka tiešsaistes sludinājumu platformas lietotāji sludinājumus npublicē konkurējošās tiešsaistes sludinājumu platformās, tostarp tādās, kuras pārvalda uzņēmumi no citām ES dalībvalstīm. Minētais līdz ar to potenciāli ietekmē tirdzniecību starp dalībvalstīm, radot iekšējā tirgus nodalošu ietekmi.
- 94 Latvijā tiešsaistes sludinājumu platformu pakalpojumus piedāvā ne tikai Latvijas, bet arī ārvalstu uzņēmumi. Piemēram, SIA “City24”, kas pieder Lietuvā reģistrētai BCG grupai (Latvijā piedāvā nekustamo īpašumu sludinājumu platformu City24.lv), sniedz sludinājumu platformu pakalpojumus arī citās Baltijas valstīs. Balstoties uz KP saņemtajiem iesniegumiem un lietā iegūtajiem pierādījumiem, SIA “SS” rīcībai pret lietotu auto tirgotājiem un nekustamo īpašumu mākleriem ir disciplinējošs raksturs, kas mudina tos atturēties no sadarbības ar citām tiešsaistes sludinājumu platformām, konkrēti, ar pp.lv. Papildus norādāms, ka, ja dominējošs uzņēmums ar savu rīcību ir ieguvis tāda uzņēmuma reputāciju, kas praktizē izslēdzošas darbības pret konkurentiem, kuri mēģina iesaistīties tiešā konkurencē, citu dalībvalstu konkurenti, visticamāk, konkurēs ne tik agresīvi vai nevelēsies ienākt attiecīgajā Latvijas tirgū, un šajā gadījumā tirdzniecība var tikt ietekmēta pat tad, ja cietušais konkrētajā gadījumā nav no citas dalībvalsts⁷⁰.
- 95 Ņemot vērā SIA “SS” ievērojamo tirgus varu konkrētajā tirgū, uzņēmuma rīcība var ietekmēt jebkuru personu, kas Latvijā vēlas precī vai pakalpojumu pārdot ar ss.lv starpniecību. Līdz ar to arī fiziskām personām un uzņēmumiem no citām ES dalībvalstīm, lai iegādātos preces vai pakalpojumus, kas tiek izvietoti ss.lv, vai šādas preces vai pakalpojumus efektīvi pārdotu, ir

⁶³ VT 08.10.1996. spriedums T-24/93, *Compagnie maritime belge*, 203. punkts.

⁶⁴ EST 09.11.1983. spriedums C-322/81, *Michelin v Commission*, 104. punkts; VT 07.10.1999. spriedums T228/97 *Irish sugar*, 170. punkts.

⁶⁵ EST 21.01.1999. spriedums apvienotajās lietās C 215/96 un C-216/96 *Bagnasco v BNP and Others*, 47. punkts; EST 11.07.1985. spriedums C-42/84, *Remia BV and others v Commission*, 22. punkts.

⁶⁶ EST 28.04.1998. spriedums C-306/96 *Javico*, 17. punkts; VT 01.04.1993. spriedums T-65/89 *BPB Industries and British Gypsum*, 138. punkts.

⁶⁷ *Turpat*, 45. punkts.

⁶⁸ EK 04.11.1988. lēmums IV/32.318, *London European – Sabena*, 16. punkts.

⁶⁹ *Pamatnostādnes*, 93. punkts.

⁷⁰ EK 08.10.2006 EK paziņojums “Pamatnostādnes par Līguma 81. un 82. pantā ietverto jēdzienu “ietekme uz tirdzniecību”” ES OV C 384/22, 94.

jāizmanto SIA "SS" pakalpojumi.

- 96 Tiešsaistes sludinājumu platforma ss.lv darbojas interneta vidē un ir sasniedzama vismaz no jebkuras ES valsts. Līdz ar to personai no citas ES valsts, kas ar sludinājumu palīdzību vēlētos iegādāties, piemēram, Latvijā esošu nekustamo īpašumu vai lietotu transportlīdzekli, lielākais šādu preču klāsts būtu meklējams ss.lv. Arī personām, kas efektīvi vēlētos ar tiešsaistes sludinājumu platformas starpniecību pārdot savu preci, kas atrodas Latvijā, ss.lv būtu svarīgs kanāls potenciālo pircēju sasniegšanai. Minētais, KP ieskatā, īpaši attiecas uz ārvalstu uzņēmumiem, kas vēlētos uzsākt uzņēmējdarbību Latvijā, jo šādiem uzņēmumiem būtu nepieciešams sadarboties ar SIA "SS", lai sasniegtu potenciālos pircējus.
- 97 Kaut arī ss.lv nav pieejama, piemēram, angļu valodā, tehnoloģiju sniegtās iespējas ļauj lapu tulkot ar automātiskās tulkošanas palīdzību. Savukārt ss.com ir pieejama arī angļu valodā. Attiecīgi minētais paver iespēju ss.lv pakalpojumus izmantot, arī nepārzinot latviešu valodu. Attiecīgi ss.lv izmantošana nepieciešamības gadījumā ir iespējama arī ārvalstniekiem.
- 98 Turklāt, vērtējot ss.lv ievietoto sludinājumu saturu, KP secinājusi, ka tiešsaistes sludinājumu platforma tiek izmantota, lai reklamētu preces un pakalpojumus ārzemēs. Piemēram, ss.lv nekustamo īpašumu sadaļā ir iespējams apskatīties un ievietot sludinājumus saistībā ar ārzemēs esošiem īpašumiem. Savukārt transportlīdzekļu sludinājumu kategorijā sludinājumus iespējams filtrēt pēc atrašanās vietas, un attiecīgais izvēlņu katalogs ļauj atlasīt Lietuvā un Igaunijā esošus transportlīdzekļus. Arī darba sludinājumu kategorijā ir iespējams meklēt darbu ārzemēs, tostarp Lietuvā un Igaunijā. Minētais liecina, ka ss.lv pakalpojumus izmanto arī ārvalstu privātpersonas un uzņēmumi.
- 99 Vienlaikus, citas tiešsaistes ss.lv sludinājumu kategorijas, ar kuru palīdzību tiek pārdotas mazāk vērtīgas preces vai pakalpojumi, netiek plaši izmantotas no citu valstu uzņēmumu vai fizisku personu puses. Tomēr, ņemot vērā, ka ss.lv ir horizontāla tiešsaistes sludinājumu platforma, kas piedāvā dažādu kategoriju sludinājumus, fakts, ka mazāk vērtīgas kategorijas tieši neietekmē tirdzniecību starp dalībvalstīm, nav izšķiroši, lai secinātu, ka SIA "SS" spēj ietekmēt tirdzniecību starp ES dalībvalstīm.
- 100 Ievērojamas ietekmes pastāvēšanu izslēdzošas rīcības kontekstā apstiprina fakts, ka SIA "SS" darbība aptver visu Latviju, kurā uzņēmumam piemīt dominējošais stāvoklis (sk. Lēmuma sadaļu par SIA "SS" tirgus daļas lielumu, kurā atklāts, ka SIA "SS" tirgus daļa pēc ievietoto sludinājumu skaita pārsniedz 60%). Savukārt LESD 102. panta piemērošanā ir būtiski, ka tirgus dalībniekam piemīt dominējošais stāvoklis visā dalībvalsts teritorijā un tas tiek izmantots ļaunprātīgi. Tādā gadījumā attiecīgi prezumējams, ka tirdzniecība starp dalībvalstīm var tikt ietekmēta.
- 101 Ņemot vērā, ka SIA "SS" pieder būtisks tirdzniecības kanāls, proti, sludinājumu platforma ss.lv, kas nodrošina piekļuvi ļoti plašam lietotāju lokam (sludinājumu apskatītājiem un ievietotājiem), secināms, ka SIA "SS" var būtiski kavēt tirdzniecību ne tikai Latvijas, bet arī ES dalībvalstu līmenī. Līdz ar to SIA "SS" rīcība var ietekmēt citu dalībvalstu komersantu ienākšanu vai darbības paplašināšanu Latvijas teritorijā, un attiecīgi SIA "SS" rīcība ir jāvērtē atbilstoši LESD 102. pantam.
- 102 Tātad izslēdzoša rīcība potenciāli var ietekmēt tirdzniecību starp ES dalībvalstīm, kā arī tirgus dalībniekus, kas darbojas saistītajos tirgos, tostarp ES līmenī (piemēram, nekustamo īpašumu māklerus vai lietotu auto tirgotājus, kas savu darbību vēlas izvērst Latvijā), jo ss.lv ir būtisks kanāls potenciālo pircēju sasniegšanai vai ienākšanai tirgū.
- 103 **Ņemot to vērā, KP ieskatā, SIA "SS" izslēdzošajai rīcībai ir piemērojams LESD 102. pants.**

VII DOMINĒJOŠĀ STĀVOKĻA ĻAUNPRĀTĪGA IZMANTOŠANA

- 104 LESD 102. pants aizliedz dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu. Dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas jēdziens ir objektīvs jēdziens, kurš ietver dominējošā stāvoklī esoša tirgus dalībnieka rīcību, kas var ietekmēt brīvas konkurences procesu un struktūru tirgū, kurā tieši attiecīgā uzņēmuma klātbūtnes dēļ konkurence jau ir pavājinājusies, un kas, izmantojot

līdzekļus, kuri atšķiras no tiem, kas pastāv normālas preču un pakalpojumu konkurences apstākļos, kavē joprojām tirgū esošā konkurences līmeņa saglabāšanu vai konkurences palielināšanos⁷¹. Dominējoši uzņēmumi jo īpaši var kaitēt konkurentiem, izmantojot līdzekļus, kas atšķiras no tiem, kādi ir raksturīgi normālai konkurencei, tādējādi radot šķēršļus esošā konkurences līmeņa saglabāšanai tirgū vai šīs konkurences palielināšanai.⁷² Līdz ar to dominējošiem uzņēmumiem ir īpaša atbildība neveikt darbības, kas kaitē efektīvai konkurencei⁷³. No pārkāpuma konstatēšanas viedokļa ir pietiekami, ka dominējošo stāvokli baudošs tirgus dalībnieks izmanto savu stāvokli ar tādām metodēm, kuras tas brīvas konkurences apstākļos neizmantotu⁷⁴ un kuru izmantošanu raksturo objektīvā attaisnojuma trūkums.

- 105 LESD 102. panta b. punkts nosaka, ka dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošanas aizlieguma pārkāpums var izpausties kā preču ražošanas, tirgus vai tehnikas attīstības ierobežošana, kas kaitē patērētājiem.
- 106 Preču ražošanas vai realizācijas apjomu ierobežošana var izpausties kā dominējoša tirgus dalībnieka nepamatota vai pretlikumīga savu konkurentu izslēgšana no tirgus vai to darbības apgrūtināšana (*handicapping*). Preču ražošanas vai realizācijas apjomu ierobežošana konstatējama gadījumos, kad dominējošā stāvoklī esošā tirgus dalībnieka rīcības rezultātā tiek samazināts paša dominējošā tirgus dalībnieka sniegto pakalpojumu apjoms tirgū vai tā konkurentu sniegto pakalpojumu apjoms tirgū.⁷⁵
- 107 Konkurentu izslēgšana no tirgus vai to darbības tirgū apgrūtināšana, kas ir par sliktu patērētājiem, konstatējama gadījumos, kad dominējošā stāvoklī esošs tirgus dalībnieks savu tirgus pozīciju nodrošina ar līdzekļiem, kuri neatbilst normālos tirgus darbības apstākļos pieejamiem konkurences rīkiem. Šādas rīcības mērķis ir padarīt neizdevīgākus konkurentu sniegtos pakalpojumus, nevis pašam dominējošam tirgus dalībniekam uzlabot savus sniegtos pakalpojumus vai padarīt tos vairāk pieejamus.⁷⁶ Piedāvāt kvalitatīvākus vai lētākus pakalpojumus klientiem ir atļauts, tomēr sagādāt grūtības konkurentu darbībai tirgū citā veidā ir aizliegts.⁷⁷
- 108 Pienākums atturēties no šādas rīcības izriet no dominējošā stāvoklī esoša uzņēmuma īpašās atbildības noteikt un piemērot taisnīgus tirdzniecības noteikumus. Līdz ar to, lai konstatētu dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu, parasti nav jāpierāda, ka uzņēmumam bija nodoms kaitēt efektīvai konkurencei⁷⁸.
- 109 Dominējošā stāvokļa izslēdzoša, ļaunprātīga izmantošana, kas rada konkurentu izslēdzošu ietekmi ietver jebkādu šķēršļu faktisko vai potenciālo konkurentu spējai vai motivācijai īstenot konkurences spiedienu uz dominējošo uzņēmumu⁷⁹, piemēram, konkurentu pilnīga

⁷¹ Skat.: Administratīvās apgabaltiesas 29.06.2015. spriedums Nr. A43010514, *TTS*, 13. rindkopa (citēts EST 13.02.1979 spriedums C-85/76, 91. rindkopa; Vispārējās tiesas 30.09.2003. spriedums T-301/04, 54. rindkopa un Vispārējās tiesas 09.09.2009. spriedums T-301/04, 140. rindkopa).

⁷² EST 13.02.1979. spriedums *Hoffmann-La Roche / Komisija*, 85/76, 91. punkts; 17.02.2011. spriedums *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, 27. punkts; 19.04.2012. spriedums *Tomra u. c. / Komisija*, C-549/10, 17. punkts; 30.01.2020. spriedums *Generics (UK) u. c.*, C-307/18, 148. punkts; 25.03.2021. spriedums *Deutsche Telekom / Komisija*, lieta C-152/19 P, 41. un 42. punkts; 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale*, C-377/20, 44. un 68. punkts; 04.07.2023. spriedums *Meta Platforms u. c.* (Vispārīgie sociālā tīkla lietošanas noteikumi), C-252/21, 47. punkts; 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 131. punkts.

⁷³ EST 06.09.2017. spriedums *Intel/Komisija*, C-413/14 P, 135. punkts. Šīs konkrētās atbildības faktiskais apjoms ir jāvērtē, ņemot vērā katras lietas konkrētos apstākļus. Sk. EST 14.11.1996. spriedums *Tetra Pak/Komisija*, C-333/94 P, 24. punkts.

⁷⁴ Senāta 07.02.2011. spriedums *SKA-17/2011*, LVRTC, 15. punkts.

⁷⁵ EST 16.12.1975. spriedums *40/73 Suiker Unie*, 526. punkts; EST 23.04.1991. spriedums *C-41/90 Höfner*, 30. punkts; EST 11.12.1997. spriedums *C-55/96 Job Centre*, 31.–36. punkts; EST 08.06.2000. spriedums *C258/98 Carra*, 13. punkts.

⁷⁶ Sal. skat: O'Donoghue R. & Padilla J. *The Law and Economics of Article 102 TFEU*. ASV: Hart Publishing, 2013. 243. lpp.

⁷⁷ Turpat.

⁷⁸ EST 19.04.2012. spriedums *Tomra u.c./Komisija*, C-549/10 P, 21. punkts; EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale*, C-377/20, 60.–62. punkts; EST 19.01.2023. spriedums *Unilever Italia Mkt Operations*, C-680/20, 45. punkts; EST 10.11.2021. spriedums *Google un Alphabet/Komisija (Google Shopping)*, T-612/17, 254.–257. punkts; EST 01.07.2010. spriedums *AstraZeneca/Komisija*, T-321/05, 359. punkts.

⁷⁹ EST 06.12.2012. spriedums *AstraZeneca/Komisija*, C-457/10 P, 117. punkts.

izslēgšana vai izstumšana, šķēršļu palielināšana ieiešanai tirgū vai darbības paplašināšanai⁸⁰, faktiskas piekļuves tirgiem vai to daļām kavēšana vai likvidēšana⁸¹, vai ierobežojumu noteikšana konkurentu potenciālajai izaugsmei⁸².

- 110 KP saņemtie iesniegumi un Lietā iegūtie pierādījumi norāda uz dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu konkurentus izslēdzošas prakses veidā (skatīt Lēmuma 6. un 7. nodaļu).

6. SIA “SS” rīcības izslēdzošā ietekme - pierādījumu analīze

- 111 KP ieskatā, SIA “SS” īstenotā izslēdzošā rīcība izpaudās kā sludinājumu dzēšana vai lietotāju kontu bloķēšana, ja ss.lv lietotāji sadarbojās ar SIA “INBOKSS” pārvaldīto sludinājumu platformu pp.lv. Šāds rīcības iemesls bija atturēt ss.lv lietotājus no sadarbības ar pp.lv, lai attiecīgi kavētu pp.lv darbību tirgū. Šāda SIA “SS” rīcība ir kvalificējama kā dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana. KP secina, ka SIA “SS” izmantoja ss.lv lietotājus kā līdzekli konkurenta platformas pp.lv izslēgšanas nolūkos. Pierādījumi, kuri apliecina SIA “SS” izslēdzošas rīcības praksi ir pievienoti šim Lēmumam kā 1.–11. pielikums.

10.03.2020. elektroniskā pasta sarakste

- 112 10.03.2020. plkst. 16.37 SIA “SS” līdzīpašnieks [BA] nosūta e-pastu SIA “SS” valdes loceklim [AA] un citam SIA “SS” darbiniekam bez nosaukuma ar tekstu “*pp ir palaists*” (KP tulkojums, sk. 1. pielikumu). Attiecīgais e-pasts, KP vērtējumā, liecina, ka SIA “SS” ir sekojis un monitorējis konkurējošas platformas uzsākšanas brīdi tirgū. Lai gan konkurenta monitorēšana vai novērošana pati par sevi nav aizliegta, tomēr turpmākā Lēmumā norādītā e-pastu sarakste, tostarp 07.05.2020. e-pasts un SIA “SS” rīcības konteksts norāda uz to, ka SIA “SS” konkurenta monitorēšana ir bijusi ar nolūku ierobežot un kavēt konkurenta darbību tirgū.

07.05.2020. elektroniskā pasta sarakste un no tās izrietošie pierādījumi

- 113 07.05.2020. plkst. 13.13 [AA] nosūta e-pastu SIA “SS” līdzīpašniekam [BA] ar nosaukumu *mozesh otklritj?* (vai vari atvērt? – KP tulkojums), e-pasta tekstā uzskaitot auto dīlerus - *Forum Auto, Verte Auto, vse Moller Grupa (VW i Audi) (visa Moller Grupa (VW un Audi) - KP tulkojums), Amserv Krasta, Amserv Motors, Adam Auto, Skandi Motors, Autolaukums.lv, RVAuto, Musa Motors*.
- 114 07.05.2020. plkst. 14.51 [BA] atbild [AA] *mozem (varam – KP tulkojums, sk. 2. pielikumu)*.
- 115 KP norāda, ka e-pasta sarakstē atsevišķi minētie uzņēmumi, proti, SIA “FORUM AUTO”, SIA “Mūsa Motors Rīga”, SIA “ADAM AUTO” ir apstiprinājuši 05.02.2021. SIA “INBOKSS” iesniegumā pausto informāciju, ka uzņēmumu konti ir nepamatoti bloķēti un sludinājumi no SIA “SS” puses ir dzēsti saistībā ar to, ka viņi 2020. gada martā un aprīlī bija vienlaicīgi ievietojuši auto sludinājumus ne tikai ss.lv, bet arī konkurējošā platformā pp.lv.
- 116 Norādāms, ka SIA “INBOKSS” 05.02.2021. iesniegumam ir pievienojis SIA “FORUM AUTO” iesniegumu, kurā izskaidro, ka 09.03.2020. uzņēmumam SIA “FORUM AUTO” tika izveidots konts un izvietoti sludinājumi portālā pp.lv, kuri paralēli bija pieejami arī ss.lv portālā. Analogiskie sludinājumi, kas tika izvietoti arī ss.lv portālā tika dzēsti 13.03.2020., tātad 2 dienas pēc sludinājumu izvietojuma portālā pp.lv.
- 117 SIA “INBOKSS” 05.02.2021. iesniegumam ir pievienots 27.04.2020. SIA “Mūsa Motors Rīga” iesniegumu, kurā izskaidro, ka uzņēmumam SIA “Mūsa Motors Rīga” 20.04.2020. tika izveidots konts un izvietoti visi uzņēmuma sludinājumi portālā pp.lv, kuri paralēli publicēti arī

⁸⁰ EST 06.12.2012. spriedums *AstraZeneca/Komisija*, C-457/10 P, 154. punkts.

⁸¹ EST 14.09.2022. spriedums *Google un Alphabet / Komisija (Google Android)*, lieta T-604/18, 281. punkts.

⁸² EST 08.10.1996. spriedums *Compagnie maritime belge transports un Compagnie maritime belge, Dafra-Lines, Deutsche Afrika-Linien un Nedlloyd Lijnen / Komisija*, apvienotās lietas T-24/93, T-25/93, T-26/93 un T-28/93, 149. punkts; 04.07.2023. spriedums *Meta Platforms u. c. (Vispārīgie sociālā tīkla lietošanas noteikumi)*, C-252/21, 47. punkts; 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, lieta C-333/21, 131. punkts.

- ss.lv portālā. Visi analogiskie SIA "Mūsa Motors Rīga" sludinājumi, kas tika izvietoti ss.lv portālā, tika dzēsti bez brīdinājuma, kā arī uzņēmuma reģistrētais lietotāja konts bija bloķēts.
- 118 SIA "INBOKSS" 05.02.2021. iesniegumam ir pievienojis 27.04.2020. SIA "ADAM AUTO" iesniegumu, kurā izskaidro, ka 2020. gada aprīlī uzņēmumam SIA "ADAM AUTO" tika izveidots konts un izvietoti visi uzņēmuma sludinājumi portālā pp.lv, kuri paralēli publicēti arī ss.lv portālā. Visi analogiskie SIA "ADAM AUTO" sludinājumi, kas tika izvietoti ss.lv portālā, tika dzēsti.
- 119 Novērtējot auto tirdzniecības uzņēmumu iesniegumos sniegtos paskaidrojumus par 2020. gada martā un aprīlī to sludinājumu dzēšanu un lietotāju kontu bloķēšanu, kā arī SIA "SS" īpašnieku 07.05.2020. elektroniskā pasta saraksti par lietotāju kontu atvēršanu vairākiem auto tirdzniecības uzņēmumiem, KP konstatē cēloņsakarību. Proti, attiecīgo auto tirdzniecības uzņēmumu sludinājumi platformā ss.lv tika dzēsti un to lietotāja konti bloķēti tādēļ, ka šo auto tirdzniecības uzņēmumu sludinājumi vienlaikus bija izvietoti arī portālā pp.lv.

31.08.2020.-02.09.2020. elektroniskā pasta sarakste

- 120 31.08.2020. plkst. 08.53 fiziskā persona [FA] no uzņēmuma (*) nosūta e-pastu ss.lv administrācijai, izmantojot publiski pieejamo e-pastu administrlv389@sludinajumi.lv, kā arī adresējot to [AA]. E-pastā tekstā norādīts, ka *"Lietotājam (*) pazuduši visi sludinājumi un savā kontā arī nevaram ieiet, saka, ka nepareiza parole. Atjaunot paroli arī nevar"*.
- 121 02.09.2020. plkst. 7.36 [AA] e-pastu pārsūta portāla administratorai [EA].
- 122 02.09.2020. plkst. 10.04 [EA] atbild [AA], ka *"bloķēts ar (*) [BA] lēmumu, jo tika publicēti sludinājumi pp.lv. Tā ir profilaktiska bloķēšana, lai parādītu konkurenta nenozīmīgumu. Līdzekļu atmaksa tiks veikta pēc 11.09"*. (KP tulkojums, sk. 3. pielikumu).
- 123 KP ieskatā, minētais apstiprina iepriekš pausto apgalvojumu par ss.lv lietotāju bloķēšanu sadarbības ar pp.lv dēļ. Turpmākie Lēmumā atspoguļotie pierādījumi liecina, ka SIA "SS" ierobežoja piekļuvi vismaz trīs nekustamo īpašumu aģentūrām (to darbiniekiem) tādēļ, ka tie ievietoja sludinājumus arī pp.lv.

11.09.2020. elektroniskā pasta sarakste

- 124 [HA] 11.09.2020. plkst. 12.32 nosūta e-pastu [JE], kurā skaidro: *"(..) Vispār mēs pēc (*) [BA] rīkojuma paveicām plašu amnestijas kampaņu sakarā ar konkurenta pp.lv aktivizāciju, tāpēc turpmāk strīdīties ar sūdzētājiem būs vieglāk"*. (sk. 4. pielikumu). Grāmatvede (*) [JE] 11.09.2020. plkst. 12.33 nosūta e-pastu SIA "SS" programmētājam (*) [HA] ar tekstu: *"Labu darbu esat veikuši!:"*. Proti, šāda [JE] reakcija e-pastā par laba darba veikšanu ir bijusi kā atbildes reakcija uz [HA] 11.09.2020. plkst. 12.32 nosūtīto e-pastu [JE].
- 125 Ievērojot 11.09.2020. e-pastā starp SIA "SS" darbiniekiem apspriesto, KP secina, ka viens no SIA "SS" īpašniekiem saviem darbiniekiem ir devis rīkojumu veikt plašu amnestijas kampaņu saistībā ar konkurentu pp.lv un šī konkurējošā portāla darbības tirgū uzsākšanu. Attiecīgais e-pasta teksts KP vērtējumā nozīmē, ka saistībā ar pp.lv darbības uzsākšanu, SIA "SS" pret platformas lietotājiem bija veicis to darbības ierobežošanu, bet [BA] ir devis rīkojumu veikt plašu amnestijas kampaņu tiem platformas ss.lv lietotājiem, pārtraucot lietotāju darbības ierobežošanu (proti, tos atbloķējot) saistībā ar vienlaicīgu sludinājumu ievietošanu pp.lv.

Izvilumi no 20.09.2020. elektroniskā pasta sarakstes

- 126 20.09.2020. plkst. 22.36 SIA "SS" administrators (*) [IA] nosūta [AA] e-pastu ar nosaukumu *Uzdotsais jautājums*. KP konstatē, ka e-pasta teksts pirmšķietami atspoguļo darbinieka veikto tirgus analīzi par ss.lv pozīciju tirgū un tā konkurentiem, kā arī satur ieteikumus ss.lv darbības uzlabošanai. Turpmāk tekstā ietverti izvilumi no minētā e-pasta, kas, KP ieskatā, pierāda, ka SIA "SS" uzskata pp.lv par konkurentu, kā arī to, ka SIA "SS" ir veicis pp.lv monitorēšanu (sk. 5. pielikumu).
- 127 *"Nedaudz par lielāko konkuren-tu, manā skatījumā pp.lv, jo viņiem papildus visam ir milzīga klientu datubāze, no e-pasta servisa pakalpojuma, un to liekot lietā ir iespēja piesaistīt lielu*

daudzumu potenciālu klientu. Ja viņi sāks aktīvi ieguldīt reklāmā un visās malās būs informācija par pp.lv tas sagādās mums problēmas. (*) [BA] jau ir atradis risinājumu ar lielajiem klientiem, kā nepieļaut to aizplūšanu. Taču ir arī privātais segments, mazie un vidējie uzņēmēji, kuri var krist kārdinājumā un tos visus izkontrolēt mēs esam bezspēcīgi. Par labu nedaudz nāk pp.lv palaišana beta versijā un pagaidām neagresīvs mārketingš, taču tas var mainīties". KP ieskatā, minētais norāda, ka (*) [BA] ir radis risinājumu, lai ierobežotu lielo klientu aizplūšanu no ss.lv pie pp.lv (ar šo jāsaprot, ka saistībā ar jaunas platformas pp.lv ienākšanu tirgū, ss.lv platformas lietotājiem bija vēlme paralēli izmantot pp.lv platformu). Nemot vērā iepriekš atspoguļotās elektroniskā pasta sarakstes, pirmšķietami klientu aizplūšana tika ierobežota veicot disciplinējošas darbības, proti, ierobežojot lietotāju piekļuvi ss.lv, ja tie sadarbojas ar pp.lv.

- 128 SIA "SS" uzskata pp.lv par savu konkurentu: *"pp.lv veidojot savu portālu, acīmredzami, par paraugu ir ņēmis ss.lv un tā visas labākās īpašības. Taču viņi ir gājuši tālāk pasniedzot savu portālu mūsdienīgā dizainā un plašām lietotāja iespējām. Viņi ir izpildījuši mājas darbu un veikuši izpēti dodot un izceļot lietotājam tās iespējas, kas nav vispār un varbūt nav izceltas pietiekami iekš ss.lv, piemēram, sludinājuma labošana pēc tā publikācijas. Lietderīgums diskutējams, taču laba iespēja parādīt ka viņiem ir, bet mums nē. Plašākas filtra iespējas, ko daudzums vēlas, taču tas upurē ātrdarbību un liela daudzumu informācijas no lietotāja sludinājuma publicēšanas brīdī. Jāatzīst ka pp.lv ir labi pastrādājis pie kategorijām, izmantojot ne tikai tekstu, bet arī pie katras sadaļas grafisku attēlu, kas apzīmē sadaļas saturu. Tas ļauj lietotājiem vieglāk uztvert un orientēties portālā sadaļās. Kopumā no mana skatu punkta pp.lv ir viegli uztverams un pārredzams no lietotāja puses. Grūti saprast kāpēc pp.lv velk gumiju ar beta versiju un vai viņiem ir vēl kas padomā, bet pagaidām bezmaksas siers daudziem iet pie sirds"*.
- 129 Turpmāk e-pasta tekstā norādīts, kā ss.lv funkcionalitāte varētu tikt uzlabota (piemēram, ieviešot jaunas filtrēšanas vai meklēšanas funkcionalitātes), tostarp ieviešot atsevišķas pp.lv funkcionalitātes.
- 130 [IA] norāda: *"Protams manas rūpes par parastajiem lietotājiem var būt pārlietu lielas un portāls ir būvēts vairāk uz lielajiem spēlētājiem, taču norādu ja nebūs kam pirkt viņu preci var sākties šaubas par sludinājumu lietderību. Protams šāds scenārijs ir mazticams tuvākos gadus, taču ir vērts aizdomāties"*.
- 131 Minētais, KP ieskatā, norāda uz "lielo uzņēmumu" būtisko nozīmi ss.lv darbībai, kas, KP ieskatā, nozīmē, ka tieši lielākas komercsabiedrības var sniegt lielāku ieguvu vai labumu ss.lv darbībai. Tas ir iemesls, kāpēc SIA "SS" viens no līdzīpašniekiem ir meklējis risinājumus, kā nepieļaut tieši lielo klientu aizplūšanu prom no ss.lv. Lielo klientu aizplūšana var veicināt ss.lv konkurētspējas mazināšanos. Minētais par lielo klientu noturēšanu un aizplūšanas nepieļaušanu atspoguļojas gan iepriekšējās, gan turpmākajās e-pastu sarakstēs saistībā ar lieliem auto tirdzniecības uzņēmumiem un nekustamo īpašumu komercsabiedrībām par sludinājumu dzēšanu no ss.lv un lietotāju kontu bloķēšanu tādēļ, ka auto tirdzniecības uzņēmumi un nekustamo īpašumu komercsabiedrības sludinājumus bija izvietojusi paralēli arī portālā pp.lv.

02.10.2020. elektroniskā pasta sarakste

- 132 Nekustamo īpašumu aģentūras SIA "Codo Real" pārstāvis (*) [CA] 02.10.2020. plkst. 11.22 nosūta e-pastu ar nosaukumu *SS.com konts pazudis* fiziskai personai (*) [DA], informējot, ka viņa *"konts ss.lv ir bloķēts, jo ir nepareiza parole un paroli nekā nav iespējams nomainīt"*. [CA] arī norāda, ka ss.lv *"nevar atrast nevienu savu sludinājumu, [CA] nav saņēmis e-pastu par izdarīto pārkāpumu"*, kā arī informē [DA], ka *"ss.lv katru mēnesi reklāmās iztērē ap 700 euro"*.
- 133 [DA] 02.10.2020. plkst. 11.39 šo e-pastu pārsūta [AA], lūdzot *"uzmest aci"*.
- 134 02.10.2020. plkst. 1.13 [AA] pārsūta e-pastu ss.lv administratorai [EA] bez papildu teksta.
- 135 02.10.2020. plkst. 13.57 [EA] atbild [AA], paskaidrojot, ka *"(*) [BA] ir bloķējis kontu pp.lv dēļ un tā ir profilaktiska bloķēšana, lai viņiem parādītu konkurenta nenozīmīgumu"*. [EA] arī informē, ka *"līdzekļu atmaksa tiks veikta pēc 8. oktobra"*. (KP tulkojums, sk. 6. pielikumu).
- 136 KP ieskatā, minētā sarakste norāda, ka piekļuve nekustamo īpašumu aģentūrai ir ierobežota

nevis objektīvu apsvērumu dēļ (piemēram, jo lietotājs būtu izdarījis ss.lv lietošanas noteikumu pārkāpumu), bet tādēļ, ka lietotājs ir izmantojis konkurenta pakalpojumus, t. i., SIA “INBOKSS” piederošo sludinājumu platformu pp.lv.

Izvilks no 05.10.2020. elektroniskā pasta sarakstes

- 137 05.10.2020. plkst. 15.23 [BA] nosūtīja e-pastu [AA] ar Nosaukumu Re: ot (*) [IA] - Uzdotsais jautājums. E-pastā teikts: “(..) 2 Domāju, ka PP mums vēl sagādās problēmas, jo viņi ir izvēlējušies ļoti pareizu nelielu soļu taktiku un agrāk vai vēlāk viņi novērsīs visas problēmas, iegūs pieredzi un, protams, kādā brīdī sāks reklāmas kampaņu. Mums ir tikai viena izeja — maksimāli veicināt Inbox alternatīvu popularizēšanu”. (sk. 7. pielikumu).
- 138 KP vērtējumā, minētā sarakste vēlreiz apliecina, ka SIA “SS” vadība pp.lv platformu uzskata par potenciāli svarīgu konkurentu.

09.10.2020. elektroniskā pasta sarakste

- 139 09.10.2020. plkst. 2.52 [AA] nosūta e-pastu [EA] ar nosaukumu *Codo Real?* bez papildu teksta.
- 140 09.10.2020. plkst. 15.18 [EA] atbild [AA], paskaidrojot, ka “*piekļuvi 01.10. slēdza (*) [BA]. Norādītais iemesls pp.lv. 08.10 izsniegta atmaksa - 230,54 €*”. (KP tulkojums, sk. 8. pielikumu).
- 141 KP ieskatā, minētā sarakste liecina, ka SIA “Codo Real” piekļuve slēgta paralēlas sludinājuma izvietojuma arī pp.lv dēļ. Turklāt piekļuve ss.lv kontam nebija atjaunota arī nedēļu pēc tam, kad uzņēmums SIA “SS” nosūtīja ziņu, kurā tas pauž neizpratni par konta bloķēšanas un sludinājumu dzēšanas iemesliem.

02.11.2020. elektroniskā pasta sarakste

- 142 02.11.2020. plkst. 4.31 [AA] nosūta e-pastu [EA] ar nosaukumu *a cto s cityreal ? (kas ar cityreal? – KP tulkojums)* bez papildu teksta.
- 143 02.11.2020. plkst. 16.44 [EA] atbild [AA], paskaidrojot, ka “*bloķēts pp.lv dēļ, atgriešana veikta 28.10.*” (KP tulkojums, sk. 9. pielikumu).
- 144 KP ieskatā, minētā sarakste norāda, ka piekļuve nekustamo īpašumu aģentūrai ir ierobežota nevis objektīvu apsvērumu dēļ (piemēram, jo lietotājs būtu izdarījis ss.lv lietošanas noteikumu pārkāpumu), bet tādēļ, ka lietotājs ir izmantojis konkurenta pp.lv pakalpojumus.

15.04.2021. elektroniskā pasta sarakste

- 145 15.04.2021. plkst. 22.13 SIA “SS” sludinājumu platformas administrators [IA] nosūta e-pastu SIA “SS” īpašniekiem [BA], (*) (bijušais SIA “SS” darbinieks) [JA], cc: [AA] ar nosaukumu *pp.lv televīzijā* (KP tulkojums) ar tekstu: “*Labvakar, Sakarā ar pp.lv agresīvo reklāmu televīzijā, kas nomelno mūs, uzskatu, ka pieprasījums uz divām e-pasta adresēm būtu jāatceļ. Lai šīs reklāmas kampaņas laikā lietotāji, kuri uzskata inbox.lv par savu galveno e-pasta adresi, nesāktu domāt, ka sludinājumi tiek dzēsti bez iemesla. Jo paziņojums par pārkāpumu tiek nosūtīts tikai uz e-pastu, kas norādīts sludinājumā. Tā vietā, lai atzīmētu, ka inbox.lv tiks publicēts, atklāti parādiet informāciju par šo faktu un netraucējiet lietotājiem to izmantot publicēšanai. Turklāt apsveriet iespēju atkārtoti publicēt bezmaksas sludinājumus, ja tie tika dzēsti pārkāpuma dēļ — dodiet otro iespēju. Taču šiem lietotājiem pirms atkārtotas publicēšanas ss.lv lapā jāparāda brīdinājums par nepieciešamību atkārtoti izlasīt noteikumus. Gadījumā, ja atkārtoti tiek pārkāpti noteikumi, bezmaksas sludinājumu publicēšana tiks uz laiku liegta. Paziņojumiem par pārkāpumiem sludinājumos vajadzētu ietvert instrukcijas, kā tos rediģēt, kur doties vai saiti rediģēšanai. Iespējams, šie ir impulsīvi priekšlikumi, bet šī reklāma mums nenāk par labu*”. (KP tulkojums, sk. 10. pielikumu).
- 146 KP ieskatā, minētais liecina, ka personām, kas sludinājumu publicēšanai izmantoja e-pastu, kas pieder SIA “SS” konkurentam SIA “INBOKSS” (www.inbox.lv), tika traucēta piekļuve ss.lv pakalpojumam. Proti, ja lietotāja e-pasts bija reģistrēts www.inbox.lv, tika traucēta tā izmantošana sludinājumu publicēšanai ss.lv. Minētā kontekstā norādāms, ka SIA “INBOKSS” 04.04.2022. iesniegumā KP citstarp bija norādījis, ka tas, ka SIA „INBOKSS” strādā pie sava

sludinājumu platformas izveides, nebija noslēpums. Neilgu laiku pirms portāla pp.lv darbības uzsākšanas, ja lietotājs vēlējās ievietot sludinājumu portālā ss.lv un norādīja savu e-pasta adresi vārds/nosaukums@inbox.lv, tad sludinājuma reģistrācija nebija iespējama, ja netika norādīts arī cita servera e-pasts. Prasība norādīt alternatīvu e-pasta kastīti netika izvirzīta, ja lietotājs sākotnēji norāda e-pasta kastīti, kas nav vārds/nosaukums@inbox.lv. Rezultātā, ja inbox.lv lietotājs vēlas ievietot Latvijas auditorijai adresētu sludinājumu SIA "SS" piederošā portālā ss.com/ss.lv, tad personai nepieciešams papildus izveidot arī citu e-pasta adresi, kas nav saistīta ar inbox.lv, piemēram, gmail.com vai citu, kas rada lietotājiem papildu neērtības. SIA „INBOKSS” ieskatā, SIA "SS" izmanto savu dominējošo stāvokli un ar to saistīto iespēju izšķiroši ietekmēt sludinājumu izvietošanas apstākļus konkrētajā tirgū un ievērojami apgrūtina jaunu tirgus dalībnieku iekļūšanu šajā sludinājumu tirgū, kas liecina par negodprātīgu konkurences ierobežošanu.

- 147 Tādējādi, KP vērtējumā, SIA "SS" rīcība, vērsoties pret ss.lv lietotājiem, vienlaikus rada konkurenta izslēgšanu, diskriminējot lietotājus atkarībā no tā, ar kādu e-pastu tie bija reģistrējušies un ievietojuši sludinājumu platformā ss.lv. Ja sludinājuma ievietošanai tika izmantots inbox.lv e-pasts, tad šādu lietotāju sludinājumu publicēšana varēja būt ierobežota. KP ieskatā, arī šādi nosacījumi bija vērsti uz pp.lv darbības tirgū kavēšanu, radot konkurentu izslēdzošu ietekmi.

26.05.2021.-27.05.2021. elektroniskā pasta sarakste

- 148 26.05.2021. plkst. 9.43 [AA] nosūta e-pastu [EA] ar nosaukumu *posmotrish (paskatīties – KP tulkojums)*, ar tekstu *“vai tur jau sakārtoja – nav jāpārskaita nekas atpakaļ. Tu to redzi administrācijas sistēmā, un (*) [UI] arī?”*. (KP tulkojums, sk. 11. pielikumu).
- 149 26.05.2021. plkst. 12.30 [AA] nosūta e-pastu [EA], kurā norādīti AS Wess, AS WESS Select, SIA Inchape Motors Latvia bankas kontu numuri.
- 150 26.05.2021. plkst. 12.49 [EA] atbild [AA], paskaidrojot, ka *“slēgti ar (*) [BA] lēmumu. Iemesls nav norādīts. Rīt visiem tiks veikta naudas atgriešana”*. (KP tulkojums, sk. 11. pielikumu).
- 151 27.05.2021. plkst. 10.31 [EA] nosūta e-pastu [AA] norādot, *“ka atmaksa tika atcelta tikai diviem uzņēmumiem - AS Wess, AS WESS Select un SIA Inchape Motors Latvia joprojām ir atmaksu sarakstā”*. (KP tulkojums, sk. 11. pielikumu). Turpmāk e-pasta tekstā [EA] norāda atmaksas atlikuma summas un datumus SIA Inchape Motors Latvia.
- 152 27.05.2021. plkst. 10.54 [AA] atbilde [EA] ar jautājumu *“a cto s inchape? (kas notiek ar inchape?”*. - KP tulkojums).
- 153 27.05.2021. plkst. 11.04 [EA] atbild [AA], ka *“(*) [BA] nav norādījis iemeslu, taču no lietotāja atsūtītajām vēstulēm ir skaidrs, ka tas noticis pp.lv reklāmas dēļ”*. (KP tulkojums, sk. 11. pielikumu).
- 154 27.05.2021. plkst. 17.15 [BA] nosūta e-pasta vēstuli [AA] saistībā ar SIA “Inchape Motors Latvia”, kurā norāda, ka *“viņiem naudu atgriezīs, domāju, ka pēc kādiem trim mēnešiem varēs atkal atvērt”*. (sk. 11. pielikumu).
- 155 KP ieskatā, minētā sarakste, pirmkārt, liecina, ka ss.lv lietotāju (lietotu auto tirgotāju) konti tika bloķēti sadarbības ar pp.lv dēļ. Otrkārt, no sarakstes izriet, ka SIA “SS” īstenotās pret konkurenci vērstās darbības attiecībā uz uzņēmumu SIA “Inchape Motors Latvia” ilga vismaz trīs mēnešus. Šādu secinājumu KP izdara, jo SIA “INBOKSS” 03.09.2021. iesniegumā, kurš saņemts 16.09.2021., bija norādījis, ka SIA “INBOKSS” no saviem klientiem AS “WESS Select” un SIA “Inchape Motors Latvia” ir saņēmusi informāciju, ka SIA “SS” atsaka tiem sniegt sludinājumu izvietošanas pakalpojumu, pārtrauc līguma attiecības ar klientiem un atsakās tās uzsākt, ja SIA “SS” konstatē, ka klients ir izvietojis sludinājumus arī sludinājumu portālā pp.lv. Minētais galvenokārt izpaužas kā klienta sludinājumu dzēšana un pieejas bloķēšana klienta profilam, no kura var izvietot sludinājumus ss.lv. Par šādām situācijām SIA “INBOKSS” bija informējusi biedrība “Auto Asociācija”, ņemot vērā, ka SIA “SS” rīcība bija skārusi divus asociācijas biedrus: AS “WESS Select” un SIA “Inchape Motors Latvia”.

SIA “Forum auto”, SIA “Mūsa Motors Rīga” un SIA “ADAM AUTO” iesniegumi

- 156 SIA “Forum auto” iesniegums (2. pielikums pie SIA “INBOKSS” 05.02.2021. iesnieguma), SIA “Mūsa Motors Rīga” iesniegums (3. pielikums pie SIA “INBOKSS” 05.02.2021. iesnieguma), arī SIA “ADAM AUTO” iesniegums (5. pielikums pie SIA “INBOKSS” 05.02.2021. iesnieguma), kuros SIA “Forum auto”, SIA “Mūsa Motors Rīga” un SIA “ADAM AUTO” konstatējuši ievietoto sludinājumu dzēšanu paralēlas sludinājumu ievietošanas platformā pp.lv dēļ un KP inspekcijās iegūtās elektroniskā pasta sarakstes 07.05.2020., 31.08.2020.-02.09.2020., 11.09.2020., 02.10.2020., 09.10.2020., 02.11.2020., 26.05.2021.-27.05.2021. norāda, ka SIA “SS” lietotāju piekļuvi ss.lv pakalpojumam ierobežoja nevis objektīvu apsvērumu dēļ (piemēram, Platformas sludinājumu servisa lietošanas noteikumu pārkāpums), bet tāpēc, ka tie sadarbojās ar konkurentu platformu pp.lv. Šāda rīcība ne tikai ierobežo konkurenta darbību tirgū, bet arī ierobežo platformas lietotāju brīvību izvēlēties pakalpojuma sniedzēju, piemēram, konkurējošu pakalpojumu, kas cenas vai kvalitātes ziņā piedāvā augstvērtīgāku pakalpojumu. Šī rīcība, KP ieskatā, izmantojot lietotājus, ar mērķi tos disciplinēt, lai tādējādi tie izmantotu tikai SIA “SS” sniegtos pakalpojumus, vērsta uz konkurējošās platformas izslēgšanu. Proti, lietotājiem, kas sludinājumus konkurējošā platformā neievietoja, piekļuve ss.lv netika ierobežota, kamēr lietotājiem, kas ar pp.lv sadarbojās, tika ierobežota piekļuve ss.lv kontam un to sludinājumi tika dzēsti.

7. Izslēdzošās rīcības juridiskais novērtējums

- 157 Ņemot vērā SIA “SS” dominējošo stāvokli, ss.lv platforma Latvijas mērogā ir nozīmīga lietotu preču pārdošanas kontekstā. Proti, SIA “SS” ir būtisks darījumu partneris personām (gan fiziskām, gan juridiskām), kas vēlas pārdot savu preci. To apstiprina arī fakts, ka ss.lv lietotāji, pamatojoties uz elektroniskā pasta sarakstēm, ir proaktīvi vērsušies pie SIA “SS” administratoriem un arī tieši pie valdes locekļa [AA], lai piekļuve ss.lv tiktu atjaunota (sk., piemēram, 02.10.2020. un 31.08.2020.-02.09.2020.). Vienlaikus, atbildot uz KP jautājumu procesuālo darbību laikā, vai praksē var gadīties situācijas, kur sludinājums tiek dzēsts un ss.lv lietotājs nesaņem šādas darbības pamatojumu, [AA] norāda, ka tā nevajadzētu būt, tomēr ir jāapskata konkrēti gadījumi. Lai arī [AA], balstoties uz iepriekš analizētajām sarakstēm, zināja par lietotāju kontu bloķēšanas gadījumiem, ja tie sadarbojās ar SIA “SS” konkurentu, sarunas laikā [AA] noliedza, ka sludinājumi varētu tikt dzēsti, ņemot vērā, ka lietotājs tos ievieto konkurenta platformā⁸³. Lai gan [EA] e-pasta sarakstes ar [AA] atklāja, ka personas apzinās, ka ss.lv lietotāju konti ir bloķēti sadarbības ar pp.lv dēļ, arī [EA] noliedz, ka administratori dzēstu sludinājumus vai bloķētu lietotāju kontus, ja tas ievietotu sludinājumus arī konkurenta platformā⁸⁴.
- 158 Ierobežojot sludinājumu ievietotāju piekļuvi ss.lv, nepamatoti bloķējot lietotāju kontus, tiek ierobežotas to spējas sasniegt potenciālos pircējus. KP ieskatā, minētais īpaši kaitīgi ietekmē uzņēmējus (sludinājumu ievietotājus), kuri ar ss.lv starpniecību vēlas sasniegt potenciālos pircējus. Ierobežojot tādu lietotāju piekļuvi ss.lv, kas izmanto konkurenta pakalpojumus, tiek mākslīgi samazināts ss.lv pieejamais saturs (sludinājumu apjoms), kaitējot arī pretējai platformas lietotāju grupai – sludinājumu apskatītājiem. Tas attiecīgi rezultējas samazinātā pakalpojuma kvalitātē (t. i., mazāka sludinājumu izvēle). Šādu analīzi apstiprina arī EST, norādot, ka, lai konstatētu, ka dominējošā stāvoklī esoša uzņēmuma rīcība novirzās no konkurences uz snieguma pamata (*competition on the merits*), nozīme ir dažādu faktoru izvērtējumam, piemēram, vai dominējošā uzņēmuma rīcība ietekmē konkurences parametrus, piemēram, cenu, izvēli, kvalitāti vai inovāciju⁸⁵, un rīcība ietver vai pieļauj neobjektīvu vai diskriminējošu attieksmi, kas dod priekšroku pašam uzņēmumam salīdzinājumā ar tā

⁸³ Saruna ar [AA], 22.10.2024., 36:13-36:52, 37:33-37:52

⁸⁴ Saruna ar [EA], 22.10.2024., 01:16:47-01:18:09

⁸⁵ EST 04.07.2023. spriedums *Meta Platforms*, lietā Nr. C-252/21, 47. un 51. punkts

konkurentiem⁸⁶.

- 159 SIA “SS” izslēdzošā rīcība pret platformas lietotājiem, balstoties uz to, vai konkrētais lietotājs sadarbojas vai nesadarbojas ar uzņēmuma konkurentu, kropļo konkurenci lejupējā tirgū (piemēram, nekustamo īpašumu tirgū), ņemot vērā, ka lietotāji, kuri papildus ss.lv izmantoja konkurenta pp.lv pakalpojumus, tika nepamatoti bloķēti, kamēr tie, kas ar konkurentu nesadarbojās, varēja turpināt savas preces piedāvāt ss.lv. Tādējādi SIA “SS” rīcība pakārtoti ierobežoja ss.lv lietotāju piekļuvi potenciālajiem pircējiem, ja, piemēram, nekustamo īpašumu aģenti vai transportlīdzekļu pārdevēji savas preces piedāvāja arī konkurējošā sludinājumu platformā.
- 160 Savukārt 15.04.2021. elektroniskā pasta sarakste starp ss.lv administratoru [IA] un SIA “SS” īpašnieku norāda, ka [IA] ir aicinājis netraucēt tādu lietotāju piekļuvi ss.lv, kuri ir reģistrējuši e-pasta adresi www.inbox.lv. KP ieskatā, minētais turklāt liecina, ka SIA “SS” ierobežoja ne tikai lietotu auto tirgotāju un nekustamo īpašumu aģentu piekļuvi ss.lv., bet arī to lietotāju, kas izmantoja konkurenta piedāvāto e-pasta pakalpojumu. KP ieskatā, šādam ierobežojumam nav objektīva pamatojuma.
- 161 Tāpat KP vērš uzmanību, ka SIA “SS” darbinieku vidū pastāv sapratne, ka lietotāju kontu bloķēšana, ja sludinājumi izvietoti arī pp.lv platformā, nav bijusi objektīvi pamatota, ņemot vērā, ka tā tiek saukta par “profilaktisku” un ir mērķēta uz konkurenta “nenozīmīguma” demonstrēšanu ss.lv lietotājiem (sk., piemēram, elektroniskā pasta 02.10.2020. saraksti).
- 162 Lai konstatētu rīcības spēju radīt izslēdzošu ietekmi, nav jāpierāda faktiskais kaitējums konkurencei, t. i., ka dominējošā uzņēmuma rīcība veiksmīgi radījusi izslēdzošu ietekmi. Turklāt, lai konstatētu, ka rīcība var ierobežot konkurenci, nav jāpierāda attiecīgās rīcības rentabilitāte, jo tas nozīmētu pierādīt, ka attiecīgā rīcība radījusi faktisku izslēdzošu ietekmi.⁸⁷
- 163 Novērtējums par to, vai rīcība var radīt izslēdzošu ietekmi, ir balstīts uz faktiem un apstākļiem, kas pastāvēja šīs rīcības īstenošanas brīdī.⁸⁸ Šajā ziņā pietiek pierādīt, ka rīcība varēja novērst komerciālo nenoteiktību attiecībā uz konkurentu ieiešanu tirgū vai darbības paplašināšanu, kas pastāvēja rīcības īstenošanas laikā.⁸⁹ Konceptuāli, lai analizētu rīcības spēju radīt izslēdzošu ietekmi, ir jāsalīdzina situācija, kurā rīcība ir īstenota, ar situāciju, kurā rīcība nav īstenota.⁹⁰ Tāpat, lai novērtētu, vai rīcība var radīt izslēdzošu ietekmi, nav arī jāpierāda, ka faktiskie vai potenciālie konkurenti, kurus skar konkrētā rīcība, ir tikpat efektīvi kā dominējošais uzņēmums.⁹¹
- 164 Lai konstatētu dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu izslēdzošas prakses veidā ir jāņem vērā trīs kritēriji: 1) vai dominējošā uzņēmuma rīcība novirzās no konkurences uz snieguma pamata⁹²; 2) vai šāda dominējošā uzņēmuma rīcība var radīt izslēdzošu ietekmi⁹³; 3) ja tiek konstatēts, ka rīcība rada izslēdzošu ietekmi, ir jāizvērtē, vai šāda rīcībai nav objektīva pamatojuma⁹⁴. Katrs no kritērijiem detalizētāk skaidrots turpmāk.

Par pirmo kritēriju

- 165 Konkurences uz snieguma pamata (*competition on merits*) jēdziens ietver rīcību normālas

⁸⁶ EST 12.05.2023. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale*, lietā Nr. C-377/20, 96.-99. punkts

⁸⁷ To, ka Komisijai ir jāpierāda, ka ļaunprātīga rīcība rada peļņu, EST ir noraidījusi, atbildot uz pušu argumentiem, piemēram, plēsonīgu cenu noteikšanas jomā. Sk. EST 02.04.2009. spriedums *France Télécom* / Komisija, C-202/07 P, 110.–113. punkts.

⁸⁸ EST 06.12.2012. spriedums *AstraZeneca/Komisija*, C-457/10 P, 110. punkts.

⁸⁹ EST 08.09.2016. spriedums *Lundbeck/Komisija*, T-472/13, 363. punkts.

⁹⁰ EST 10.11.2021. spriedums *Google un Alphabet* / Komisija (*Google Shopping*), T-612/17, 377. un 452.–454. punkts.

⁹¹ EST 10.11.2021. spriedums *Google un Alphabet* / Komisija (*Google Shopping*), T-612/17, 540.–541. punkts.

⁹² EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 68. un 103. punkts, EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 129.–131. punkts.

⁹³ EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 68. un 103. punkts, EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 129.–131. punkts.

⁹⁴ EST 27.03.2012. spriedums *Post Danmark*, C-209/10, 40. un 41. punkts un tajos minētā judikatūra; EST 30.01.2020. spriedums *Generics (UK)* u. c., C-307/18, 165. punkts; EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 84. punkts; EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 201. un 202. punkts. Sniegtie piemēri nav izsmeljoši attiecībā uz iespējamiem objektīviem pamatojumiem, ko var minēt LESD 102. panta lietu kontekstā.

konkurences gadījumā, pamatojoties uz uzņēmēju sniegumu⁹⁵, un tas principā attiecas uz konkurences situāciju, kurā patērētāji gūst labumu no zemākām cenām, labākas kvalitātes un plašākas jaunu vai uzlabotu preču un pakalpojumu izvēles⁹⁶. LESD 102. pants neizslēdz tādu konkurentu, kas ir mazāk efektīvi nekā dominējošais uzņēmums un līdz ar to patērētājiem mazāk pievilcīgi cita starpā cenas, izvēles, kvalitātes vai inovāciju ziņā, aiziešanu no tirgus vai marginalizāciju, ja tas ir konkurences uz snieguma pamata rezultāts⁹⁷.

166 Rīcība, kas dominējošam uzņēmumam nav ekonomiski izdevīga, bet kalpo tikai konkurences ierobežošanai, neietilpst konkurences uz snieguma pamata tvērumā.⁹⁸ Attiecīgi arī sludinājumu dzēšana no SIA “SS” puses, ja ss.lv lietotāji sadarbojās ar konkurentu pp.lv, neietilpst konkurences uz snieguma pamata tvērumā, jo, KP ieskatā, tā kalpoja tikai konkurences ierobežošanas nolūkam un uzņēmumam nav ekonomiski izdevīga, jo ss.lv, bloķējot lietotāju kontus, neiegūst ieņēmumus par sludinājumu izvietojumu.

167 ES tiesa ir nolēmusi, ka, veicot novērtējumu, vai rīcība novirzās no konkurences uz snieguma pamata, nozīme, tostarp, ir šādiem faktoriem⁹⁹:

- vai dominējošais uzņēmums liedz patērētājiem izvēlēties produktus pēc to priekšrocībām, arī produkta kvalitātes¹⁰⁰.

Attiecībā uz šo kritēriju KP norāda, ka SIA “SS” ar savu rīcību ierobežoja lietotāju brīvību brīvi izvēlēties pakalpojumu sniedzēju, kas, iespējams, kvalitātes vai cenas ziņā var piedāvāt kvalitatīvāku pakalpojumu. Lai arī SIA “SS” rīcības rezultātā lietotāji nebija kavēti izmantot vēl tirgū esošās citas konkurējošas sludinājumu platformas bez pp.lv un ss.lv, jāņem vērā, ka citas sludinājumu platformas, īpaši nekustamā īpašuma un transportlīdzekļu kategorijās, ir ievērojami nepopulārākas. Rezultātā SIA “SS” attiecīgi ierobežo lietotāju iespējas caur pp.lv vai ss.lv platformu sasniegt arī potenciālos pircējus (otru sludinājumu platformu lietotāju grupu);

- vai dominējošā uzņēmuma rīcība ietver vai pieļauj neobjektīvu vai diskriminējošu attieksmi, kas dod priekšroku pašam uzņēmumam salīdzinājumā ar tā konkurentiem¹⁰¹. Novērtējot šo kritēriju, KP norāda, ka SIA “SS” darbības, disciplinējot sludinājumu platformas lietotājus, kas sadarbojās ar uzņēmuma konkurentu, bija neobjektīva. Tā tika īstenota ar mērķi pierādīt konkurenta “nevērtīgumu”, lai tādējādi piespiestu lietotājus sadarboties tikai ar SIA “SS”. SIA “SS” lietotāji pēc būtības tika izmantoti kā instruments konkurenta darbības tirgū kavēšanai, ņemot vērā, ka, lai ienāktu konkrētajā tirgū un tajā darbotos, uzņēmumam ir būtiski piesaistīt lietotājus abās platformas pusēs. Arī iegūtie pierādījumi liecina, ka SIA “SS” bija konstatējis pp.lv centienus ienākt tirgū ar agresīva mārketinga pasākumiem (sk. 10. pielikumu), kā arī SIA “INBOKSS” sniegto informāciju, ka uzņēmums vēlējās sadarboties ar lietotu auto tirgotājiem (tobrīd arī SIA “SS” lietotājiem), lai tie sludinājumus ievietotu arī pp.lv. KP ieskatā, šāda sadarbība, īpaši ar lietotu auto tirgotājiem un nekustamo īpašumu mākleriem, kas sludinājumus

⁹⁵ EST 17.07.1998. spriedums *ITT Promedia* / Komisija, T-111/96, 138. punkts; EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 75. punkts; EST 27.03.2012. spriedums *Post Danmark*, C-209/10, 24. punkts un tajā minētā judikatūra; EST 12.01.2023. spriedums *Lietuvos geležinkeliai* / Komisija, C-42/21 P, 107. punkts. Sk. arī EST 03.07.1991. spriedumu *Akzo*/Komisija, lieta C-62/86, 70. punkts, un EST 02.04.2009. spriedumu *France Telecom* / Komisija, lieta C-202/07 P, 106. punkts, kurā ir atsauce uz jēdzienu “konkurence, pamatojoties uz kvalitāti”.

⁹⁶ TEST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 85. punkts.

⁹⁷ EST 19.01.2023. spriedums *Unilever Italia Mkt Operations*, C-680/20, 37. punkts; EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 45. un 73. punkts; EST 06.09.2017. spriedums *Intel*/Komisija, C-413/14 P, 134. punkts; EST 27.03.2012. spriedums *Post Danmark*, C-209/10, 21. un 22. punkts.

⁹⁸ EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 77. punkts; EST 26.01.2022 spriedums *Intel Corp.* / Komisija, T-286/09 RENV, 96. punkts, ar kuru atkārtoti apstiprināts EST 12.06.2014. sprieduma *Intel*/Komisija, T-286/09, 210. punktā izdarītais konstatējums; EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 131. punkts.

⁹⁹ Tas nebūtu jāsaprot kā izsmelošs saraksts ar visiem faktoriem, kas var būt būtiski, lai konstatētu, ka konkrētā rīcība novirzās no konkurences uz snieguma pamata. Turklāt, ņemot vērā konkrētos apstākļus, var pietikt ar vienu faktoru, lai secinātu, ka konkrēta rīcība novirzās no konkurences uz snieguma pamata.

¹⁰⁰ EST 17.09.2007. spriedums *Microsoft*/Komisija, T-201/04, it īpaši 1046.–1047., 1057.–1058. un 1069.–1070. punkts. Sk. arī EST 23.10.2003. spriedums *Van den Bergh Foods* / Komisija, T-65/98, 148., 152. un 157. punkts.

¹⁰¹ EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 96.–99. punkts; EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 131. un 135. punkts.

izvieto aktīvi, ir svarīga jebkuram uzņēmumam, kas vēlas efektīvi darboties konkrētajā tirgū (tostarp pp.lv), lai tādējādi otrai sludinājumu platformas lietotāju grupai nodrošinātu plašu klāstu sludinājumu;

- vai dominējošais uzņēmums maina savu iepriekšējo rīcību tādā veidā, kas, ņemot vērā attiecīgos tirgus apstākļus, tiek uzskatīts par neparastu vai nepamatotu, piemēram, nepamatoti izbeidz esošas darījuma attiecības¹⁰².

Arī attiecībā uz šo kritēriju KP norāda, ka līgumattiecības ar ss.lv lietotājiem, proti, pamatā lietotu auto tirgotājiem un nekustamo īpašumu aģentūrām, tika pārtrauktas nepamatoti, t. i., lai kavētu to sadarbību ar konkurējošu sludinājumu platformu. Pakalpojuma sniegšanas pārtraukšana, kā pierāda elektroniskās pasta sarakstes, nebija objektīva (piemēram, balstīta uz ss.lv platformas lietošanas noteikumu pārkāpumu).

Par otro kritēriju

- 168 Noteiktiem dominējoša uzņēmuma rīcības veidiem nav citu ekonomisku interešu kā vien ierobežot konkurenci. Šāda veida rīcības pēc savas būtības var ierobežot konkurenci¹⁰³, un tās tiek sauktas par klajiem ierobežojumiem.
- 169 KP ieskatā, SIA “SS” rīcība ir uzskatāma par klajo ierobežojumu, ņemot vērā, ka pret konkurenci vērsta rīcība ir acīmredzama un tai nav cita iemesla kā vien ierobežot konkurenci.
- 170 SIA “Forum auto” iesniegums (2. pielikums pie SIA “INBOKSS” 05.02.2021. iesnieguma), kurā SIA “Forum auto” konstatējis ievietoto sludinājumu dzēšanu paralēlas sludinājumu ievietošanas platformā pp.lv dēļ un KP iegūtās elektroniskā pasta sarakstes 02.10.2020., 09.10.2020, 02.11.2020., un 31.08.2020.-02.09.2020., 26.05.2021.-27.05.2021. norāda uz ss.lv lietotāju “profilaktisku” bloķēšanu, kuras mērķis ir parādīt konkurenta pp.lv “nenozīmīgumu”. Ierobežojumam nav objektīva pamatojuma (piemēram, sludinājumu servisa lietošanas noteikumu pārkāpums), un tā ir motivēta, tikai balstoties uz lietotāju sadarbību ar pp.lv. Attiecīgi, disciplinējot šos lietotājus, ja tie sadarbojas ar pp.lv, uzņēmums ar piespiedu mehānismu panāk šo lietotāju lojalitāti SIA “SS” un kavē konkurentu iespējas darboties tirgū. Pēc būtības SIA “SS” rīcība soda lietotājus par daudzviesošānu (*multi-homing*), t. i. vairāku platformu paralēlu izmantošanu, kas konkurences ziņā ir vēlama parādība. KP ieskatā, šāda rīcība ir ārpus godīgas konkurences principiem, jo tā vienīgais mērķis ir kavēt konkurenta darbību tirgū.
- 171 Risinājumi lietotāju aizplūšanas novēršanai uz konkurenta platformu pp.lv no SIA “SS” puses tika meklēti aktīvi. Uz to norāda 11.09.2020. elektroniskā pasta sarakste, kura apliecina, ka SIA “SS” vadība, pirmšķietami [BA], ir devis rīkojumu darbiniekiem veikt noteiktas darbības saistībā ar konkurenta aktivizāciju. Savukārt deviņas dienas vēlāk elektroniskā pasta sarakste 20.09.2020. atklāj, ka (*) (pirmšķietami SIA “SS” līdzīpašnieks [BA]) jau ir atradis risinājumu ar lielajiem klientiem, kā nepieļaut to aizplūšanu. Tāpat 05.10.2020. sarakste starp SIA “SS” īpašniekiem pauž izpratni, ka pp.lv uzņēmumam sagādās problēmas un atzīst, ka uzņēmums ir izvēlējies pareizu taktiku. Neilgi pēc tam, piemēram, 09.10.2020. un 13.10.2020., KP tika saņemti iesniegumi, kas norāda uz nepamatotu lietotāju kontu bloķēšanu nekustamo īpašumu mākleriem un auto rezerves daļu tirgotājam. Kā arī pie SIA “SS” vērsušās vismaz trīs nekustamo īpašumu aģentūras, paužot neizpratni par sludinājumu dzēšanas un lietotāja konta bloķēšanas iemesliem.
- 172 SIA “SS” arī lietotāju piekļuves ierobežošanu ss.lv turpināja (sk. piemēram, elektroniskā pasta saraksti 26.05.2021.), jo [EA] informē [AA] par naudas atmaksu vairākiem lietotu auto

¹⁰² EST 06.03.1974. spriedums *Istituto Chemioterapico Italiano un Commercial Solvents* / Komisija, apvienotās lietas C-6/73 un C-7/73, 25. punkts; EST 10.11.2021. spriedums *Google un Alphabet* / Komisija (*Google Shopping*), T-612/17, 179. un 616. punkts.

¹⁰³ EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 131., 148. un 185. punkts; Eiropas Komisijas 22.09.2009. lēmums lietā AT.37990 – *Intel*, 10. punkts, un EST 26.01.2022. gada 26. *Intel Corp.* / Komisija, T-286/09 RENV, 96. punkts, ar kuru atkārtoti apstiprināts EST 12.06.2014. sprieduma *Intel*/Komisija, T-286/09, 210. punktā izdarītais konstatējums.

- tirgotājiem un turklāt norāda, ka lietotāju kontu bloķēšanas iemesls nav norādīts, taču no pašu lietotāju atsūtītajām vēstulēm ir saprotams, ka bloķēšana ir notikusi pp.lv dēļ. Papildu norādāms, ka šī sarakste atklāj SIA "SS" vadības plānu disciplinēt SIA "Inchape Motors Latvia", liedzot tam piekļuvi ss.lv vismaz uz trīs mēnešiem. Savukārt [CA] lietotāja konts netika atbloķēts un sludinājumi atjaunoti vismaz nedēļu (sk. 09.10.2020. elektroniskā pasta saraksti).
- 173 Savukārt 15.04.2021. elektroniskā pasta sarakste starp ss.lv administratoru [IA] un SIA "SS" īpašniekiem norāda, ka [IA] ir aicinājis netraucēt tādu lietotāju piekļuvi ss.lv, kuri ir reģistrējuši e-pasta adresi www.inbox.lv. KP ieskatā, minētais turklāt liecina, ka SIA "SS" ierobežoja ne tikai lietotu auto tirgotāju un nekustamo īpašumu aģentu piekļuvi ss.lv, bet arī to lietotāju, kas izmantoja konkurenta piedāvāto e-pasta pakalpojumu. KP ieskatā, arī šādam ierobežojumam nav objektīva pamatojuma.
- 174 KP ieskatā, SIA "SS" stratēģija mērķtiecīgi tika īstenota pret ss.lv lietotājiem, īpaši lietotu auto tirgotājiem, nekustamo īpašumu aģentiem un lietotājiem, kas ievieto lielu skaitu sludinājumu populārākajās sludinājumu kategorijās. Šīm personām piekļuve ss.lv ir ļoti būtiska, lai sasniegto potenciālos pircējus (otru platformas lietotāju pusi). Līdz ar to šīs personas primāri ir ieinteresētas izmantot sludinājumu platformu ar lielu auditoriju. Kā skaidrots arī SIA "INBOKSS" iesniegumā, disciplinējošo darbību rezultātā lietotu auto tirgotāji attiecās sadarboties ar pp.lv, lai nezaudētu sadarbību ar ss.lv. Šie lietotāji pp.lv bija nepieciešami, lai efektīvi uzsāktu darbību konkrētajā tirgū. Norādāms, ka brīdī, kad SIA "SS" veica disciplinējošās darbības pret ss.lv lietotājiem, SIA "INBOKSS" bija uzsācis ienākšanu konkrētajā tirgū, piedāvājot ss.lv konkurējošu pakalpojumu. Papildus norādāms, ka konkurenta ierobežošanas nolūkos SIA "SS" kavēja piekļuvi ss.lv arī personām, kuru e-pasts bija reģistrēts SIA "INBOKSS" e-pasta pakalpojumā.
- 175 SIA "SS" konkurentam SIA "INBOKSS" bija nepieciešams piesaistīt klientus abās platformas pp.lv pusēs (iegūt kritisko lietotāju masu), lai veidotu tīkla ietekmi un spētu darboties konkrētajā tirgū. KP norāda, ka izslēdzoša rīcība, kas tiek veikta laikā, kad konkurents ir uzsācis ienākšanu konkrētajā tirgū, var radīt nesamērīgas un ilgstošas sekas. Īpaši attiecībā uz ienākšanu digitālajos tirgos, uzņēmumi ir īpaši neaizsargāti vismaz līdz brīdim, kamēr ir piesaistīta kritiskā lietotāju masa, kas ļauj efektīvi darboties konkrētajā tirgū. Dominējoša uzņēmuma iejaukšanās konkurences norisēs šajā posmā līdz ar to var neatgriezeniski ierobežot jaunpienācēja iespēju veidot tīkla ietekmi, mēroga efektu un panākt lietotāju lojalitāti. Papildus šāda rīcība kaitē sludinājumu platformu lietotāju iespējām izvēlēties alternatīvu pakalpojumu, kas, iespējams, ir inovatīvāks vai lētāks.
- 176 Ņemot vērā iepriekš minēto, KP secina, ka SIA "SS" rīcība ir kvalificējama kā dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana, jo SIA "SS" izmantoja ss.lv lietotājus kā līdzekli konkurenta platformas pp.lv izslēgšanas nolūkos. Ņemot vērā spēcīgo tīkla ietekmi, ko raksturo SIA "SS", un sludinājumu platformu tirgus divpusējo raksturu, SIA "SS" rīcība darbojās kā stratēģisks šķērslis, iespējami liedzot pp.lv piekļuvi ievērojamam lietotāju skaitam, padarot efektīvu ienākšanu tirgū praktiski neiespējamu.
- 177 Vienlaikus SIA "SS" darbinieki, iespējams, apzinājās šādas rīcības prettiesiskumu, ņemot vērā, ka SIA "SS" darbinieki KP pārstāvjiem noliedza lietotāju monitorēšanu un lietotāju piekļuves ierobežošanu ss.lv vienlaicīgas pp.lv izmantošanas dēļ.
- 178 Ievērojot, ka SIA "SS" rīcība ir uzskatāma par klaju ierobežojumu, KP turpmāk nav jāvērtē, vai SS rīcība ir uzskatāma par tādu, kura spēj radīt izslēdzošu ietekmi, jo, kā norādīts iepriekš, klajo ierobežojumu gadījumā tiek prezumēts, ka šāda veida rīcība pēc savas būtības var ierobežot konkurenci¹⁰⁴.
- 179 KP ieskatā, SIA "SS" īstenoto darbību ietekme uz konkurenci ir būtiska, ko pierāda apstākļi, ka kopš ierobežojumu (sludinājumu dzēšanas/kontu bloķēšanas no SIA "SS" puses, ja ss.lv lietotāji sadarbojās ar konkurentu pp.lv) ieviešanas 2020. gada martā, SIA "SS" peļņa ir

¹⁰⁴ EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 131., 148. un 185. punkts; Eiropas Komisijas 22.09.2009. lēmums lietā AT.37990 – *Intel*, 10. punkts, un EST 26.01.2022. gada 26. *Intel Corp.* / Komisija, T-286/09 RENV, 96. punkts, ar kuru atkārtoti apstiprināts EST 12.06.2014. sprieduma *Intel*/Komisija, T-286/09, 210. punktā izdarītais konstatējums.

- konstanti pieaugusi. Tas nozīmē, ka SIA “SS” stratēģija izslēgt konkurentu ir bijusi efektīva, īpaši tāpēc, ka pp.lv piedāvāja inovatīvāku un bezmaksas sludinājumu ievietošanu. Elektroniskās sarakstes atklāj, ka SIA “SS” darbinieki ir apsprieduši pp.lv ienākšanu tirgū, atzīstot SIA “INBOKSS” piedāvātā pakalpojuma kvalitāti un to, ka piedāvātais pakalpojums ir inovatīvs, kā arī tā spēju ietekmēt SIA “SS” pozīcijas tirgū. Ievērojot, ka SIA “SS” rīcība ir uzskatāma par klaju ierobežojumu, KP nav jāvērtē, vai SIA “SS” rīcība ir uzskatāma par tādu, kura spēj radīt izslēdzošu ietekmi, jo, kā norādīts iepriekš, klajo ierobežojumu gadījumā tiek prezumēts, ka šāda veida rīcība pēc savas būtības var ierobežot konkurenci¹⁰⁵. Tas, ka pārkāpuma periodā ir novērojams pp.lv tirgus daļas pieaugums, neietekmē KP secināto. Kā izriet no tiesu prakses, tirgus dalībnieks var būt motivēts izmantot tā dominējošo stāvokli ļaunprātīgi, lai nosargātu savu dominējošo stāvokli un aizkavētu konkurenta ienākšanu tirgū.¹⁰⁶
- 180 Minētais turklāt nozīmē, ka SIA “SS” rīcības rezultātā sludinājumu platformas lietotāji bija maksājuši par pakalpojumu, kuru nesaņēma, kā arī bija kavēti piedāvāt savas preces izdevīgākā un inovatīvākā kanālā un sasniegt plašāku potenciālo pircēju klāstu, izvietojot sludinājumus abās platformās.
- 181 Tāpat kaitējums tika radīts arī sludinājumu skatītāju pusē. Proti, kamēr lietotāji, kas nesadarbojās ar pp.lv, varēja saņemt ss.lv pakalpojumus, uzņēmumi, kas preču pārdošanai paralēli vēlējās izmantot pp.lv, nevarēja piekļūt potenciālajiem pircējiem, kas lieto ss.lv. Tas negatīvi ietekmēja konkurenci šo lietotāju (īpaši auto tirdzniecības uzņēmumu un nekustamo īpašumu aģentūru) starpā, kuriem bija liegta ss.lv platformas izmantošana, tādējādi mazinot šo lietotāju konkurētspēju. Lai gan ss.lv lietotāji nebija kavēti izmantot citas sludinājumu platformas, izņemot pp.lv, SIA “SS” ievērojamā tirgus vara pierāda, ka citas sludinājumu platformas apmeklē ievērojami mazāk lietotāju, kas arī ierobežo šo lietotāju iespējas realizēt preci.
- 182 Ņemot vērā tīkla ietekmi, SIA “SS” rīcība, dzēšot platformas ss.lv/ss.lv lietotāju sludinājumus un bloķējot lietotāju kontus, ja ss.lv lietotāji sadarbojās ar konkurentu pp.lv, negatīvi ietekmēja arī sludinājumu skatītājus, jo tika ierobežotas to izvēles iespējas starp sludinājumu platformām.

Par trešo kritēriju

- 183 Trešā kritērija izvērtējums ir saistīts ar rīcības objektīvo pamatojumu. Proti, uz rīcību, kas var būt ļaunprātīga, var neattiekties LESD 102. pantā paredzētais aizliegums, ja dominējošais uzņēmums var pierādīt, ka šāda rīcība ir objektīvi pamatota. Lai rīcība būtu objektīvi pamatota, tai jābūt: (i) objektīvi nepieciešamai (tā sauktā “objektīvas nepieciešamības arguments”) vai (ii) jārada efektivitātes pieaugums, kas atsver vai pat pārspēj rīcības negatīvo ietekmi uz konkurenci (t. s. “efektivitātes arguments”)¹⁰⁷.
- 184 KP ieskatā, SIA “SS” rīcība nav objektīvi pamatota un tā nerada efektivitātes pieaugumu, kas atsver vai pārspēj rīcības negatīvo ietekmi uz konkurenci.
- 185 Jebkurā gadījumā objektīvas nepieciešamības vai efektivitātes argumenta pierādīšanas pienākums gulstas uz dominējošo uzņēmumu, un KP no Lietā pieejamās informācijas nesaskata ne objektivitāti, ne efektivitāti šādai SIA “SS” rīcībai.

VIII LIETAS DALĪBNIEKA VIEDOKLIS

- 186 Pēc Paziņojuma nosūtīšanas KP saņēma SIA “SS” viedokli Lietā. KP izvērtēja viedoklī minētos

¹⁰⁵ EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 131., 148. un 185. punkts; Eiropas Komisijas 22.09.2009. lēmums lietā AT.37990 – *Intel*, 10. punkts, un EST 26.01.2022. gada 26. *Intel Corp.* / Komisija, T-286/09 RENV, 96. punkts, ar kuru atkārtoti apstiprināts EST 12.06.2014. sprieduma *Intel*/Komisija, T-286/09, 210. punktā izdarītais konstatējums.

¹⁰⁶ Eiropas Savienības Tiesas 27.06.2024. spriedums lietā C-176/19 P, *Servier SAS u.c.*, 364. punkts.

¹⁰⁷ EST 27.03.2012. spriedums *Post Danmark*, C-209/10, 40. un 41. punkts un tajos minētā judikatūra; EST 30.01.2020. spriedums *Generics (UK) u. c.*, C-307/18, 165. punkts; EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale u. c.*, C-377/20, 84. punkts; EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 201. un 202. punkts. Sniegtie piemēri nav izsmeljoši attiecībā uz iespējamiem objektīviem pamatojumiem, ko var minēt LESD 102. panta lietu kontekstā.

argumentus un šajā nodaļā par tiem sniedz savu vērtējumu. Papildus KP norāda, ka KP nav pienākuma ietvert un atspēkot visus SIA "SS" sniegtos argumentus pilnā apjomā. Lēmumā ir norādīti tikai tie argumenti, kuriem ir nozīme Lietuvā – kuri ir būtiski un kuri spēj ietekmēt attiecīgo tiesisko situāciju¹⁰⁸. Līdz ar to KP nesniedz savu vērtējumu par visiem viedokļiem ietvertajiem argumentiem.

- 187 **SIA "SS" norāda, ka pārkāpuma periodā nav pareizi noteikts iespējamais pārkāpumā iesaistītais uzņēmums, jo no 13.03.2020. līdz 01.11.2020. un arī laikposmā no 01.11.2020. līdz 31.10.2021. atlīdzību par portāla sniegtajiem pakalpojumiem par apmēram pusi no izvietotajiem sludinājumiem vai daļēji saņēma SIA "INTERNET", par ko informācija bija publiski pieejama, līdz ar to Lietuvā pakalpojumu sniedzējs un attiecīgi arī iespējamais pārkāpuma izdarītājs ir novērtēts neatbilstoši faktiskajiem apstākļiem.**
- 188 Saskaņā ar KL 1. panta 9. punktu tirgus dalībnieks ir jebkura persona, kas veic saimniecisko darbību neatkarīgi no tās juridiskās formas vai finansēšanas veida, līdz ar to KP vērtējumā nav būtiski, kurš formāli saņēma atlīdzību, bet gan tas, kurš bija tirgus dalībnieks, kas noteica vai īstenoja pārkāpumu. LESD 102. pants paredz tā uzņēmuma atbildību, kurš atrodas dominējošā stāvoklī un kurš to ļaunprātīgi izmanto. Kā izriet no Lēmumā norādītā, ļaunprātīgā rīcība ir konstatēta SIA "SS" darbībā, kurš administrē un kuram pieder sludinājumu portāls ss.lv/ss.com. To ievērojot, nav nozīmes, vai visu atlīdzību par portāla sniegtajiem pakalpojumiem patur SIA "SS" vai arī daļa no tā tiek piešķirta citam uzņēmumam, jo KP ir vērtējusi SIA "SS" veiktās rīcības periodu. Pārkāpuma perioda konstatācijas faktu nekādi neietekmē SIA "SS" iekšējā peļņas vai citu finanšu plūsmas esība. Proti, KP konstatētais LESD pārkāpums par konkrēti identificētu periodu nav nekādā korelācijā ar SIA "SS" iegūto vai neiegūto atlīdzību par tā dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu. Turklāt, KP, iepazīstoties ar SIA "SS" norādītajām atsaucēm¹⁰⁹ un Patērētāju tiesību aizsardzības centra oficiālajā mājas lapā par SIA "INTERNET" daļēju atlīdzību par portāla ss.lv sniegtajiem pakalpojumiem, secina, ka SIA "SS" atsaucēs norāda par situāciju 2017. gadā, bet KP Lietuvā konstatētais pārkāpuma periods ir no 13.03.2020. līdz 27.05.2021., līdz ar to SIA "SS" atsaucēs ir ārpus Lietuvā norādītā pārkāpuma perioda. Vienlaikus 2020.–2021. gadā SIA "SS" portāla mājaslapā kā tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu sniedzējs bija norādīts SIA "SS", un arī KP rīcībā esošie klientu iesniegumi apliecina, ka kontaktinformācijas sadaļā pakalpojuma sniedzējs attiecīgajā periodā bija identificēts SIA "SS". Tas, ka daļa klientu maksājumus ieskaitīja SIA "INTERNET" kontā, pats par sevi nepierāda, ka pakalpojumu sniedzējs un iespējamais pārkāpumā iesaistītais tirgus dalībnieks bija SIA "INTERNET", kā arī tas neizslēdz SIA "SS" atbildību par portāla darbību.
- 189 **SIA "SS" norāda, ka Lietuvā konkrētais tirgus definēts nekonsekventi un neatbilstoši EK praksē attīstītajiem pamatprincipiem, jo KP neesot izvērtējusi iespējamās atšķirības tiešsaistes platformu izmantošanā starp fiziskām un juridiskām personām, tostarp to, vai juridiskām personām, kas automašīnas pārdod saimnieciskās darbības ietvaros, pastāv alternatīvi pircēju sasniegšanas kanāli, kas varētu pamatot plašāku konkrētā tirgus definīciju.**
- 190 KP konkrēto tirgu definē atbilstoši KL 1. panta 4. punktam, saskaņā ar kuru konkrēto tirgu veido konkrētās preces tirgus (pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības novērtējums) kopsakarā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu (teritoriju, kurā konkurences apstākļi ir pietiekami vienveidīgi). Konkrētā tirgus definīcija katrā lietā nosakāma individuāli, izvērtējot konkrētos tiesiskos un faktiskos apstākļus. KP, to nosakot, ir ņēmusi vērā EK praksi un vadlīnijas¹¹⁰, kā arī Tiešsaistes platformu tirgus uzraudzībā iegūto informāciju, tādējādi tirgus definēšana balstīta gan piemērojamajā normatīvajā regulējumā, gan iedibinātā konkurences tiesību piemērošanas praksē.

¹⁰⁸ Senāta 14.05.2009. spriedums lietā Nr. SKA-59/2009, E. L., 10. punkts.

¹⁰⁹ <https://www.tvnet.lv/4562944/ar-ss-lv-saistitais-uznemums-parsudzejis-lemumu-par-saimnieciskas-darbibas-apturesanu>
<https://www.ptac.gov.lv/jaunums/ptac-piemero-sia-ss-un-sia-internet-15-000-eur-sodu-katram-un-uzliek-tiesisku-pienakumu-noverst-negodigu-komercepraksi>

¹¹⁰ Komisijas paziņojums par jēdziena "konkrētais tirgus" definīciju Savienības konkurences tiesībās (C/2024/1645). Pieejams: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/HTML/?uri=OJ:C_202401645

- 191 KP norāda, ka SIA "SS" apgalvojums par to, ka KP nav izvērtējusi iespējamās atšķirības tiešsaistes sludinājumu platformu izmantošanā starp fiziskām un juridiskām personām, nav patiess, jo KP Lietā šīs atšķirības ir izvērtējusi, piemēram, veicot sarunas ar SIA "SS" darbiniekiem, no kurām izriet, ka būtiskas atšķirības starp juridiskām un fiziskām personām ir tikai darba sludinājumu sadaļā attiecībā uz cenām. Transporta un nekustamo īpašumu sadaļā juridiskām un fiziskām personām ievietojamo cenu atšķirības nepastāv.¹¹¹
- 192 Turklāt KP Lietā ir vērtējusi, vai juridiskām personām, kas automašīnas pārdod savas saimnieciskās darbības ietvaros, pastāv arī alternatīvi veidi un mehānismi pircēju sasniegšanai nekā tikai SIA "SS". Lēmuma 28. rindkopā analizēts, ka tiešsaistes sludinājumu platformas nav pilnvērtīgi aizstājamas ar uzņēmumu vai auto dīleru tīmekļa lapās ievietotām reklāmām, piemēram, auto dīleru mājaslapās pārdotajām automašīnām. KP Lietā ir secinājusi, ka aizstājamība ar auto dīleru piedāvātajām automašīnām salīdzinājumā ar tiešsaistes sludinājumu platformās pārdotajām automašīnām ir ierobežota. Ievērojot iepriekš minēto, KP Lietā secināts, ka auto dīleru mājas lapās esošais piedāvājums nav uzskatāms par līdzvērtīgu tiešsaistes sludinājumu platformās esošam piedāvājumam, un attiecīgi auto dīleru mājas lapas neveido nozīmīgu konkurenci tiešsaistes sludinājumu platformām. Līdz ar to konkrētā tirgus definīcija nav paplašināma uz tiem gadījumiem, kad automašīnas tiek pārdotas saimnieciskās darbības ietvaros.
- 193 **SIA "SS" uzskata, ka KP, nedefinējot konkrēto tirgu pa atsevišķām sludinājumu kategorijām, ir pieļāvusi būtisku kļūdu, jo, lai gan KP atzinusi, ka platformu segmentēšana var būt pamatota, tā nav veikusi detalizētu pārdevēju un pircēju paradumu analīzi un nav izdarījusi no šī apsvēruma atbilstošus secinājumus, līdz ar to, SIA "SS" ieskatā, konkrētais tirgus nav noteikts pietiekami precīzi, kas varēja novest pie nepamatotiem juridiskiem secinājumiem.**
- 194 KP Lēmumā ir pamatojusi, kāpēc konkrētais tirgus nav definēts pa atsevišķām sludinājumu kategorijām, Lēmuma 46. punktā norādot, ka pat gadījumā, ja KP konkrēto tirgu Lietā definētu pa sludinājumu kategorijām (piemēram, transporta līdzekļi, nekustamie īpašumi u. c.) tas, secinājumus par SIA "SS" atrašanos dominējošā stāvoklī šajos tirgos nemainītu.
- 195 Turklāt KP norāda, ka SIA "SS" viedoklī nav pamatojusi, kādā veidā tas, ka KP nav veikusi detalizētu pārdevēju un pircēju paradumu analīzi varētu novest pie atšķirīgas konkrētā tirgus definīcijas un secīgi ietekmēt Lietas juridisko novērtējumu. Konkrētā tirgus definēšana ir atkarīga no katras konkrētās lietas apstākļiem, kur šajā gadījumā SIA "SS" darbība aptver vairākas sludinājumu kategorijas, tādējādi, KP ieskatā, vienota konkrētā tirgus noteikšana (tā neizdalīšana pa sludinājumu kategorijām) ir pamatota.
- 196 **SIA "SS" norāda, ka nepamatots un pretrunīgs ir KP secinājums attiecībā uz iedalījumu noteiktās produktu kategorijās (piemēram, apģērbi un apavu): "Izņēmumam attiecībā uz apģērbiem un apavu kategoriju nav būtiskas nozīmes Lietas izpētē, jo SIA "SS" rīcība izslēdzošas rīcības kontekstā pamatā tiek vērsta pret sludinājumu platformas lietotājiem nekustamo īpašumu un transportlīdzekļu kategorijās." Līdz ar to SIA "SS" uzskata, ka KP selektīva pieeja mākslīgi ietekmē tirgus varas novērtējuma rezultātu.**
- 197 KP norāda, ka tā apģērbiem un apavu kategoriju ir vērtējusi Lēmuma 67. rindkopā, sniedzot novērtējumu, ka platformai ss.lv nav pārsvars sludinājumu apģērbiem un apavu kategorijā pār vertikālo sludinājumu platformu andelemandele.lv pēc sludinājumu skaita. Proti, platformā andelemandele.lv ir izvietots ievērojami lielāks sludinājumu skaits.
- 198 Vienlaikus, ņemot vērā, ka konkrētās preces tirgus netika izdalīts pa atsevišķām kategorijām, apģērbiem un apavu kategoriju KP ir skatījusi kā kopējā tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu tirgus daļu, kur tirgus daļas tika novērtētas pēc ievietoto sludinājumu skaita. Secīgi šāda KP pieeja, pretēji SIA "SS" norādītajam, nevar mākslīgi ietekmēt tirgus varas novērtējuma rezultātu.
- 199 Pat, ja KP apģērbiem un apavu kategoriju būtu izdalījusi atsevišķā konkrētās preces tirgū (ko, kā skaidrots šajā Lēmumā KP nav atzinusi par nepieciešamu), un tiktu konstatēts, ka SIA "SS"

¹¹¹ Saruna ar (*) [HA] 00:42:19-00:56:00

šajā konkrētajā kategorijā dominējošā stāvoklī neatrodas, SIA “SS” joprojām atrastos dominējošā stāvoklī vairumā citu preču kategoriju. Tādēļ pat pie atšķirīgas konkrētās preces tirgus definīcijas, KP ieskatā, secinājumi būtiski nemainītos.

- 200 **SIA “SS” norāda, ka KP, pamatojoties uz EK 2024. gada 14. novembra *Facebook Marketplace* lēmumu¹¹², norāda, ka tā apšaubā konkrētā tirgus definēšanu – horizontālās un vertikālās tiešsaistes sludinājumu platformas piederību vienam konkrētam tirgum. Līdz ar to KP pieeja konkrētā tirgus definēšanai nav konsekventa un saprotama, jo Publiskajā paziņojumā *Tirgus uzraudzībā*¹¹³, KP bijusi viena pieeja konkrēta tirgus definēšanai, savukārt, vēlāk šī pieeja mainījusies, pamatojoties uz praksi, kas attīstīta pēc piedēvētā pārkāpuma perioda.**
- 201 KP Lēmuma 22. rindkopā norādīts, ka Tirgus uzraudzībā uzņēmumi, kas pārvalda tiešsaistes sludinājumu platformas, ir snieguši informāciju KP, ka tie konkurē galvenokārt ar citām horizontāli un vertikāli integrētām platformām.
- 202 KP norāda, ka katras atsevišķā izpētes vai tirgus uzraudzībā konkrētais tirgus tiek definēts, ņemot vērā konkrētos individuālos apstākļus, kas katrā gadījumā var būt atšķirīgi. Ņemot vērā šīs Lietas apstākļus, nav nepieciešams horizontālās un vertikālās sludinājumu platformas izdalīt atsevišķos konkrētajos tirgos, jo tas būtiski neietekmē SIA “SS” tirgus varas novērtējumu. Proti, Lietuvā iegūtie pierādījumi liecina, ka SIA “SS” saglabā spēcīgas un stabilas pozīcijas neatkarīgi no tā, vai tirgus tiek definēts plašāk (iekļaujot dažāda veida sludinājumu platformas) vai šaurāk (izdalot atsevišķus platformu veidus). Vienlaikus norādāms, ka arī Lēmuma 23., 29. un 33. punktā KP ir argumentējusi horizontālo un vertikālo sludinājumu platformu piederību vienam konkrētam tirgum, jo tās ir aizstājamas. Līdz ar to, KP ieskatā, pamatoti ir definējusi konkrēto tirgu kā tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu tirgu Latvijas teritorijā.
- 203 **SIA “SS” norāda, ka KP Lēmumā norādītais par zīmola efektu un pirmā tirgus dalībnieka priekšrocībām, izvirzītie apsvērumi par apjomradītiem ietaupījumiem, minētais par pārslēgšanās izmaksām nav pamatots ar jebkādiem pierādījumiem tieši par SIA “SS” darbību, bet gan ir tikai KP izvirzīti pieņēmumi.**
- 204 KP vērtējums par zīmola efektu, pirmā tirgus dalībnieka priekšrocībām, apjomradītiem ietaupījumiem un pārslēgšanās izmaksām balstīts Tirgus uzraudzībā un Lietuvā iegūtajos datos, kā arī ekonomikas teorijā par digitālo platformu tirgiem, kas atspoguļots Lēmuma 75.-85.punktā. Vienlaikus ilgstoša darbība tirgū ļāvusi SIA “SS” realizēt apjomradītus ietaupījumus un veidot tīkla efektus, un potenciālajiem konkurentiem būtu nepieciešamas ievērojamas investīcijas infrastruktūrā un lietotāju piesaistē.
- 205 **SIA “SS” norāda, ka apsvērumi par vienviesošanos/daudzviesošanos ir pretrunā ar Lietuvā gūtajiem pierādījumiem un iesniegumiem no tirgus dalībnieku puses attiecībā uz noteiktām sludinājumu kategorijām. Proti, Paziņojumā KP secina, ka vismaz sludinājumu skatītāji mēdzot sludinājumus salīdzināt starp vairākām platformām (kas ir pretrunā ar iepriekš norādīto par unikālo apmeklējumu skaitu), bet sludinājumu izvietošana vienlaikus vairākās platformās ir mazāk izplatīta prakse, kas būtībā ir pretrunā ar KP saņemtajiem iesniegumiem par SIA “SS” darbību. Tāpat SIA “SS” norāda, ka KP nav ņemusi vērā EK lēmumos un EST judikatūrā nostiprinātās atziņas par daudzpusējiem tirgiem “two-sided markets”.**
- 206 Lietuvā KP ir apskatījusi vienviesošanas/daudzviesošanas aspektu Lēmuma 83.-85. punktā. Sludinājumu ievietošanas pusē nav konstatējamas pretrunas ar Lietuvā gūtajiem pierādījumiem. Lēmuma 47.punktā KP arī norādījusi uz sludinājumu ievietotāju un sludinājumu skatītāju – aizstājamību pieprasījuma pusē abām lietotāju grupām, ka tā ir līdzīga. Lietotāji abās tiešsaistes sludinājumu platformas pusēs mēdz izvēlēties vienas un tās pašas tiešsaistes sludinājumu

¹¹² EK 14.11.2024. lēmums Nr. AT.40684, Facebook Marketplace, par. 538.

¹¹³ KP Tiešsaistes platformu tirgus uzraudzība, Rīga, 2022, Publiskais ziņojums (turpmāk – “Publiskais ziņojums”), 92. punkts. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/10734/download?attachment>

platformas alternatīvas, kā arī ka lielākajai daļai no platformas lietotājiem ir vienvēidīgi platformas lietošanas paradumi.

- 207 Tāpat norādāms, ka KP ir izvērtējusi EK un EST judikatūrā nostiprinātās atziņas par daudzpusējiem tirgiem, kas atspoguļotas Lēmuma 1. un 3. nodaļā. KP ņēma vērā tādos faktorus, vai tiešsaistes sludinājumu platformu konkurentiem, kas piedāvā aizstājamus produktus katrai lietotāju grupai, atšķiras produktu diferenciācijas pakāpe katrā pusē un to kā katra lietotāju grupa to uztver. Definējot konkrēto tirgu Lietā, KP nonāca pie secinājuma, ka pamatotāk ir piemērot viena tirgus definēšanas pieeju, jo abās platformas lietotāju pusēs, neskatoties uz Tirgus uzraudzībā pirmšķietami secināto, tomēr Lietā būtiskas aizstājamības atšķirības starp lietotāju pusēm nav kontējamas, jo abās pusēs esošie lietotāji mēdz izvēlēties vienas un tās pašas tiešsaistes sludinājumu platformas alternatīvas. Līdz ar to KP ir ievērojusi EK nostiprinātās atziņas par two-sided markets. Vienlaikus SIA "SS" iebildumi par konkrētās preces tirgus definīciju nav pamatoti ar konkrētām EK vai EST prakses atziņām, kas liecinātu par KP veiktās interpretācijas vai piemērošanas neatbilstību. Ņemot vērā, ka šis iebildums balstīts galvenokārt uz paša SIA "SS" vērtējumu bez atsauces uz pretēju iedibinātu praksi, KP ieskatā šī iebilduma tālāka analīze nav lietderīga.
- 208 **SIA "SS" norāda, ka Paziņojumā nav pierādīts kritērijs LESD 102. panta piemērošanai, vienlaikus SIA "SS" viedoklī pauž, ka KP secinājumi, Lēmuma 40.-42. un 48. punktā definējot tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu ģeogrāfisko tirgu kā Latvijas teritoriju, ir kļajā pretrunā ar Lēmuma 98. punktā izvirzītajiem apsvērumiem, ka SIA "SS" tiek izmantota, lai reklamētu preces un pakalpojumus ārvalstīs, kā arī Lēmuma 97. punktā norādītajam, ka SIA "SS" sadaļa ss.com ir pieejama arī angļu valodā, tādējādi būtībā nonākot pretrunā ar iepriekšējiem apgalvojumiem par valodas lietojumu. Ievērojot šos apsvērumus, SIA "SS" norāda, ka arī Padomes izvēlēta ģeogrāfiskā tirgus definīcija ir nepietiekami pamatota un līdz ar to arī jebkāda SIA "SS" ietekme un tirgus vara tirgū ir noteikta neatbilstoši un ir vērojams konsekvences trūkums, norādīts, ka konkrētajā lietā ģeogrāfiskais tirgus ir nosakāms Latvijas teritorijas robežās, vienlaikus piemērojot LESD 102. pantu, paplašinot sākotnēji piedāvāto konkrētā tirgus definīciju.**
- 209 KP paskaidro, ka, neskatoties uz platformas ss.lv pamata lietošanu Latvijas iedzīvotāju un komersantu vajadzībām, platformu var lietot, lai reklamētu preces, kas ir pieejamas ārvalstīs un to var apskatīt arī ārvalstīs esošie klienti, turklāt sadaļa ss.com ir pieejama arī angļu valodā. Vienlaikus KP norāda, ka viedoklī SIA "SS" nav argumentējusi, kā ģeogrāfiskā tirgus definīcija būtu nosakāma un kāda, SIA "SS" ieskatā, ir pareizā konkrētā ģeogrāfiskā tirgus definīcija.
- 210 Lietā konkrētais tirgus ir definēts kā tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu tirgus Latvijas teritorijā. Lai gan konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir noteikts nacionāli, Latvijas teritorijas robežās, tas neliedz piemērot LESD 102. pantu. Savukārt LESD 102. panta piemērošana nekādā veidā neietekmē un nepaplašina konkrētā tirgus definīciju.
- 211 Kā norādīts sadaļā "Līguma par Eiropas Savienības darbību 102. panta piemērošana", lai varētu tikt piemērots LESD 102. pants, lietā ir jākonstatē ietekme uz tirdzniecību starp dalībvalstīm. No LESD 102. panta formulējuma un EST judikatūras izriet, ka ietekmi uz tirdzniecību nosaka, pamatojoties uz trim elementiem (kritērijiem): "tirdzniecība starp dalībvalstīm", "var iespaidot", "ievērojami"¹¹⁴.
- 212 Ietekme uz tirdzniecību "starp dalībvalstīm" nozīmē, ka jābūt ietekmei uz pārrobežu saimniecisko darbību, kurā iesaistītas vismaz divas dalībvalstis. Vienlaikus ietekmes uz tirdzniecību kritērija piemērošana nav atkarīga no konkrēto ģeogrāfisko tirgu definīcijas. Tirdzniecība starp dalībvalstīm var būt ietekmēta gan valsts, gan reģionāla mēroga konkrētā tirgus gadījumā¹¹⁵. Ja uzņēmums, kuram ir dominējošs stāvoklis visā kādas dalībvalsts teritorijā, savu stāvokli izmanto ļaunprātīgi un izslēdzoši, tirdzniecība starp dalībvalstīm parasti

¹¹⁴ Tulkojums no angļu valodas - "the concept of "trade between Member States", The notion of "may affect", and the concept of "appreciability".

¹¹⁵ Pamatnostādnes, 21. punkts.

- var tikt ietekmēta¹¹⁶. KP ir pierādījusi, ka šajā Lietā tirdzniecība starp dalībvalstīm var tikt ietekmēta, to tostarp detalizētāk aprakstot sadaļā “LESD 102. panta piemērošana”.
- 213 Tāpat atbilstoši EST praksei, nav nepieciešami pierādījumi tam, ka ļaunprātīga rīcība faktiski ir ietekmējusi tirdzniecību starp dalībvalstīm. Pietiek, ja ļaunprātīgā rīcība “spēj” radīt šādu ietekmi¹¹⁷, ko KP arī ir pierādījusi un detalizētāk aprakstījusi sadaļā “LESD 102. panta piemērošana”.
- 214 SIA “SS” norāda, ka Lēmuma 96. punktā minētais arguments, ka personas no citām ES dalībvalstīm, kas vēlētos iegādāties Latvijā nekustamo īpašumu vai lietotu transportlīdzekli, visticamāk izmantotu ss.lv platformu, jo platformā pieejams lielākais preču klāsts, nav pamatots. SIA “SS” ieskatā, apgalvojums veikts, pamatojoties uz vispārīgiem secinājumiem, taču, SIA “SS” ieskatā, personas no citām ES dalībvalstīm primāri sev interesējošos sludinājumus apskatītu Meta Platforms Inc. sociālās tīklošanās platformas “Facebook” piedāvātajā sadaļā “Marketplace”, kas spēj aizstāt klasisko tiešsaistes sludinājumu platformu sniegtos pakalpojumus.
- 215 KP vērš uzmanību, ka SIA “SS” attiecīgajā punktā ir neprecīzi atspoguļojusi rakstīto, apgalvojot, ka KP ir norādījusi, ka personas no citām ES dalībvalstīm, visticamāk, izmantotu ss.lv platformu.
- 216 Attiecīgajā punktā KP norādījusi “Līdz ar to personai no citas ES valsts, kas ar sludinājumu palīdzību vēlētos iegādāties, piemēram, Latvijā esošu nekustamo īpašumu vai lietotu transportlīdzekli, lielākais šādu preču klāsts būtu meklējams ss.lv.” KP nav ietvērusi spekulācijas par to, vai personas no citām ES dalībvalstīm, visticamāk, izmantotu ss.lv platformu, vien norādījusi, ka šajā platformā būtu pieejams lielākais preču klāsts Latvijā.
- 217 Pretēji SIA “SS” apgalvotajam, šāds apgalvojums nav veikts, pamatojoties uz vispārīgiem secinājumiem. Tieši pretēji – tas izriet no tirgus dalībnieku¹¹⁸ sniegtās informācijas par ievietoto sludinājumu skaitu pa gadiem, ko tostarp KP izmantojusi, lai aprēķinātu tirgus daļas. Konkrēti, piemēram, no Lēmuma 61. punkta un tālāk esošā 1. attēla (veidoti, pamatojoties uz tirgus dalībnieku iesniegto informāciju) skaidri izriet, ka ss.lv platformā laika posmā no 2019. gada līdz 2024. gada oktobrim (kurā tostarp ietilpst pārkāpuma periods) ir ievietots vislielākais sludinājumu skaits, salīdzinot ar tā konkurentiem.
- 218 To ievērojot, KP secina, ka SIA “SS” paustais apgalvojums ir vien SIA “SS” subjektīvais viedoklis, kas nav pamatots ar atsauci uz datiem vai jebkādu citu informāciju, kas apstiprinātu šāda viedokļa pamatotību.
- 219 SIA “SS” norāda uz KP nekonsekvenci, jo KP Publiskajā ziņojumā, analizējot divpusējo tirgu, t.sk. arī ss.lv platformu, pirmkārt, ir atzinusi, ka starp abām lietotāju pusēm pastāv aizstājamība. Vienlaikus tiek norādīts, ka aizstājamība starp pusēm ir nedaudz asimetriska, taču, lai izvairītos no kļūdaini definētām konkrētām tirgus robežām, KP uzskata, ka nepieciešams definēt vairākus konkrētos tirgus.¹¹⁹ Pretēju secinājumu KP ir veikusi, Lēmuma 37. punktā norādot, ka piedāvājuma pusē aizstājamība ar cita veida tiešsaistes platformām nepastāv.
- 220 KP atkārtoti paskaidro, ka Lieta nav sasaistīta ar secinājumiem, kuri bija izteikti Tirgus uzraudzībā par konkrētā tirgus definējumu, jo katrā atsevišķā pārkāpuma lietā konkrētais tirgus tiek definēts, ņemot vērā konkrētās lietas individuālos apstākļus. Turklāt Tirgus uzraudzības Publiskā ziņojuma 158. rindkopā tiek secināts par vienas platformas divām lietotāju pusēm (sludinājumu apskatītājiem un ievietotājiem) un to aizstājamību, bet Lēmuma attiecīgajā rindkopā tiek secināts par tiešsaistes sludinājumu platformu veidu aizstājamību, līdz ar to minētie avoti analizē atšķirīgus aizvietojamības aspektus.
- 221 SIA “SS” norāda, ka Padome ir tendenciozi vērtējusi Izpētes lietā esošos pierādījumus un

¹¹⁶ Pamatnostādnes, 93. punkts.

¹¹⁷ EST 09.11.1983. spriedums C-322/81, Michelin v Commission, 104. punkts; VT 07.10.1999. spriedums T228/97 Irish sugar, 170. punkts.

¹¹⁸ Ss.lv; visidarbi.lv; andelemandele.lv; Facebook Marketplace; city24.lv; Auto24.lv; pp.lv; reklama.lv; cv.lv; dalder.lv

¹¹⁹ Publiskais ziņojums 158. punkts

nepamatoti konstatējusi SIA “SS” dominējoša stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu, tostarp SIA “SS” norāda, ka KP nav norādījusi, kuri no KP rīcībā esošajiem iesniegumiem ir attiecināmi uz “konkurenta izslēdzošu rīcību”. SIA “SS” ieskatā, no izpētes lietas materiāliem saprotams, ka tie varētu būt iesniegumi, kuri saņemti no SIA “INBOKSS”, attiecīgi apskatītais periods ir būtiski īsāks nekā KP norādītais iespējamais pārkāpuma periods.

- 222 KP uzsver, ka nevis “iesniegumu attiecināmība” veido pārkāpuma periodu, bet SIA “SS” veiktās konkurenta izslēdzošās rīcības fakta ilgums. Attiecīgi, pārkāpuma periods ir noteikts, ņemot vērā visus Lēmumā minētos pierādījumus, nevis šauri sasaistot individuāla iesnieguma saturu ar pārkāpuma periodu.
- 223 Pretēji SIA “SS” apgalvotajam, Lēmumā ir skaidri norādīts, kuri no KP rīcībā esošajiem pierādījumiem apliecina SIA “SS” rīcības izslēdzošo ietekmi. Kā norādīts Lēmuma 111. punktā, pierādījumi, kuri apliecina SIA “SS” izslēdzošās rīcības praksi, ir pievienoti Lēmumam kā 1.–11. pielikums. Papildus Lēmuma 6. nodaļā ir ietverta SIA “SS” rīcības izslēdzošās ietekmes pierādījumu analīze.
- 224 Papildus Lēmuma 2. punktā ir skaidri norādīts, ka SIA “SS” izslēdzošo praksi ir īstenojusi no 13.03.2020. līdz 27.05.2021. Lēmuma 2. punkta zemsvītras atsaucē (atsauce Nr. 1) ir skaidri norādīts, kuri KP rīcībā esošie pierādījumi liecina par pārkāpuma perioda sākumu un beigām. Proti, pārkāpuma perioda sākums izriet no SIA “Forum auto” iesnieguma, kurā SIA “Forum auto” konstatējis ievietoto sludinājumu dzēšanu paralēlas sludinājumu ievietošanas pp.lv platformā dēļ un no KP inspekcijas laikā iegūtās e-pastu sarakstes par SIA “Inchape Motors Latvia”, kas apstiprina SIA “Forum auto” iesniegumā ietverto informāciju. Turpretī pārkāpuma periods tiek noslēgts ar 27.05.2021. e-pasta saraksti starp SIA “SS” darbiniekiem, kas ir jaunākais lietā iegūtais pierādījums par SIA “SS” piemēroto izslēdzošo praksi.
- 225 **SIA “SS” apgalvo, ka KP, veicot secinājumus, balstās uz e-pastu sarakstēm, taču vairākos gadījumos tiek pieņemti lēmumi, neņemot vērā iespējamās alternatīvos skaidrojumus vai objektīvus iemeslus lietotāju bloķēšanai.**
- 226 Atbilstoši šajā Lēmumā jau iepriekš norādītajam, lai konstatētu dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu izslēdzošās prakses veidā ir jāņem vērā trīs kritēriji: 1) vai dominējošā uzņēmuma rīcība novirzās no konkurences uz snieguma pamata¹²⁰; 2) vai šāda dominējošā uzņēmuma rīcība var radīt izslēdzošu ietekmi¹²¹; 3) ja tiek konstatēts, ka rīcība rada izslēdzošu ietekmi, ir jāizvērtē, vai šādai rīcībai nav objektīva pamatojuma¹²².
- 227 Pirmo divu kritēriju pierādīšanas pienākums gulstas uz KP. Turpretī trešā kritērija izvērtējums ir saistīts ar rīcības objektīvo pamatojumu. Proti, uz rīcību, kas var būt ļaunprātīga, var neattiekties LESD 102. pantā paredzētais aizliegums, ja dominējošais uzņēmums var pierādīt, ka šāda rīcība ir objektīvi pamatota. Lai rīcība būtu objektīvi pamatota, tai jābūt: (i) objektīvi nepieciešamai (tā saukta “objektīvas nepieciešamības arguments”) vai (ii) jārada efektivitātes pieaugums, kas atsvēr vai pat pārspēj rīcības negatīvo ietekmi uz konkurenci (t. s. “efektivitātes arguments”)¹²³.
- 228 Atbilstoši Eiropas Savienības Tiesas judikatūrai trešā kritērija jeb objektīvas nepieciešamības vai efektivitātes argumenta pierādīšanas pienākums, pretēji pirmajiem diviem kritērijiem,

¹²⁰ EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 68. un 103. punkts, EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 129.–131. punkts.

¹²¹ EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 68. un 103. punkts, EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 129.–131. punkts.

¹²² EST 27.03.2012. spriedums *Post Danmark*, C-209/10, 40. un 41. punkts un tajos minētā judikatūra; EST 30.01.2020. spriedums *Generics (UK)* u. c., C-307/18, 165. punkts; EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 84. punkts; EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 201. un 202. punkts. Sniegtie piemēri nav izsmeljoši attiecībā uz iespējamiem objektīviem pamatojumiem, ko var minēt LESD 102. panta lietu kontekstā.

¹²³ EST 27.03.2012. spriedums *Post Danmark*, C-209/10, 40. un 41. punkts un tajos minētā judikatūra; EST 30.01.2020. spriedums *Generics (UK)* u. c., C-307/18, 165. punkts; EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 84. punkts; EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 201. un 202. punkts. Sniegtie piemēri nav izsmeljoši attiecībā uz iespējamiem objektīviem pamatojumiem, ko var minēt LESD 102. panta lietu kontekstā.

- gulstas uz dominējošo uzņēmumu¹²⁴. To ievērojot, lai KP varētu izvērtēt, vai SIA “SS” rīcība bija objektīvi nepieciešama, SIA “SS” ir pienākums to pierādīt. Proti, objektīvas nepieciešamības argumentam ir jābūt pamatotam ar pierādījumiem, ka dominējošā uzņēmuma rīcība bija objektīvi nepieciešama, lai sasniegtu noteiktu mērķi.¹²⁵ Objektīvas nepieciešamības argumenta pierādīšanai ir nepieciešams pārliecinošs un konsekvents pierādījumu kopums.¹²⁶
- 229 Pirms Paziņojuma sagatavošanas SIA “SS” nebija iesniedzis KP apsvērumus, kas apliecina, ka SIA “SS” rīcība bija objektīvi nepieciešama, attiecīgi KP nevarēja veikt SIA “SS” skaidrojuma izvērtēšanu. Papildus, kā izriet no tālāk aprakstītā, arī pēc tā, t. i., līdz šī Lēmuma pieņemšanas brīdim, SIA “SS” nav iesniegusi nedz pamatotu argumentāciju, nedz pierādījumus, kas apliecinātu, ka SIA “SS” rīcība būtu bijusi objektīvi nepieciešama.
- 230 **SIA “SS” ieskatā, frāze “profilaktiska bloķēšana”, piemēram, 02.09.2020. e-pasta vēstulē bez nepārprotamiem un faktiskiem pierādījumiem nevar tikt uzskatīta par pietiekamu pamatu dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas konstatēšanai. KP secinājumi esot balstīti uz subjektīvu frāžu interpretāciju, nevis objektīvā pierādījumu analizē, ņemot vērā EST judikatūrā nostiprinātās atziņas.**
- 231 Vērtējot SIA “SS” rīcības izslēdzošās ietekmes esību, KP ir ņēmusi vērā visus tās rīcībā esošos pierādījumus, kas tostarp ir atspoguļoti gan Lēmuma 1.–11. pielikumā, gan analizēti Lēmuma 6. nodaļā. To ievērojot, KP secinājumi ir balstīti objektīvā pierādījumu analizē un tie nav pretrunā EST 19.01.2023. sprieduma lietā *Unilever Italia Mkt Operations*, C-680/20, 40. punktā vai EST 19.04.2012. spriedums lietā *Tomra u.c./Komisija*, C-549/10 P, 18. punktā paustajām atziņām, uz ko atsaucas SIA “SS”. Vērtējot 02.09.2020. e-pasta vēstulē rakstīto, KP ir ņēmusi vērā visus KP rīcībā esošos faktiskos apstākļus, kas saistīti ar 02.09.2020. e-pasta vēstuli.
- 232 Proti, interpretējot 02.09.2020. e-pasta vēstulē ietverto frāzi “profilaktiska bloķēšana”, KP ņēma vērā visu 02.09.2020. e-pasta vēstulē ietverto tekstu “*bloķēts ar (*) [BA] lēmumu, jo tika publicēti sludinājumi pp.lv. Tā ir profilaktiska bloķēšana, lai parādītu konkurenta nenozīmīgumu. Līdzekļu atmaksa tiks veikta pēc 11.09*” (KP tulkojums, sk. 3. pielikumu).”
- 233 Ievērojot citāta pirmajā teikumā ietverto, KP secina, ka ss.lv lietotāji tiek bloķēti to sadarbības ar pp.lv dēļ.
- 234 Kā norādīts iepriekš, 02.09.2020. e-pasta vēstule ir tikai viens no pierādījumiem, kas tika izmantots, lai pierādītu SIA “SS” rīcības izslēdzošās ietekmes esību, un kas tiek vērtēts kopsakarā ar pārējiem Lietā iegūtajiem pierādījumiem.
- 235 **SIA “SS” ieskatā, KP nav pietiekami skrupulozi analizējusi cēloņsakarību starp katra lietotāja profila bloķēšanu vai sludinājuma dzēšanu, tādējādi neesot izslēgti visi alternatīvie iemesli SIA “SS” rīcībai: 1) datu kvalitātes nodrošināšana – dublēti sludinājumi vairākās platformās varot radīt maldinošu informāciju un nekonsekventas cenas; 2) drošības un krāpniecības novēršana – masveida automatizēta kopēšana bieži korelē ar viltus profiliem un datu noplūdes risku; 3) rīcība varētu būt veikta saskaņā ar ss.lv lietošanas noteikumiem; 4) prasība neizmantot konkurenta SIA “INBOKSS” e-pasta adreses bijusi vērsta uz to, lai SIA “INBOKSS” nevarētu iegūt pilnu informāciju par SIA “SS” klientiem un veidotu to datu bāzi. Papildus SIA “SS” uzskata, ka lietā ietvertais pierādījums – 15.04.2021. e-pasta vēstule - neesot interpretējams kā mērķtiecīga rīcība ierobežot konkurentu SIA “INBOKSS”.**

¹²⁴ EST 06.10.2015. spriedums *Post Danmark*, C-23/14, 49. punkts; 17.09.2007. spriedums *Microsoft/Komisija*, T-201/04, 688. un 1144. punkts; 10.11.2021. spriedums *Google un Alphabet / Komisija (Google Shopping)*, T-612/17, 554. punkts; 14.09.2022. spriedums *Google un Alphabet / Komisija (Google Android)*, T-604/18, 601. punkts. Uzņēmumam, kas izmanto attiecīgo argumentu, lai atspēkotu konstatēto pārkāpumu, ir pienākums pierādīt, ka izpildās nosacījumi šā argumenta izmantošanai (Padomes 2002. gada 16. decembra Regula (EK) Nr. 1/2003 par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti Līguma 81. un 82. pantā (tagad LESD 101. un 102. pants), 5. apsvērums un 2. pants).

¹²⁵ EST 03.10.1985. spriedums *CBEM / CLT un IPB*, C-311/84, 26. un 27. punkts.

¹²⁶ EST 01.07.2010. spriedums *AstraZeneca/Komisija*, T-321/05, 686. punkts (sk. arī 688.–689. un 693. punktu, kuros norādīts, ka apgalvojums par objektīvo attaisnojumu nav ticams, jo nav neviena iekšējā dokumenta, kas pamatotu iespējamo attaisnojumu, un *AstraZeneca* rīcība dažādās dalībvalstīs nav konsekventa); 10.11. 2021. spriedums *Google un Alphabet / Komisija (Google Shopping)*, T-612/17, 577. punkts.

- 236 Vispirms KP norāda, ka KP ir sniegusi 15.04.2021. e-pasta vēstules analīzi. No konkrētā e-pasta KP secina, ka personām, kas sludinājumu publicēšanai izmantoja e-pastu, kas pieder SIA "SS" konkurentam SIA "INBOKSS" (www.inbox.lv), tika traucēta piekļuve ss.lv pakalpojumam. Proti, ja lietotāja e-pasts bija reģistrēts www.inbox.lv, tika traucēta tā izmantošana sludinājumu publicēšanai ss.lv. Faktu, ka KP veiktā analīze ir atbilstoša, ir apstiprinājis arī SIA "SS", viedoklī uz Paziņojumu norādot, ka "SIA "SS" lietotājiem prasīja neizmantot sava konkurenta SIA "INBOKSS" e-pasta adreses". Precizējot, ar 4) punktā ietverto skaidrojumu SIA "SS" tieši apstiprina KP secinājumu, ka ir īstenojusi konkurenta izslēdzošu praksi, proti, SIA "SS" prasīja saviem lietotājiem neizmantot sava konkurenta SIA "INBOKSS" e-pasta adreses.
- 237 Turpinot SIA "SS" iebildumu analīzi, KP skaidro, ka SIA "SS" ir pienākums norādīt KP visus iemeslus SIA "SS" rīcībai, lai KP var izvērtēt, vai tā ir objektīvi nepieciešama. Tas secināms no tiesu prakses, no kuras izriet, ka objektīvas nepieciešamības pierādīšanas pienākums gulstas uz dominējošo uzņēmumu.¹²⁷ Proti, uz dominējošā stāvoklī esoša tirgus dalībnieka ļaunprātīgu rīcību var neattiekties LESD 102. pantā paredzētais aizliegums, ja dominējošais uzņēmums var pierādīt, ka šāda rīcība ir objektīvi pamatota. Lai rīcība būtu objektīvi pamatota, tai jābūt objektīvi nepieciešamai (t.s. "objektīvās nepieciešamības arguments") vai jārada efektivitātes pieaugums, kas atsver vai pat pārspēj rīcības negatīvo ietekmi uz konkurenci (t.s. "efektivitātes arguments").¹²⁸ Objektīvas nepieciešamības argumenta pierādīšanai ir nepieciešams pārliecinošs un konsekvents pierādījumu kopums.¹²⁹ Objektīvas nepieciešamības argumentam ir jābūt pamatotam ar pierādījumiem, ka dominējošā uzņēmuma rīcība bija objektīvi nepieciešama, lai sasniegtu noteiktu mērķi.¹³⁰
- 238 Arī tiesu praksē ir noteikts, ka objektīvas nepieciešamības arguments tiks pieņemts tikai tad, ja rīcības radītā faktiskā vai potenciālā izslēdzošā ietekme ir samērīga ar izvirzīto nepieciešamo mērķi.¹³¹ Samērīguma nosacījums nav izpildīts, ja tādu pašu mērķi varētu sasniegt ar līdzekļiem, kas mazāk ierobežo konkurenci.¹³²
- 239 Atbildot uz Paziņojumu, SIA "SS" nav iesniedzis pierādījumus, kas apliecinātu, ka tā rīcība bija objektīvi nepieciešama. Tā vietā SIA "SS" ir sniedzis vien pieļāvuma formā paustus apsvērumus, kas, SIA "SS" ieskatā, varētu būt uzskatāmi par SIA "SS" rīcības objektīvo skaidrojumu. To ievērojot, KP secina, ka konkrētajā gadījumā objektīvās nepieciešamības arguments nav pierādīts, iztrūkstot gan skaidri norādītam pamatojumam (nevis pamatojuma minējumiem), gan pierādījumiem, kas apliecina, ka SIA "SS" rīcība bija objektīvi nepieciešama, lai sasniegtu noteiktu mērķi.
- 240 Vienlaikus KP vērš uzmanību uz tiesu praksē noteikto, no kā izriet, ka SIA "SS" objektīvā attaisnojuma iemesls un ar to saistītie argumenti un pierādījumi ir jānorāda administratīvajā procesā iestādē, īpaši gadījumā, kad SIA "SS" ir vienīgais, kurš zina šos objektīvos attaisnojumus.¹³³

¹²⁷ EST 06.10. 2015. spriedums *Post Danmark*, C-23/14, 49. punkts; 17.09.2007. spriedums *Microsoft/Komisija*, T-201/04, 688. un 1144. punkts. 10.11.2021. spriedums *Google un Alphabet / Komisija (Google Shopping)*, T-612/17, 554. punkts; 14.09.2022. spriedums *Google un Alphabet / Komisija (Google Android)*, T-604/18, 601. punkts. Uzņēmumam, kas izmanto attiecīgo argumentu, lai atspēkotu konstatēto pārkāpumu, ir pienākums pierādīt, ka izpildās nosacījumi šā argumenta izmantošanai (Padomes 2002. gada 16. decembra Regula (EK) Nr. 1/2003 par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti Līguma 81. un 82. pantā (tagad LESD 101. un 102. pants), 5. apsvērums un 2. pants).

¹²⁸ EST 27.03. 2012. spriedums *Post Danmark*, C-209/10, 40. un 41. punkts un tajos minētā judikatūra; 30.01.2020. spriedums *Generics (UK) u. c.*, C-307/18, 165. punkts; 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale u. c.*, C-377/20, 84. punkts; 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 201. un 202. punkts. Sniegtie piemēri nav izsmēloši attiecībā uz iespējamiem objektīviem pamatojumiem, ko var minēt LESD 102. panta lietu kontekstā.

¹²⁹ EST 01.07.2010. spriedums *AstraZeneca/Komisija*, T-321/05, 686. punkts (sk. arī 688.–689. un 693. punktu, kuros norādīts, ka apgalvojums par objektīvo attaisnojumu nav ticams, jo nav neviena iekšējā dokumenta, kas pamatotu iespējamo attaisnojumu, un *AstraZeneca* rīcība dažādās dalībvalstīs nav konsekventa); 10.11.2021. spriedums *Google un Alphabet / Komisija (Google Shopping)*, T-612/17, 577. punkts.

¹³⁰ EST 03.10.1985. spriedums *CBEM / CLT un IPB*, C-311/84, 26. un 27. punkts.

¹³¹ EST 12.05. 2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale u. c.*, C-377/20, 103. punkts; 14.09.2022. spriedums *Google un Alphabet / Komisija (Google Android)*, T-604/18, 883. punkts.

¹³² EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale u. c.*, C-377/20, 103. punkts; 14.09.2022. spriedums *Google un Alphabet / Komisija (Google Android)*, T-604/18, 883. punkts.

¹³³ EST 01.07.2010. spriedums lietā *AstraZenecaAB un AstraZeneca plc pret Komisiju*, T-321/05, 686. punkts, kurā noteikts: Šajā ziņā vispirms ir jāvērtē uzmanība uz to, ka šis objektīvais attaisnojums pirmo reizi ir izvirzīts tiesvedības laikā Vispārējā

- 241 Neraugoties uz to, ka SIA "SS" iesniegtajā Viedoklī iztrūkst skaidri norādīta pamatojuma un pierādījumu, kas, KP ieskatā, nesasniedz objektīvas nepieciešamības pamatojuma sliekšni, KP ir veikusi SIA "SS" norādīto apsvērumu detalizētu izvērtējumu.
- 242 Par pirmo apsvērumu. SIA "SS" tikai norāda, ka SIA "SS" rīcība varētu būt skaidrota ar datu kvalitātes un meklēšanas efektivitātes nodrošināšanu, bet nesniedz nevienu pamatotu pierādījumu šī apgalvojuma pamatojumam. Tāpat SIA "SS" nav iesniedzis pierādījumus, kas apliecinātu, ka, dzēšot lietotāju sludinājumus/bloķējot lietotāju kontus, SIA "SS" būtu konstatējis, ka citā tiešsaistes platformā izvietotajā sludinājumā ir ievietots atšķirīgs preces apraksts/preces cena. Tas apliecina, ka SIA "SS" izvirzītais apsvēruma ir vien teorētisks, taču praksē SIA "SS" to nav ievērojusi, lemjot par izslēdzošas rīcības piemērošanu.
- 243 Papildus KP vērš uzmanību, ka ikvienam klientam ir tiesības izvietot sludinājumu jebkurā tiešsaistes sludinājumu platformā, ievērojot tās lietošanas noteikumus, tostarp, katrā sludinājumā norādot atšķirīgu preces cenu vai aprakstu. Klients maksā attiecīgajai platformai par sludinājumu izvietojumu, un tā nav tiesīga ierobežot klienta rīcību attiecībā uz tā darbībām ārpus konkrētās sludinājumu platformas.
- 244 Par otro apsvērumu. SIA "SS" norāda, ka SIA "SS" rīcība varētu būt skaidrota ar drošības un krāpniecības novēršanas pasākumiem, bet nesniedz nevienu pamatotu pierādījumu šī apgalvojuma pamatojumam. Tāpat SIA "SS" nav iesniedzis pierādījumus, kas apliecinātu, ka dzēšot lietotāju sludinājumus/bloķējot lietotāju kontus, SIA "SS" būtu konstatējis, ka ir veikta masveida sludinājumu automatizēta kopēšana vai ka tas tiek darīts, pamatojoties uz viltus/neautentisku profilu izmantošanu. Tas apliecina, ka SIA "SS" izvirzītais apsvēruma ir vien teorētisks, taču praksē SIA "SS" to nav ievērojusi, lemjot par izslēdzošas rīcības piemērošanu.
- 245 Par trešo apsvērumu. Pirmkārt, ar šo apsvērumu SIA "SS" nevis norāda objektīvi attaisnojošu iemeslu SIA "SS" rīcībai, bet gan izsaka pārmetumu KP, ka iztrūkstot vērtējums par to, vai SIA "SS" rīcība ir veikta saskaņā ar ss.lv lietošanas noteikumiem. Otrkārt, pretēji SIA "SS" apgalvotajam, Lēmumā tas ir vērtēts (skat. Lēmuma 136., 144., 156., 167., 170. punktu).
- 246 Par ceturto apsvērumu. Pirmkārt, SIA "SS" tikai norāda, ka SIA "INBOKSS" ir teorētiska iespēja iegūt pilnu informāciju par SIA "SS" klientiem un veidot SIA "SS" klientu datu bāzi, nevis ka SIA "INBOKSS" šo iespēju ir izmantojis. Otrkārt, ja SIA "SS" rīcībā ir informācija, ka SIA "INBOKSS" neautorizēti piekļūst tā lietotāju e-pastiem, iepazīstas ar to saturu un veic analīzi, SIA "SS" bija iespēja informēt konkrētas fiziskās personas vai patstāvīgi vērsties kompetentajās iestādēs (piemēram, Valsts policija, Datu Valsts inspekcija). Treškārt, dominējošā uzņēmuma uzdevums nav pēc savas iniciatīvas veikt pasākumus, lai, raugoties vispārīgāk, panāktu, lai citi uzņēmumi ievērotu tiesību aktus.¹³⁴ To ievērojot, KP ieskatā, arī šis arguments nepierāda, ka SIA "SS" izslēdzošā rīcība bija objektīvi nepieciešama.
- 247 **SIA "SS" apgalvo, ka Lēmumā ietvertais pierādījums – 11.09.2020. e-pasta vēstule – neesot interpretējams kā konsekventa un mērķtiecīga rīcība ierobežot konkurentu SIA "INBOKSS". To nevarot uzskatīt par atzišanos pārkāpumā, jo šo rīcību objektīvi varot skaidrot kā: a) politikas pielāgošanu jaunajiem tirgus apstākļiem; b) konsekvences un risku mazināšanu, piemēram, pārskatot SIA "SS" iekšējo politiku; c) klientu sūdzības pārvaldības un kvalitātes kontroles uzlabošanu.**
- 248 Arī šeit KP vispirms vērš uzmanību, ka SIA "SS" ir apstiprinājis, ka ierobežo tā konkurentu SIA "INBOKSS", viedoklī uz Paziņojumu norādot, ka "SIA "SS" lietotājiem prasīja neizmantot sava konkurenta SIA "INBOKSS" e-pasta adreses".

tiesā. Ir jānorāda, ka, lai gan Komisijai ir jāņem vērā iespējams objektīvs attaisnojums rīcībai, kas var veidot dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu, tomēr konkrētajam uzņēmumam šis objektīvā attaisnojuma iemesls ir jānorāda administratīvajā procesā un ir jāizvirza ar to saistītie argumenti un pierādījumi (šajā ziņā skat. Tiesas 2007. gada 15. marta spriedumu lietā C-95/04 P British Airways/Komisija, Krājums, I-2331. lpp., 69. punkts, un iepriekš 32. punktā minēto spriedumu lietā Microsoft/Komisija, 1144. punkts). Tas tā it īpaši ir gadījumā, kad konkrētais uzņēmums ir vienīgais, kurš zina šo objektīvo attaisnojumu vai dabiski atrodas labākā situācijā nekā Komisija, lai norādītu uz tā esamību un pierādītu tā nozīmīgumu.

¹³⁴ EST 12.12.1991. gada spriedums *Hilti*/Komisija, T-30/89, 116.–118. punkts.

- 249 Papildus SIA "SS" ir iesniedzis apsvērumus, kas varētu skaidrot 11.09.2020. e-pasta vēstulē pieminēto amnestijas kampaņu, proti, kas varētu skaidrot šādas rīcības objektīvo nepieciešamību.
- 250 Vienlaikus KP skaidro, ka no Lēmuma neizriet, ka pati 11.09.2020. e-pasta vēstule rada SIA "SS" konkurenta ierobežošanu. 11.09.2020. e-pasta vēstuli KP ir izmantojusi kā apliecinājumu attiecībā uz SIA "SS" iepriekš veiktajām darbībām. No 11.09.2020. e-pasta vēstules KP ir izdarījusi secinājumu, ka saistībā ar pp.lv darbības uzsākšanu, SIA "SS" pret platformas lietotājiem bija veicis to darbības ierobežošanu, bet [BA] ir devis rīkojumu veikt plašu amnestijas kampaņu tiem platformas ss.lv lietotājiem, pārtraucot lietotāju darbības ierobežošanu (proti, tos atbloķējot) saistībā ar vienlaicīgu sludinājumu ievietošanu pp.lv.
- 251 SIA "SS" iesniegtie rīcības objektīvie apsvērumi ir attiecināmi uz 11.09.2020. e-pasta vēstulē norādīto amnestijas kampaņu, ne uz SIA "SS" iepriekš veikto darbību, veicot lietotāju darbības ierobežošanu saistībā ar vienlaicīgu sludinājumu ievietošanu pp.lv.
- 252 Ņemot vērā iepriekš minēto, šo apsvērumu analīzei konkrētajā lietā nav nozīmes. Turklāt, pat ja tomēr būtu, arī šajā daļā SIA "SS" nav iesniedzis pierādījumus, kas apliecinātu, ka tā rīcība bija objektīvi nepieciešama. Tā vietā SIA "SS" ir sniedzis vien pieļāvuma formā paustus apsvērumus, kas, SIA "SS" ieskatā, varētu būt uzskatāmi par SIA "SS" rīcības objektīvo skaidrojumu. To ievērojot, KP secina, ka konkrētajā gadījumā objektīvās nepieciešamības arguments nav pierādīts, iztrūkstot gan skaidri norādītam pamatojumam (nevis pamatojuma minējumam), gan pierādījumiem, kas apliecina, ka SIA "SS" rīcība bija objektīvi nepieciešama, lai sasniegtu noteiktu mērķi.
- 253 Papildus norādāms, ka SIA "SS" izslēdzošā rīcība nav mainījies un ir turpinājusies arī pēc 11.09.2020. e-pasta vēstules, ko apliecina, piemēram, 02.10.2020. elektroniskā pasta sarakste, ko KP detalizētāk aprakstījusi Lēmumā.
- 254 **SIA "SS" apgalvo, ka, lai pierādītu, ka tirgus dalībnieks ļaunprātīgi izmanto dominējošo stāvokli, ir nepieciešams konstatēt ilgtermiņa ietekmi, kas ir sistemātiska un nozīmīga uz konkurenci vai patērētājiem. SIA "SS" norāda, ka KP nav skaidri un nepārprotami definējusi SIA "SS" kaitīgo ilgtermiņa ietekmi uz citiem tirgus dalībniekiem vai patērētājiem.**
- 255 Dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana var tikt īstenota vairākos veidos, katram no tiem pastāvot atšķirīgam pierādīšanas standartam. Lēmumā KP ir ietvērusi no tiesu prakses izrietošos kritērijus, kas attiecināmi uz dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu izslēdzošas prakses veidā, proti: 1) vai dominējošā uzņēmuma rīcība novirzās no konkurences uz snieguma pamata¹³⁵; 2) vai šāda dominējošā uzņēmuma rīcība var radīt izslēdzošu ietekmi¹³⁶; 3) ja tiek konstatēts, ka rīcība rada izslēdzošu ietekmi, ir jāizvērtē, vai šādai rīcībai nav objektīva pamatojuma¹³⁷. Katrs no kritērijiem detalizētāk skaidrots Lēmumā. KP vērs uzmanību, ka no šiem kritērijiem neizriet KP pienākums konstatēt SIA "SS" kaitīgo ilgtermiņa ietekmi uz citiem tirgus dalībniekiem vai patērētājiem, kā arī vērtēt pārējos SIA "SS" norādītos kritērijus, skaidrojot, kā SIA "SS" darbības varēja rezultēties ilgtermiņa negatīvā ietekmē.
- 256 KP skaidro, ka LESD 102.pants un dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma uzskaitījumi nav tulkojami tā, ka nepieciešams konstatēt faktiskas dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas sekas. Šeit jānorāda, ka dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana ir aizliegta kā nesaderīga ar Eiropas Savienības principiem. Tirgus dalībnieka darbība, kura izpaužas kā ļaunprātīga savas tirgus varas izmantošana, ietekmē kopējo tirgu un kavē harmoniskas, līdzsvarotas un noturīgas saimnieciskās darbības attīstību. Tādēļ no

¹³⁵ EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 68. un 103. punkts, EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 129.–131. punkts.

¹³⁶ EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 68. un 103. punkts, EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 129.–131. punkts.

¹³⁷ EST 27.03.2012. spriedums *Post Danmark*, C-209/10, 40. un 41. punkts un tajos minētā judikatūra; EST 30.01.2020. spriedums *Generics (UK)* u. c., C-307/18, 165. punkts; EST 12.05.2022. spriedums *Servizio Elettrico Nazionale* u. c., C-377/20, 84. punkts; EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 201. un 202. punkts. Sniegtie piemēri nav izsmeljoši attiecībā uz iespējamiem objektīviem pamatojumiem, ko var minēt LESD 102. panta lietu kontekstā.

pārkāpuma konstatēšanas viedokļa ir pietiekami, ka dominējošo stāvokli baudošs tirgus dalībnieks izmanto savu stāvokli ar tādām metodēm, kuras tas brīvas konkurences apstākļos neizmanto, un šāda izmantošana ir bijusi objektīvi piemērota tirgus ietekmēšanai un ekonomiskās sāncensības vājināšanai.¹³⁸

- 257 **SIA “SS” apgalvo, ka SIA “SS” darbību rezultātā nav tikusi ietekmēta konkurenta iespēja darboties tirgū. To apliecinot 1. attēlā norādītais, ka konstatētajā pārkāpuma periodā SIA “SS” nav bijis tirgus daļas pieaugums, tieši pretēji portāla ss.lv tirgus daļa ir samazinājusies. Turpretim konstatētajā pārkāpuma periodā tiešsaistes sludinājumu platformas pp.lv tirgus daļa ir palielinājusies, un, kā redzams 2. attēlā, platformas pp.lv tirgus daļas pieaugums, vērtējot pēc ievietoto sludinājumu skaita, ir palielinājies.**
- 258 KP paskaidro, ka KP nav jāpierāda, ka SIA “SS” darbību rezultātā būtu ietekmēta konkurenta iespēja darboties tirgū. Atbilstoši EST praksei nav nepieciešami pierādījumi, ka ļaunprātīga rīcība faktiski ir ietekmējusi tirdzniecību starp dalībvalstīm. Pietiek, ja ļaunprātīgā rīcība “spēj” radīt šādu ietekmi¹³⁹.
- 259 Tāpat jāvērs uzmanība, ka, ievērojot, ka SIA “SS” rīcība ir uzskatāma par kļaju ierobežojumu, KP nav jāvērtē, vai SIA “SS” rīcība ir uzskatāma par tādu, kura spēj radīt izslēdzošu ietekmi, jo, kā norādīts iepriekš, kļajo ierobežojumu gadījumā tiek prezumēts, ka šāda veida rīcība pēc savas būtības var ierobežot konkurenci¹⁴⁰.
- 260 Savukārt tas, ka pārkāpuma periodā ir novērojams pp.lv tirgus daļas pieaugums, neietekmē KP secināto. Kā izriet no tiesu prakses, tirgus dalībnieks var būt motivēts izmantot tā dominējošo stāvokli ļaunprātīgi, lai nosargātu savu dominējošo stāvokli un aizkavētu konkurenta ienākšanu tirgū.¹⁴¹
- 261 Kā izriet no Lietā esošajiem materiāliem, SIA “SS” kavēja konkurējošās platformas pp.lv ienākšanu tirgū, ierobežojot ss.lv platformas lietotāju iespējas izmantot konkurentu (pp.lv) sniegtos pakalpojumus. Kā izriet no Lēmumā (6.nodaļā, 167. un 170. punktā) norādītā, šādas SIA “SS” rīcības vienīgais mērķis ir kavēt konkurenta darbību tirgū, lai arī turpmāk saglabātu SIA “SS” dominējošo stāvokli. Lai gan atbilstoši 1. attēlā atspoguļotajiem datiem, SIA “SS” mērķis netika pilnībā sasniegts, proti, pārkāpuma periodā pilnībā netika apturēta pp.lv izaugsme, tas nemaina to, ka SIA “SS” izmantoja savu dominējošo stāvokli ļaunprātīgi un ka SIA “SS” mērķis bija kavēt pp.lv darbību tirgū, ko arī SIA “SS” rīcība spēja sasniegt¹⁴². Proti, ja SIA “SS” nebūtu veikusi darbības, lai kavētu tā konkurenta darbību tirgū, KP ieskatā, būtu sagaidāms, ka pp.lv tirgus daļa būtu pieaugusi straujāk.
- 262 **SIA “SS” norāda, ka KP piedāvātie tiesiskie pienākumi ir pretrunā ar KP secinājumiem, SIA “SS” nevar izpildīt KP piedāvātos tiesiskos pienākumus, jo SIA “SS” nevar izstrādāt izsmelošu uzskaitījumu lietotāju kontu bloķēšanai un dzēšanai, jo noteikumos minētās situācijas var praksē mainīties. Turklāt, SIA “SS” kā uzņēmums darbojas noteiktā normatīvajā vidē, kur patērētājiem vai klientiem pastāv iespēja vērsties pie uzraudzības iestādes vai tiesā, līdz ar to SIA “SS” nevar piedāvāt papildu mehānismu sūdzību izskatīšanai.**
- 263 KP norādīja, ka ir pamatoti noteikt SIA “SS” vairākus tiesiskos pienākumus, tostarp, 3 mēnešu laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas pārveidot sludinājumu platformas ss.lv lietošanas noteikumus un tajos paredzēt gan skaidru objektīvo iemeslu uzskaitījumu sludinājumu dzēšanai un lietotāju kontu bloķēšanai, gan kritērijus, kuros gadījumos tiek dzēsti sludinājumi un bloķēti lietotāju konti.

¹³⁸ EST 14.02.1978.gada spriedumu lietā 27/76 United Brands Company un United Brands Continental BV 227.- 233. punkts

¹³⁹ EST 09.11.1983. spriedums C-322/81, Michelin v Commission, 104. punkts; VT 07.10.1999. spriedums T228/97 Irish sugar, 170. punkts.

¹⁴⁰ EST 21.12.2023. spriedums *European Superleague Company*, C-333/21, 131., 148. un 185. punkts; Eiropas Komisijas 22.09.2009. lēmums lietā AT.37990 – *Intel*, 10. punkts, un EST 26.01.2022. gada 26. *Intel Corp.* / Komisija, T-286/09 RENV, 96. punkts, ar kuru atkārtoti apstiprināts EST 12.06.2014. sprieduma *Intel*/Komisija, T-286/09, 210. punktā izdarītais konstatējums.

¹⁴¹ Eiropas Savienības Tiesas 27.06.2024. spriedums lietā C-176/19 P, *Servier SAS u.c.*, 364. punkts.

¹⁴² Piemēram, kā skaidrots arī SIA “INBOKSS” iesniegumā, disciplinējošo darbību rezultātā lietotu auto tirgotāji attiecās sadarboties ar pp.lv, lai nezaudētu sadarbību ar ss.lv.

- 264 KP vērš uzmanību, ka SIA "SS" nav iesniedzis argumentētu skaidrojumu, kādēļ SIA "SS" nevar izstrādāt izsmelšu uzskaitījumu lietotāju kontu bloķēšanai un dzēšanai. SIA "SS" vien ir norādījis, ka to nevar izpildīt, jo noteikumos minētās situācijas var praksē mainīties.
- 265 KP norāda, ka tas nav objektīvs iemesls, kādēļ SIA "SS" nevar izpildīt šo tiesisko pienākumu. Gadījumā, ja noteikumos ietvertās situācijas praksē mainās, SIA "SS" ir iespējams tieši prakses gaitā arī pilnveidot noteikumus. Vienlaikus KP nesaskata objektīvu problemātiku SIA "SS" 3 mēnešu laikā no šīs Lietas lēmuma spēkā stāšanās dienas pārveidot/pārstrādāt noteikumus, balstoties uz SIA "SS" rīcībā pieejamo informāciju, no kā izriet iemeslu uzskaitījums/kritēriji attiecībā uz lietotāju kontu bloķēšanu un dzēšanu. Jānorāda, ka kritērijiem nav jābūt izsmelīgi formulētiem (precīzam sarakstam), bet noteicoši tos formulēt tā, lai lietotāji var saprast šo sludinājumu dzēšanas vai kontu bloķēšanas priekšnoteikumus un skaidru kārtību, kā to var apstrīdēt.

IX ATBILDĪBA

8. Tiesiskie pienākumi

- 266 KL 14. panta pirmā daļa noteic, ka gadījumā, ja KP konstatē tirgus dalībnieka darbībā KL 13. panta (dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma) pārkāpumu, KP pieņem lēmumu, t. sk. par tiesiskā pienākuma uzlikšanu. KL 14. panta otrā daļa papildina KL 14. panta pirmo daļu, nosakot pieļaujamā naudas soda piemērošanas apjomu. Arī Regulas 1/2003¹⁴³ 5. pants nosaka, ka dalībvalstu konkurences iestādēm ir pilnvaras piemērot LESD 102. pantu, pieņemot lēmumus, ar kuriem tiek pieprasīts izbeigt pārkāpumu, tiek noteikti pagaidu pasākumi, tiek pieņemtas saistības.
- 267 Tiesiskā pienākuma uzlikšana ir vērsta uz dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas seku novēršanu un pārkāpuma pārtraukšanas veidu¹⁴⁴, tostarp pārkāpuma (turpmāku) nepieļaušanu, lai sasniegtu KL 2. pantā minētos mērķus – aizsargāt, saglabāt un attīstīt brīvu, godīgu un vienlīdzīgu konkurenci visās tautsaimniecības nozarēs sabiedrības interesēs.
- 268 Līdz ar to, lai nodrošinātu konkurences noteikumu ievērošanu, KP secina, ka ir pamatoti noteikt SIA "SS" šādus tiesiskos pienākumus:
- 1) neatjaunot SIA "SS" piemēroto izslēdzošo praksi attiecībā pret tā konkurentiem, nodrošinot, ka SIA "SS" nebloķē lietotāju kontus un nedzēš sludinājumu platformā ss.lv ievietotos sludinājumus, jo tie izvietoti arī konkurentu platformās, ja vien nepastāv objektīvs iemesls kontu bloķēšanai vai sludinājumu dzēšanai, kas izriet no platformas ss.lv lietošanas noteikumiem;
 - 2) 3 mēnešu laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas precizēt vai izveidot sludinājumu platformas ss.lv lietošanas noteikumus un tajos paredzēt:
 - a. skaidru objektīvu iemeslu uzskaitījumu sludinājumu dzēšanai un lietotāju kontu bloķēšanai, tostarp, skaidri norādot, kādos gadījumos lietotāja konts var tikt bloķēts uz noteiktu vai nenoteiktu laiku;
 - b. lietotāju sūdzību izskatīšanas un SIA "SS" atbildi pārsūdzības kārtību, tostarp norādot skaidru lietotāju sūdzību izskatīšanas termiņu;
 - c. SIA "SS" pienākumu nodrošināt, ka ss.lv lietotājiem savlaicīgi tiek sniegts skaidrojums par sludinājuma dzēšanas un kontu bloķēšanas iemesliem gan gadījumos, kad saņemta lietotāja sūdzība, gan gadījumos, kad SIA "SS" vienpusēji ir veikusi sludinājuma dzēšanu vai konta bloķēšanu, ja SIA "SS" rīcībā ir lietotāja norādītā kontaktinformācija, kuru izmantojot lietotājs ir sasniedzams;
 - d. tiesības SIA "SS" pilnveidot precizētos/izveidotos sludinājumu platformas ss.lv

¹⁴³ Padomes Regula (EK) Nr. 1/2003 (2002.gada 16.decembris) par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti Līguma 81. un 82. pantā. Pieejams: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2003/1/oj/?locale=LV>

¹⁴⁴ AT 07.02.2011. spriedums lietā Nr. SKA-17/2011 Latvijas Valsts radio un televīzijas centrs, 17. punkts

lietošanas noteikumus, ja noteikumos ietvertās situācija praksē mainās, saglabājot iepriekš uzskaitītajos punktos minētos nosacījumus;

- 3) 5 dienu laikā no 2. punktā noteiktā tiesiskā pienākuma izpildes iesniegt KP paziņojumu ar atbilstošiem pierādījumiem par tā izpildi;
- 4) nodrošināt, ka sludinājumu platformas ss.lv lietošanas noteikumi, kas precizēti/izveidoti atbilstoši 2. punktā ietvertajiem nosacījumiem, paliek spēkā, ievērojot 2. punktā minētos nosacījumus.

9. Naudas soda piemērošanas vispārējais pamats

- 269 Ņemot vērā KP konstatētos faktus un pierādījumus kopsakarā, kuru izvērtējums sniegts šajā Lēmumā, SIA “SS” darbības atbilst LESD 102. panta noteiktā aizlieguma pārkāpuma tiesiskajam sastāvam.
- 270 Saskaņā ar KL 28. panta pirmo daļu, KP izmeklē lietas par iespējamo Eiropas Savienības konkurences tiesību pārkāpumu, bet saskaņā ar tā paša panta otro daļu, par Eiropas Savienības konkurences tiesību pārkāpumu KP uzliek sodu saskaņā ar KL 14. pantu un Ministru kabineta noteikumiem par naudas soda noteikšanas kārtību, kuri izdoti saskaņā ar KL 14. panta ceturto daļu.
- 271 KL 14. panta pirmā daļa nosaka: *“Ja Konkurences padome konstatē tirgus dalībnieku darbībās šā likuma 13. panta pirmās daļas pārkāpumu, tā pieņem lēmumu par pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu”*.
- 272 Lai noteiktu naudas soda apmēru, KP vērtē pārkāpumu atbilstoši Ministru kabineta 29.03.2016. noteikumiem Nr. 179 “Kārtība, kādā nosaka naudas sodu par konkurences tiesību un negodīgas tirdzniecības prakses aizlieguma pārkāpumiem un piespiedu naudu par Konkurences padomes noteiktā tiesiskā pienākuma nepildīšanu”, ņemot vērā to vēsturisko redakciju pārkāpuma periodā (redakcija spēkā no 10.01.2020. līdz 25.08.2022.) (turpmāk – Sodu noteikumi) kopsakarā ar Administratīvā procesa likuma 13. un 66. panta pirmajā daļā noteiktajiem lēmuma satura noteikšanas pamatprincipiem.
- 273 Ar Sodu noteikumu 3. punktu ir noteikts, ka naudas sodu aprēķina procentos no tirgus dalībnieka pēdējā pilnā noslēgtā pārskata (finanšu) gada neto apgrozījuma pirms pārkāpuma konstatēšanas dienas.
- 274 Saskaņā ar SIA “SS” 2024. gada pārskatu¹⁴⁵ SIA “SS” neto apgrozījums 2024. gadā veido **12 452 043 euro**, kas attiecīgi ir izmantojams naudas soda aprēķinam saskaņā ar Sodu noteikumu 3. punktu.
- 275 Saskaņā ar Sodu noteikumu 12. punktu, nosakot naudas soda apmēru, ņem vērā pārkāpuma smagumu un ilgumu. Vienlaikus Sodu noteikumu 20. un 22. punkts paredz, ka KP ir tiesīga palielināt vai samazināt naudas soda apmēru, ņemot vērā atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus.

10. Pārkāpuma smagums

- 276 Saskaņā ar Sodu noteikumu 13. punktu, nosakot pārkāpuma **smaguma** pakāpi, ņem vērā:
- a) pārkāpuma **veidu**. SIA “SS” darbības kvalificējamās kā dominējoša stāvokļa ļaunprātīga izmantošana atbilstoši LESD 102. pantam. Saskaņā ar Sodu noteikumu 14. punktu dominējoša stāvokļa ļaunprātīga izmantošana nosakāma kā smags pārkāpums. Ņemot vērā minēto un saskaņā ar Sodu noteikumu 17.3. apakšpunktu, par izdarīto pārkāpumu naudas soda apmērs nosakāms no 0,5 līdz 1,5 % no pēdējā pārskata gada neto apgrozījuma;
 - b) pārkāpuma radītās vai iespējamās **sekas**. KP ieskatā, SIA “SS” kavēja konkurējošās platformas pp.lv ienākšanu tirgū, ierobežojot ss.lv platformas lietotāju iespējas

¹⁴⁵ Pieejams: <https://info.ur.gov.lv/?#/legal-entity/40003212094>

izmantot konkurentu (pp.lv) sniegtos pakalpojumus. SIA "SS" veica lietotāju kontu bloķēšanu un/vai sludinājumu dzēšanu, ja ss.lv lietotāji sadarbojas ar konkurentu pp.lv. SIA "SS" lietotāji pēc būtības tika izmantoti kā instruments konkurenta darbības tirgū kavēšanai, ņemot vērā, ka, lai ienāktu konkrētajā tirgū un tajā darbotos, uzņēmumam ir būtiski piesaistīt lietotājus abās platformas pusēs.

Tāpat kaitējums tika radīts arī sludinājumu skatītāju pusē. Proti, kamēr lietotāji, kas nesadarbojas ar pp.lv, varēja saņemt ss.lv pakalpojumus, uzņēmumi, kas preču pārdošanai paralēli vēlējās izmantot pp.lv, nevarēja izmantot ss.lv platformu, tādējādi nevarot piekļūt potenciālajiem pircējiem, kas lieto ss.lv.

Ņemot vērā tikla ietekmi, SIA "SS" rīcība, dzēšot sludinājumus, ja tie paralēli izvietoti sludinājumu platformā pp.lv, negatīvi ietekmēja arī sludinājumu apskatītājus ss.lv platformā, jo tika ierobežotas to izvēles iespējas plašāka sludinājumu klāsta veidā;

- c) katra iesaistītā tirgus dalībnieka **lomu** pārkāpumā. Saskaņā ar Sodu noteikumu 15. punktu un tā apakšpunktiem, izvērtējot pārkāpumā iesaistītā lomu, ņem vērā, vai pastāv vismaz viens no šādiem nosacījumiem: tirgus dalībnieks bijis pārkāpuma iniciators; pārkāpumā tirgus dalībniekiem bijusi aktīva vai pasīva loma. Lietā iegūtā informācija liecina, ka SIA "SS" ir pats pēc savas iniciatīvas izveidojis šajā Lēmumā aprakstīto izslēdzošo praksi, kā arī aktīvi to piemērojis savā rīcībā, attiecīgi KP konstatē, ka SIA "SS" ir bijis pārkāpuma iniciators ar aktīvu lomu.

- 277 Ņemot vērā pārkāpuma smagumu, veidu, sekas un SIA "SS" lomu pārkāpuma izdarīšanā, naudas sods par lietotāju sludinājumu dzēšanu un kontu bloķēšanu tiešsaistes sludinājumu platformā ar domēna nosaukumiem ss.lv un ss.com, ja lietotājs publicē sludinājumu konkurējošā platformā (izslēdzošu rīcību), nosakāms 1,4 % apmērā no SIA "SS" 2024. gada neto apgrozījuma.

11. Pārkāpuma ilgums

- 278 Saskaņā ar Sodu noteikumu 18.2. apakšpunktu, ja pārkāpums ilgst vairāk par gadu, bet nepārsniedz piecus gadus, naudas soda palielinājums nosakāms līdz 0,5 %.
- 279 Atbilstoši Lēmumā noteiktajam, pārkāpuma periods ir no 13.03.2020. līdz 27.05.2021.
- 280 Ievērojot, ka pārkāpums ilgst no 13.03.2020. līdz 27.05.2021. jeb 1 gadu, 2 mēnešus un 14 dienas, naudas soda palielinājums nosakāms līdz 0,5 % apmērā no iepriekšējā pārskata gada neto apgrozījuma.
- 281 Līdz ar to, ievērojot pārkāpuma ilgumu, KP naudas sodu SIA "SS" par lietotāju sludinājumu dzēšanu un kontu bloķēšanu tiešsaistes sludinājumu platformā ar domēna nosaukumiem ss.lv un ss.com, ja lietotājs publicē sludinājumu konkurējošā platformā (izslēdzošu rīcību), nosaka 0,1 % apmērā no SIA "SS" 2024. gada neto apgrozījuma.

12. Atbildību mīkstinoši un pastiprinoši apstākļi

- 282 Saskaņā ar Sodu noteikumu 20.1. apakšpunktu KP kopējo naudas soda apmēru var palielināt, ja pastāv atbildību pastiprinoši apstākļi.
- 283 KP, izvērtējot Lietas materiālus, nekonstatē, ka pastāvētu atbildību pastiprinoši apstākļi saskaņā ar Sodu noteikumu 20.1. apakšpunktu.
- 284 Saskaņā ar Sodu noteikumu 22.1. apakšpunktu KP kopējo naudas soda apmēru var samazināt, ja pastāv atbildību mīkstinoši apstākļi.
- 285 KP, izvērtējot Lietas materiālus, nekonstatē, ka pastāvētu SIA "SS" atbildību mīkstinoši apstākļi saskaņā ar Sodu noteikumu 22.1. apakšpunktu.

13. Galīgais naudas sods

- 286 Saskaņā ar Sodu noteikumu 16. punktu kopējo naudas soda apmēru par vienu pārkāpumu aprēķina, summējot saskaņā ar Sodu noteikumu 17. un 18. punktu noteiktos naudas sodus.
- 287 Ievērojot iepriekš minētos apsvērumus, kopējais naudas sods par SIA “SS” pārkāpumu, kas izpaudies dzēšot lietotāju sludinājumus un bloķējot kontus tiešsaistes sludinājumu platformā ar domēna nosaukumiem ss.lv un ss.com, ja lietotājs publicē sludinājumu konkurējošā platformā (izslēdzoša rīcība), nosakāms 1,5 % apmērā no SIA “SS” 2024. gada neto apgrozījuma.

Lietas dalībnieks	Rīcība	Naudas soda apmērs par pārkāpuma smagumu (%)	Naudas soda apmērs par pārkāpuma ilgumu (%)	Naudas soda apmērs ievērojot pārkāpuma smagumu un ilgumu (%)	Samazinājums vai palielinājums (%)	Galīgā soda apmērs (%)	Galīgais sods (euro)
Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “SS”	Izslēdzoša	1,4	0,1	1,5	-	1,5	186 780,65

Pamatojoties uz Konkurences likuma 8. panta pirmās daļas 3. punktu, 14. panta pirmo, otro daļu, 28. panta pirmo un otro daļu, Līguma par Eiropas Savienības darbību 102. pantu, Administratīvā procesa likuma 13. pantu un 66. panta pirmo daļu, Ministru kabineta 29.03.2016. noteikumiem Nr. 179 “Kārtība, kādā nosaka naudas sodu par konkurences tiesību un negodīgas tirdzniecības prakses aizlieguma pārkāpumiem un piespiedu naudu par Konkurences padomes noteiktā tiesiskā pienākuma nepildīšanu”, (redakcijā spēkā no 10.01.2020. līdz 25.08.2022.) 3., 12., 13., 14., 15., 16., 17.3., 18.2., 20. un 22. punktu, Konkurences padome

nolēma:

- Konstatēt Līguma par Eiropas Savienības darbību 102. pantā noteiktā aizlieguma pārkāpumu Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “SS” darbībās.
- Uzlikt Sabiedrībai ar ierobežotu atbildību “SS” šādus tiesiskos pienākumus:
 - 2.1. neatjaunot Sabiedrības ar ierobežotu atbildību “SS” piemēroto izslēdzošo praksi attiecībā pret tā konkurentiem, nodrošinot, ka Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “SS” nebloķē lietotāju kontus un nedzēš sludinājumu platformā ss.lv ievietotos sludinājumus, jo tie izvietoti arī konkurentu platformās, ja vien nepastāv objektīvs iemesls kontu bloķēšanai vai sludinājumu dzēšanai, kas izriet no platformas ss.lv lietošanas noteikumiem;
 - 2.2. 3 mēnešu laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas precizēt vai izveidot sludinājumu platformas ss.lv lietošanas noteikumus un tajos paredzēt:
 - 2.2.1. skaidru objektīvo iemeslu uzskaitījumu sludinājumu dzēšanai un lietotāju kontu bloķēšanai, tostarp, skaidri norādot, kādos gadījumos lietotāja konts var tikt bloķēts uz noteiktu vai nenoteiktu laiku;
 - 2.2.2. lietotāju sūdzību izskatīšanas un Sabiedrības ar ierobežotu atbildību “SS” atbilžu pārsūdzības kārtību, tostarp norādot skaidru lietotāju sūdzību izskatīšanas termiņu;
 - 2.2.3. Sabiedrībai ar ierobežotu atbildību “SS” pienākumu nodrošināt, ka ss.lv lietotājiem savlaicīgi tiek sniegts skaidrojums par sludinājuma dzēšanas un kontu bloķēšanas iemesliem gan gadījumos, kad saņemta lietotāja sūdzība, gan

- gadījumos, kad Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “SS” vienpusēji ir veikusi sludinājuma dzēšanu vai konta bloķēšanu, ja SIA “SS” rīcībā ir lietotāja norādītā kontaktinformācija, kuru izmantojot lietotājs ir sasniedzams;
- 2.2.4. tiesības Sabiedrībai ar ierobežotu atbildību “SS” pilnveidot precizētos/izveidotos sludinājumu platformas ss.lv lietošanas noteikumus, ja noteikumos ietvertās situācijas praksē mainās, saglabājot iepriekš uzskaitītajos punktos minētos nosacījumus;
- 2.3. 5 (piecu) dienu laikā no 2. punktā noteiktā tiesiskā pienākuma izpildes iesniegt Konkurences padomei paziņojumu ar atbilstošiem pierādījumiem par tā izpildi;
- 2.4. nodrošināt, ka sludinājumu platformas ss.lv lietošanas noteikumi, kas precizēti/izveidoti atbilstoši 2. punkta ietvertajiem nosacījumiem, paliek spēkā, ievērojot 2. punktā minētos nosacījumus.
3. Uzlikt Sabiedrībai ar ierobežotu atbildību “SS” naudas sodu **186 780,65** euro (viens simts astoņdesmit seši tūkstoši septiņi simti astoņdesmit euro un sešdesmit pieci centi) apmērā. Uzliktais naudas sods 45 dienu laikā no lēmuma saņemšanas dienas jāieskaita valsts budžetā (Valsts kasē reģ. Nr. 90000050138, konta Nr. LV78TREL1060001019900, kods: TRELLV22), norādot šī lēmuma datumu un numuru, un 10 dienu laikā pēc naudas soda samaksas paziņojot par to Konkurences padomei.

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

Pielikumā: elektroniskā pasta sarakste uz 13 lp., 1.–11. pielikums.

(*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja

I. Šmite