

**Vilniaus universiteto Teisės fakulteto
Privatinės teisės katedra**

Augustės Linauskaitės,
V kurso, komercinės teisės
studijų šakos studentės

**Magistro darbas
Vertikaliaisiais susitarimais nustatomos platinimo sistemos elektroninėje
komercijoje: konkurencijos teisės taikymo problemos**

Vadovas: partnerystės prof. dr. Šarūnas Keserauskas
Recenzentas: lekt. Marius Juonys

Vilnius
2020

TURINYS

ĮVADAS.....	2
1. IŠSKIRTINIS PLATINIMAS ELEKTRONINĖJE KOMERCIJOJE.....	8
1.1. Aktyvių ir pasyvių pardavimų atribojimo problematika.....	8
1.1.1. Kalbos reikšmė, rinkodaros įrankių ir domeno vieta, atribojant aktyvų ir pasyvų platinimą	10
1.1.2. Aktyvaus platinimo santykis su kainų lyginimo įrankiais ir trečiųjų šalių prekyvietėmis	14
1.2. Elektroninės komercijos priemonių rezervavimas	17
2. PASIRINKTINIS PLATINIMAS ELEKTRONINĖJE KOMERCIJOJE	20
2.1. Draudimas platinti internetu.....	21
2.2. Naudojimosi trečiųjų šalių prekyvietėmis apribojimai	26
2.2.1. Prabangos prekių sampratos ir apsaugos problematika	27
2.2.2. Apribojimų pasekmės vartotojams.....	32
2.2.3. Skirtingas vertinimas nacionaliniu ir Europos Sąjungos lygiu	33
2.3. Kainų lyginimo įrankių naudojimas ir jų apribojimai.....	34
3. SANTYKIS TARP NAUDOS SMULKIOMS IR VIDUTINĖMS ĮMONĖMS IR KONKURENCIJOS RINKOJE IŠKRAIPYMO	39
4. PLATINIMO SISTEMOS ELEKTRONINĖJE KOMERCIJOJE IR GEOGRAFINIO BLOKAVIMO REGULIAVIMAS.....	43
IŠVADOS	46
ŠALTINIŲ SĄRAŠAS	47
SANTRAUKA	56
SUMMARY	57

IVADAS

Darbo aktualumas. Šiandienos verslo sektoriuje elektroninė komercija įgauna vis naują pagreitį ir tampa neatsiejama komercinės veiklos dalimi. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija aiškina, kad elektroninė komercija yra suprantama kaip bet kokia ekonominė veikla internetu, įskaitant prekių ar paslaugų pirkimą bei pardavimą, jų reklamavimą, lėšų pervedimą, ir pabrėžia, kad elektroninės komercijos plėtra gali didinti konkurenciją, plėsti pasirinkimą vartotojams ir įvesti naujoves produktų platinimo srityje¹. Elektroninė komercija tampa itin reikšminga ne tik ūkio subjektams kaip suteikianti alternatyvius platinimo kanalus, bet ir vartotojams, kurie vis dažniau naudojami apsipirkimu internetu. Plečiantis galimybėms internete, teisinis reguliavimas turėtų prisitaikyti, siekiant užtikrinti sąžiningą konkurenciją rinkoje. Visgi, tarp elektroninės komercijos ir vertikaliosios susitarimus reglamentuojančių normų yra išvelgiama tam tikrų probleminių aspektų, o JAV konkurencijos priežiūros institucijos atstovas A. A. Foer kelia klausimą, ar apskritai daugelį metų veikusios priežiūros institucijos yra pasiruošusios tokiai naujai ekonomikai (angl. *New Economy*)².

Europos Sąjungos Teisingumo Teismo (toliau – **ESTT**) sprendimai bylose, kuriose nagrinėjamos vertikaliosios susitarimais nustatomos pasirinktinio platinimo sistemos elektroninės komercijos srityje, kol kas apima tik gana siaurą ratą probleminių aspektų ir tam tikrais atvejais atlieka ne tik teisės normų aiškinimo funkciją, bet ir sukelia papildomus klausimus ūkio subjektams. Plėtojantis elektroninės komercijos ir platinimo galimybėms, tokio ESTT sprendimo kaip *Pierre Fabre Dermo-Cosmetiques SAS prieš President de l'Authorite de la concurrence* gali ir nebeužtekti visiems ribojimo platinti internetu atvejams išspręsti. ESTT 2017 m. gruodžio 6 d. sprendimu *Coty Germany GmbH prieš Parfümerie Akzente GmbH* byloje žengia nuoseklesnio konkurencijos teisės aiškinimo elektroninėje komercijoje link, tačiau vis tiek kelia tam tikrą jo taikymo klausimų ir palieka kitų neišnagrinėtų elektroninės komercijos aspektų. Išskirtinio platinimo taikymas elektroninės komercijos srityje ESTT praktikoje yra apžvelgiamas nežymiai, o šiandienos konkurencijos reguliavimas nebūtinai atitinka šių dienų poreikius, siekiant sąžiningos konkurencijos. Konkurencijos teisės bylose vis dažniau suskamba tokie garsūs prekės

¹ 2019 m. vasario 21 d. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos pranešimas. *Implications of E-commerce for Competition Policy*. DAF/COMP(2018)3 [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <[https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2018\)3/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)3/en/pdf)>.

² FOER, Albert A. E-Commerce Meets Antitrust: A Primer [interaktyvus]. *Competition Policy & Antitrust, Volume 20 (1), Journal of Public Policy & Marketing*, 2001, psl. 51-63 [žiūrėta 2020 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.investopedia.com/terms/n/neweconomy.asp>> „New Economy“ reiškia maždaug 1990 m. prasidėjusią ir besivystančią ekonomiką, kuri paremta naujų technologijų ir inovacijų pritaikymu.

ženklai kaip *Guess*, *Nike* ar *Adidas*, priimant sprendimus dėl internetinės prekybos svarbią reikšmę įgyja tokios platformos kaip *Amazon* ar *Google*, o tai rodo, kad platinimas elektroninės komercijos priemonėmis tampa vis svarbesniu rinkos žaidėjams. Atitinkamai atsiranda poreikis įvertinti, ar ūkio subjektams suteikiamos pakankamai aiškios gairės dėl leistinų verslo sprendimų santykiuose su produktų ar paslaugų platintojais.

Elektroninės komercijos ir vertikalių susitarimų santykio teisinis vertinimas yra aptariamas 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikate vertikaliųjų apribojimų gairėse (toliau – **Vertikaliųjų apribojimų gairės**), tačiau nuo šių gairių parengimo iki šiandienos ne tik žymiai prasiplėtė elektroninės komercijos svarba, bet ir pradėta kelti daugiau diskusijų dėl elektroninės komercijos reguliavimo. 2015 m. gegužės 6 d. Europos Komisija paskelbė Europos bendrosios skaitmeninės rinkos strategiją. Pagal šią strategiją, du iš trijų pagrindinių uždavinių yra „didesnės vartotojų bei įmonių galimybės gauti skaitmeninių paslaugų“ ir „tinkamų sąlygų skaitmeniniam sektoriui klestėti sudarymas“³. Įgyvendinant šiuos uždavinius, yra būtinas konkurencijos reguliavimo suderinimas skaitmeninės rinkos kontekste. Šioje strategijoje atkreipiamas dėmesys, jog nacionaliniu mastu priimami sprendimai nėra pakankami, o susiję klausimai turėtų būti sprendžiami Europos Sąjungos lygmeniu⁴. Atsižvelgiant į išskeltus uždavinius, 2015 m. gruodžio 9 d. Europos Komisija pateikė direktyvos dėl tam tikrų internetinio ir kitokio nuotolinio prekių pardavimo sutarčių pasiūlymą⁵. Pagal šią direktyvą būtų siekiama suvienodinti internetinių ir kitokių nuotolinių sutarčių, sudaromų su vartotojais, taisykles, o tai lemtų konkurencijos skatinimą, nes vartotojai būtų užtikrinti dėl savo teisių įsigyjant prekes ir paslaugas ir iš kitose valstybėse narėse veikiančių ūkio subjektų. Be to, 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisija parengė pranešimą dėl elektroninės komercijos srities tyrimo, kuriuo tirtas vertikaliais susitarimais nustatomų išskirtinio platinimo ir pasirinktinio platinimo sistemų vaidmuo elektroninės komercijos srityje ir galimai sukuriami elektroninės komercijos ribojimai bei dar kartą pabrėžiamas siekis harmonizuoti Europos Sąjungos taisykles dėl internetinės prekybos⁶. Įvertinus tai, kad minėtame pranešime, analizuojant vertikaliais susitarimais nustatomas platinimo sistemas, buvo nustatytos tam tikros kliūtys, su kuriomis susiduria ūkio subjektai, yra būtina įvertinti esamų konkurencijos taisyklių taikymo galimybes, sprendžiant minėtas kliūtis, taip pat galimybes siekiant užtikrinti elektroninės

³ 2015 m. gegužės 6 d. Europos Komisijos Europos bendrosios skaitmeninės rinkos strategiją. Briuselis, SWD(2015) 100 final.

⁴ *Ibid.*

⁵ 2015 m. gruodžio 9 d. Europos Komisijos pasiūlymas dėl direktyvos dėl tam tikrų internetinio ir kitokio nuotolinio prekių pardavimo sutarčių. Briuselis, COM(2015) 635 final.

⁶ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 3.

komercijos plėtrą ir pritaikomumą sąžiningoje konkurencijoje. Svarbu ir tai, jog 2018 m. vasario 28 d. buvo priimtas Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 2018/302 dėl nepagrįsto geografinio blokavimo ir kitų formų diskriminavimo dėl klientų pilietybės, gyvenamosios vietos arba įsisteigimo vietos vidaus rinkoje problemos sprendimo (toliau - **Reglamentas 2018/302**), kuriuo nustatytos geografinio blokavimo taisyklės yra aktualios ir taikant konkurencijos teisės taisykles vertikalių susitarimų atžvilgiu. Šie Europos Sąjungos institucijų veiksmai rodo susirūpinimą dėl elektroninės komercijos reguliavimo ir leidžia numanyti, kad galima sulaukti ir daugiau teisinio reguliavimo naujovių šioje srityje. Taigi, svarbu ne tik įvertinti esamų konkurencijos taisyklių galimybes, bet ir įsigaliojusių naujų taisyklių elektroninės komercijos srityje suderinamumą su konkurencijos reguliavimu.

Taigi, yra būtina identifikuoti problemas, kurios gali kilti vertikaliais susitarimais nustatant platinimo sistemas elektroninėje komercijoje. Jų neidentifikavus, pirmiausia, nacionaliniu mastu konkurencijos priežiūros institucijos bei teismai formuos skirtingą praktiką, kuri ne tik trikdytų Europos Sąjungos konkurencijos taisyklių harmonizavimą, bet ir ribos pačių ūkio subjektų galimybes sąžiningai konkuruoti už savo pagrindinės veikimo vietos valstybės narės ribų. Antra, ūkio subjektams klaidingai vadovaujantis esamu konkurencijos teisės aiškinimu, net atlikus nuodugnų savo sprendimų įsivertinimą, gali kilti atsakomybė, o tai demotyvuotų taikyti inovatyvius sprendimus savo veikloje. Trečia, galiausiai neišspręstų problemų dėl platinimo internetu pasekmes gali patirti vartotojai.

Darbo tikslas. Šio darbo tikslas yra nustatyti ir išanalizuoti konkurencijos teisės taikymo problemas, kurios gali kilti vertikaliais susitarimais nustatant platinimo sistemas elektroninėje komercijoje.

Darbo uždaviniai. Aukščiau nurodytam tikslui pasiekti yra keliami uždaviniai, kaip nurodyta toliau:

1. Identifikuoti ir išanalizuoti, kokios konkurencijos teisės taikymo problemos gali kilti nustatant išskirtinį platinimą elektroninėje komercijoje.

2. Identifikuoti ir išanalizuoti, kokios konkurencijos teisės taikymo problemos gali kilti nustatant pasirinktinį platinimą elektroninėje komercijoje.

3. Išanalizuoti, koks yra santykis tarp siekio sudaryti tinkamas konkurencijos sąlygas mažoms ir vidutinėms įmonėms elektroninėje komercijoje ir rizikos iškraipyti sąžiningos konkurencijos sąlygas.

4. Nustatyti, ar šiuo metu galiojančios konkurencijos teisės taisyklės yra suderinamos su Reglamentu 2018/302 vertikaliais susitarimais nustatomų platinimo sistemų kontekste.

Objektas. Šio magistro darbo objektas yra problemos, kurios gali kilti vertikaliais susitarimais nustatant platinimo sistemas elektroninėje komercijoje. Šiame darbe vertikalus susitarimas yra suprantamas kaip „dviejų arba daugiau įmonių, kurių kiekviena, susitarimo arba suderintų veiksmų atžvilgiu, veikia skirtingame gamybos arba platinimo grandinės lygmenyje, susitarimas arba suderinti veiksmai, susiję su sąlygomis, kuriomis šalys gali pirkti, parduoti arba perparduoti tam tikras prekes arba paslaugas“⁷, o platinimo sistemomis laikomos išskirtinio platinimo ir pasirinktinio platinimo sistemos. Dėl darbo apimties ribojimo, šiame darbe nėra nagrinėjamos absoliučiai visos problemos, kurios gali kilti vertikaliais susitarimais nustatant platinimo sistemas elektroninėje komercijoje, pavyzdžiui, atitinkamos rinkos nustatymo, rinkodaros įrankių pasirinktinio platinimo sistemoje problemos ir kt.

Šį magistro darbą sudaro trys struktūrinės dalys. Daugiausia dėmesio yra skiriama pirmajai ir antrajai struktūrinėms dalims. Pirmojoje dalyje analizuojamos konkurencijos teisės taikymo problemos, kylančios taikant išskirtinio platinimo sistemą elektroninėje komercijoje. Antrojoje dalyje analizuojamos problemos, kylančios taikant pasirinktinio platinimo sistemą elektroninėje komercijoje. Trečiojoje dalyje analizuojama, kaip konkurencijos reguliavimo elektroninėje komercijoje kryptis, siekiant sudaryti sąžiningas konkurencijos sąlygas smulkioms ir vidutinėms įmonėms, gali paveikti konkurencijos rinkoje iškraipymą. Ketvirtojoje dalyje analizuojamos problemos, kylančios vertikaliais susitarimais nustatomų platinimo sistemų reguliavimo ir Reglamento 2018/302 santykio kontekste.

Šiame magistro darbe nėra analizuojamos tik Lietuvos Respublikos konkurencijos teisės taikymo problemos. Lietuvos Respublikos konkurencijos teisės normos yra itin tiksliai perkeltos iš Europos Sąjungos mastu nustatyto konkurencijos teisės reguliavimo, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba bei teismai, sprenddami dėl ūkio subjektų veiksmų, vadovaujasi tiesiogiai taikomais Europos Sąjungos teisės aktais bei teismų praktiką, taip pat remiasi Europos Komisijos komunikatais, o Europos Komisija siekia, kad konkurencijos taisyklės Europos Sąjungoje būtų harmonizuojamos⁸. Be to, kaip minėta, nustatant šio darbo aktualumą, sprendimų priėmimas tik nacionaliniu mastu, sprendžiant klausimus dėl elektroninės komercijos ir konkurencijos teisės reguliavimo klausimų, nėra pakankamas. Atsižvelgiant į minėtas aplinkybes, šio darbo kontekste analizuojamos

⁷ 2010 m. balandžio 20 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims. OJ L 102, 23.4.2010, 1 straipsnio 1 (a) dalis.

⁸ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 3.

konkurencijos teisės taikymo problemos, kylančios visos Europos Sąjungos mastu vertikaliais susitarimais nustatant platinimo sistemas elektroninėje komercijoje, yra aktualios, kadangi tiek šios problemos, tiek galimi jų padariniai bei sprendimo būdai yra svarbūs ir Lietuvos Respublikos konkurencijos teisės taikymui bei ūkio subjektų veiklai.

Tyrimo metodai. Siekiant šiame darbe išsikelti tikslo bei uždavinių įgyvendinimo, darbe naudojami toliau nurodyti metodai. Teleologinis metodas – visose keturiose struktūrinėse dalyse siekiama išanalizuoti nagrinėjamas teisės normas, ESTT, Europos Komisijos ir nacionalinio lygmens sprendimus pagal Europos Sąjungos institucijų nustatytus ar istoriškai susiklosčiusius tikslus, įvertinama ar esamas teisinis reguliavimas ir jo taikymas pakankamai atitinka šiuos tikslus, kai yra nagrinėjami atvejai, susiję su elektronine komercija ir vertikaliais susitarimais nustatomomis platinimo sistemomis. Sisteminis metodas – visose keturiose struktūrinėse dalyse analizuojami Europos Sąjungos teisės aktai bei jų raida, o ketvirtojoje dalyje vertinamas tokių teisės aktų tarpusavio santykis ir viršenybė teisės sistemoje, vertinant ūkio subjektų veiksmų atitiktį teisiniam reguliavimui. Lingvistinis metodas – analizuojant kai kurias konkurencijos teisės taikymo problemas, yra nagrinėjamas tam tikrų nuostatų ir sąvokų, vartojamų Europos Sąjungos teisės aktuose ir ESTT praktikoje turinys, pavyzdžiui, „prabangos įvaizdžio prekės“, „pasyvus platinimas“, „aktyvus platinimas“, įvertinama šių sąvokų sampratos reikšmė konkurencijos teisės reguliavimui. Loginis analizės metodas – šis metodas pasireiškia visose struktūrinėse dalyse, kai, remiantis išanalizuota informacija, vertinant doktrinoje išreikštas pozicijas bei ESTT praktiką, yra daromos savarankiškos išvalgos ir pateikiama pagrįsta pozicija.

Darbo originalumas. Šio darbo originalumas pasižymi tuo, jog yra detaliam išnagrinėjamos konkurencijos teisės taikymo problemos, kurios gali kilti vertikaliais susitarimais nustatant platinimo sistemas elektroninėje komercijoje. Europos Komisija bei autoriai teisės doktrinoje yra apžvelgę kai kuriuos šiame darbe nagrinėjamus aspektus, tačiau ne visuomet pakankamai detaliam ir visapusiškam. Autorės žiniomis, Lietuvos Respublikoje aktualia šiam darbui tema mokslinį darbą yra rašęs Jurgis Bartkus magistro darbe „Draudimo prekiauti internetinėse prekyvietėse reglamentavimas konkurencijos teisėje“, tačiau jame yra nagrinėjama siauresnė elektroninės komercijos sritis, nei yra nagrinėjame visame šiame magistro darbe, be to skiriasi šio ir J. Bartkaus darbo tikslai bei uždaviniai. Pabrėžiama, kad, nors šiame magistro darbe internetinių prekyviečių reglamentavimas yra aptariamas, minėtu J. Bartkaus magistro darbu nėra remiamasi. Šiame magistro darbe siekiama labiau išanalizuoti teisės doktrinoje identifikuojamas problemas ir jų pasekmes, nuosekliai ir kritiškai įvertinti jų pagrįstumą, nustatyti dar išsamiai

nenagrinėtas problemas. Atsižvelgiant į tai, kas nurodyta aukščiau, šis darbas yra naudingas konkurencijos teisės taisyklių taikymo kontekste.

Svarbiausi šaltiniai. Šiame darbe, siekiant įgyvendinti šio magistro darbo uždavinius, yra analizuojamos pozicijos išreiškiamos teisės doktrinoje, oficialiuose Europos Komisijos dokumentuose, taip pat ESTT praktika, Europos Sąjungos teisės aktais bei nacionalinių institucijų nustatytas reguliavimas ir šių institucijų praktika. Ypač nuosekliai atkreipiamas dėmesys į ESTT *Pierre Fabre*, *Coty* sprendimus, taip pat į Europos Komisijos *Guess* sprendimą, Vokietijoje priimtą *Asics* ir keletą kitų Europos Komisijos ir Europos Sąjungos valstybių narių nacionalinių sprendimų. Darbe taip pat didelis dėmesys skiriamas Europos Komisijos išvargoms 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešime dėl elektroninės komercijos srities tyrimo ir kituose Europos Sąjungos aktuose, komunikatuose. Nustatomos konkurencijos teisės taikymo problemos analizuojamos atsižvelgiant ir į Vertikaliųjų apribojimų gaires ir 2010 m. balandžio 20 d. Komisijos reglamentą (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims (toliau - **Reglamentas Nr. 330/2010**). Darbe taip pat analizuojama užsienio teisės doktrina, publikacijos, pavyzdžiui, Georgios Petropoulos, Andreas Kirsch ir William Weesner, Andrew Maxwell, Ketii Zukakishvili ir kitų autorių darbai.

1. IŠSKIRTINIS PLATINIMAS ELEKTRONINĖJE KOMERCIJOJE

Pagal Vertikaliųjų apribojimų gaires, išskirtinio platinimo susitarimas konkurencijos teisėje yra suprantamas kaip susitarimas, kai tiekėjas „parduoda savo produktus tik vienam platintojui, kad šis juos parduotų tam tikroje teritorijoje“, taip pat išskirtinio platinimo susitarimu dažnai ribojamas aktyvus platinimas kitose išskirtinai kitiems platintojams paskirtose teritorijose⁹. Būtent taip, kaip suprantami pagal šį sąvokos apibrėžimą, šiame darbe bus nagrinėjami išskirtinio platinimo susitarimai elektroninėje komercijoje.

Pagal Vertikaliųjų apribojimų gaires¹⁰, pagrindine problema, kylančia konkurencijos teisėje dėl išskirtinio platinimo susitarimų, laikoma tam tikrų prekės ženklų konkurencijos sumažėjimas ir rinkos padalijimas¹¹. Tačiau Vertikaliųjų apribojimų gairės nuosekliai neaptaria išskirtinio platinimo sistemų taikymo elektroninėje komercijoje. Plėtojantis elektroninei komercijai ir šiai užimant vis svarbesnę poziciją visame platinimo sektoriuje, išskirtinio platinimo susitarimuose gali būti išvelgiama tam tikrų naujų susitarimo sąlygų, išskirtiniams platintojams atsiveria platesnės galimybės, renkantis platinimo kanalus. Atitinkamai turėtų būti įvertinamas sutartinių sąlygų tarp išskirtinio platintojo ir tiekėjo teisėtumas, galimų išskirtinio platintojo sprendimų traktavimas pagal konkurencijos teisės taisykles. Išskirtinio platinimo sistemos pagrindinis bruožas yra išskirtinumas suteikiamas platintojui, kuris yra tarsi apsaugomas tam tikroje geografinėje teritorijoje nuo kitų platintojų. Vokietijos konkurencijos teisės specialistai apskritai kelia klausimą, ar tikrai geografinis išskirtinumas, nustatomas išskirtinio platinimo sistemoje, yra suderinamas ir gali būti išsaugomas elektroninėje komercijoje¹².

1.1. Aktyvių ir pasyvių pardavimų apribojimo problematika

Kaip minėta, dažnai išskirtinio platinimo susitarimuose papildomai yra nustatomas aktyvių pardavimų ribojimas. Aktyviu platinimu paprastai laikoma rezultatas tokio platinimo kaip

⁹ 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 151.

¹⁰ Vertikaliųjų apribojimų gairės nėra tiesiogiai taikomas teisės aktas, tačiau jomis vadovaujasi ūkio subjektai, siekdami nustatyti savo verslo sprendimų konkurencijos teisėje teisėtumą, į Vertikaliųjų apribojimų gaires taip pat atsižvelgia ir konkurencijos priežiūros institucijos bei teismai, todėl, aiškinant konkurencijos teisės reguliavimą, yra remiamasi ir Vertikaliųjų apribojimų gairėmis.

¹¹ 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 151.

¹² GLERUM-VAN AALST, E.D.; SMEETS, J.; GERDING, L.G. Onlineverkoop in exclusieve distributiesystemen [interaktyvus]. *Monthly Property Law Journal (Maandblad voor Vermogensrecht)*, 2014, p. 64-72 [žiūrėta 2020 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.kneppelhout.com/media/rtf/Onlineverkoop_in_exclusieve_distributiesystemen.pdf>.

reklamos kampanija, tiesioginė rinkodara, fizinių parduotuvių ar sandėlių atidarymas teritorijose, kuriose draudžiamas aktyvus platinimas¹³. Remiantis Reglamento Nr. 330/2010 4 straipsnio b (i) punktu, aktyvios prekybos apribojimas, nustatant išskirtinį platinimą, paprastai nėra laikomas ribojimu pagal tikslą, kai tuo tarpu pasyvių pardavimų ribojimas nepatenka į Reglamento Nr. 330/2010 nustatomą išimtį ir turėtų būti vertinamas kaip vienas iš „juodojo sąrašo“ apribojimų¹⁴. Pasyviu platinimu iš esmės laikoma, kai platinimas yra rezultatas to, kad pats klientas ar pirkėjas kreipėsi į platintoją¹⁵. Tačiau plečiantis elektronei komercijai ir platinimo internete priemonių galimybėms, aktyvių ir pasyvių pardavimų atribojimas tampa vis sudėtingesnis. Dėl savo įtakos išskirtinio platinimo susitarimo teisėtumo vertinimui, yra itin svarbus pasyvių ir aktyvių pardavimų reikšmės atribojimas.

Elektroninės komercijos kontekste pasyvusis platinimas yra apibrėžiamas Vertikaliųjų apribojimų gairėse, kurių 52 punktą sako, kad platinimas internetu yra pasyvusis platinimo būdas, nes klientas pats racionaliai pasiekia platintoją. Tokia nuostata iš pirmo žvilgsnio turėtų reikšti, kad pardavimas per interneto svetainę niekuomet negali būti ribojamas jokioje platinimo sistemoje, įskaitant išskirtinio platinimo sistemoje. Tačiau toliau šiame darbe aptarsime, kad platinimo internetu negalėtume vadinti vienu platinimo kanalu, kuris pagal konkurencijos teisės taisykles visuomet būtų vertinamas vienodai. Vertikaliųjų apribojimų gairėse nėra išskiriama, ar interneto svetainė, kurią naudoja platintojas, yra paties platintojo interneto svetainė, ar tai yra kitų valdytojų interneto svetainė, kurią platintojas naudoja produkto¹⁶ pardavimui. Atkreiptinas dėmesys ir į tai, kad taip pat nėra išskiriama, ar Vertikaliųjų apribojimų gairių 52 punkto kontekste kalbama apie tiesioginį ar netiesioginį pardavimą per interneto svetainę, t. y. ar kalbama tik apie tokias interneto svetaines, kuriose platintojas parduoda savo prekes ar paslaugas tiesiogiai, ar ir apie trečiųjų šalių platformas, įvairius platinimo įrankius, kuriuos administruoja kiti ūkio

¹³ HERY, Christophe. *Exclusive distribution, territorial restrictions and geoblocking* [interaktyvus]. 2018. [žiūrėta 2020 m. vasario 13 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.lmtavocats.com/media/files/telecharger_1804-actualite-distribution-201804-angl.pdf>.

¹⁴ 2010 m. balandžio 20 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims. OJ L 102, 23.4.2010, 4 straipsnio b (i) punktas.

¹⁵ Pagal 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikato Vertikaliųjų apribojimų gairių, 2010/C 130/01 p. 52, pasyvių pardavimų apribojimais yra laikoma, pavyzdžiui, susitarimai, kad išskirtinis platintojas neleis, kad klientams jam nepaskirtoje išskirtinoje teritorijoje būtų matoma platintojo svetainė arba automatiškai nukreips klientus į gamintojo ar toje teritorijoje paskirto išskirtinio platintojo interneto svetainę, taip pat, kai susitariama, jog išskirtinis platintojas nutrauks kliento sandorį internete, jei iš kreditinės kortelės bus matoma, kad klientas yra iš jam nepaskirtos teritorijos, apskritai ribojimas platininti internetu, ar susitarimai, kad už produktus, kurie bus parduodami internetu būtų mokama didesnė kaina, nei už parduodamus ne internetu.

¹⁶ Šiame darbe vartojamos sąvokos „produktas“, „prekė“, „paslauga“ reiškia tiek materialias prekes, tiek paslaugas.

subjektai. Pasyvių pardavimų apibrėžimo neaiškumo problema išryškėja ir atsižvelgiant į tai, kad yra gana nedaug teismų praktikos, kurioje būtų aiškiau paaiškinama pasyvių pardavimų sąvoka elektroninėje komercijoje¹⁷. Vienas iš kelių sprendimų yra Europos Komisijos sprendimas *Cross-border access to pay-TV* byloje, kurioje buvo nustatyta, jog filmų transliuotojui, turinčiam teisę išimtinai transliuoti Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje, buvo draudžiamas transliavimas internetu ar per palydovą visose kitose išskirtinai kitiems platintojams paskirtose teritorijose net, kai tokių paslaugų pageidauja pats vartotojas, taigi, buvo nustatyta, jog taip yra ribojamas pasyvus platinimas¹⁸. Tačiau toks sprendimas nepaaiškina daugelio kitų atvejų, kaip turėtų būti atribojamas aktyvus ir pasyvus platinimas.

1.1.1. Kalbos reikšmė, rinkodaros įrankių ir domeno vieta, atribojant aktyvų ir pasyvų platinimą

Vertikaliųjų apribojimų gairių 52 punktą numato, kad kalbos pasirinkimas neturėtų pakeisti platinimo įrankio pasyvaus pobūdžio. Toks aiškinimas laikomas pagrįstu dauguma atvejų, pavyzdžiui, kai informacija apie produktą yra pateikiama keliomis plačiai vartojamomis kalbomis, daugiausiai Europos Sąjungoje vartojamomis kalbomis, tokiomis kaip vokiečių, anglų, italų ar prancūzų¹⁹ ar, kaip ir dėmesį atkreipia JAV teisininkai, viena kalba, kuri vartojama universaliai, pavyzdžiui, anglų kalba²⁰. Tačiau, kaip pabrėžia teisininkai E. Glerum ir F. Kraan, tinklapis, nustatytas, pavyzdžiui, olandų kalba, yra pakankamai rodantis nukreipimą į tam tikrą teritoriją ir, tokiu tinklapiu pardavus prekes išskirtinai kitam platintojui paskirtoje teritorijoje, tai turėtų būti laikytina aktyviu platinimu, o tinklapis anglų kalba leistų laikyti pardavimą per tokį tinklapį pasyviu platinimu²¹ kaip ir numato Vertikaliųjų apribojimų gairės. Taigi, Vertikaliųjų apribojimų gairėmis yra pateikiama abstrakti taisyklė, kuri sunkiai būtų pritaikoma kiekvienai situacijai, įskaitant ir, kaip aptarta, kai informacija pateikiama tik viena kalba, kuria nėra kalbama jokioje kitoje

¹⁷ KILPATRICK, Bruce; KOBEL, Pierre; KËLLEZ, Pranvera. *Antitrust Analysis of Online Sales Platforms & Copyright Limitations and Exceptions*. Springer, 2018, p. 16.

¹⁸ Europos Komisija. 2019 m. kovo 7 d. sprendimas byloje *CASE AT.40023 Cross-border access to pay-TV (C(2019) 1772 final)*, p. 75-76.

¹⁹ 2012 m. birželio mėn. Europos Komisijos tyrimo dėl europiečių ir jų kalbų ataskaita (*Europeans and their languages*), p. 5.

²⁰ KIRSCH, Andreas; WEESNER, William. *Can Antitrust Law Control E-Commerce? A Comparative Analysis in Light of U.S. and E.U. Antitrust Law*. Oklandas: University of California, Davis, 2006, p. 297-330.

²¹ VAN GLERUM, Esther; VAN DER KRAAN, Flip. *Exclusive assignment of a territory or block of customers to distributors?* [interaktyvus] Kneppelhout: 2016 [žiūrėta 2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.kneppelhout.com/news/exclusive-assignment-of-a-territory-or-block-of-customers-to-distributors>>.

valstybėje. Belgijos teisininkai taip pat kaip problemą įžvelgia tai, kad, remiantis minėtu Vertikaliųjų apribojimų gairių reguliavimu, tokią situaciją turėtume laikyti pasyviu, o ne aktyviu platinimu²². Taigi, Vertikaliųjų apribojimų gairių nuostatos šiame kontekste kelia riziką, jog, lingvistiškai pažodžiui aiškinant minėtą nuostatą elektroninės komercijos kontekste, ne visada būtų tinkamai siekiama pasyvių ir aktyvių pardavimų atskyrimo ir galimybės riboti aktyvų platinimą išskirtinai paskirtose teritorijose tikslo – išskirtinės apsaugos platinant paskirtoje teritorijoje nuo kitų platintojų.

Nemaža dalis elektroninės komercijos įrankių yra gana nesudėtingai priskiriami pasyviems arba aktyviems pardavimams, pavyzdžiui, kaip minėta, paties platintojo valdoma internetinė parduotuvė būtų laikoma pasyviu platinimu, o tiesioginė rinkodara būtų laikoma aktyviu. Tačiau tam tikrų priemonių vertinimas visgi nėra galutinai aiškus, tokiu pavyzdžiu galėtų būti laikomos meta žymės (angl. *meta tags*). Meta žymės yra įrankis, kuriuo paieškos sistemai yra suteikiama informacija apie tam tikrą tinklapį²³. Vartotojas šių žymių nemato, tačiau pagal šias žymes ir vartotojo užklausą paieškoje yra pateikiamas rezultatas vartotojui. Apie šio įrankio priskirtinumą aktyviam ar pasyviam platinimui nėra kalbama daug, tačiau egzistuoja pozicija, jog meta žymės turėtų būti laikomos pasyviu platinimo būdu, o šią poziciją apžvelgia JAV teisininkai Andreas Kirsch ir William Weesner²⁴. Anot jų, Europos Komisija grindžia tokią poziciją iš esmės tuo, kad meta žymės yra tik tinklapio veikimo dalis. Tačiau problema gali būti įžvelgiama tuomet, kai atsiveria galimybės interneto svetainės valdytojui piktnaudžiauti meta žymėmis ir tokiu būdu nukreipti vartotoją į, pavyzdžiui, reklaminį puslapį arba pačias meta žymes nustatyti kryptingai orientuotas į klientus, esančius kitam platintojui išskirtinai paskirtoje teritorijoje. Vienu iš tokių meta žymių pavyzdžių galėtų būti jų nustatymas konkrečia viena kalba²⁵. Minėta, jog, pagal Vertikaliųjų apribojimų gairių 52 punktą, informacijos kalba neturėtų būti aktuali nustatant, ar platinimas yra aktyvus ar pasyvus. Tačiau, kaip ir aptarta aukščiau, abejotina ar įprastą informacijos pateikimą keliomis kalbomis galima sutapatinti su viena konkrečia kalba, kuria kalbama vienoje valstybėje, nustatytomis meta žymėmis. Pabrėžtina ir tai, jog aktyvus platinimas yra platinimas nukreiptas tiesiogiai į konkrečią klientų grupę

²² *European Commission Revises Distribution Rules* [interaktyvus]. Convigton and Burlim, LLP, 2010 [žiūrėta 2020 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: < <https://www.cov.com/files/Publication/86451d5e-eabf-4ace-b007-09a960009d3c/Presentation/PublicationAttachment/5e0d7e93-612e-4059-a272-0e1dd09f4e6b/European%20Commission%20Revises%20Distribution%20Rules.PDF>>.

²³ *Meta Tags - How Google Meta Tags Impact SEO* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. vasario 14 d.]. Prieiga per internetą: < <https://www.wordstream.com/meta-tags>>.

²⁴ KIRSCH, Andreas; WEESNER, William. *Can Antitrust Law Control E-Commerce? A Comparative Analysis in Light of U.S. and E.U. Antitrust Law* [interaktyvus]. Oklandas: University of California, Davis, 2006, p. 297-330.

²⁵ *Ibid.*

ar teritoriją²⁶, o tam tikru būdų panaudojamos meta žymės gali būtent šią funkciją ir atlikti. Šiame kontekste svarbu atsižvelgti ir į Europos Komisijos sprendimą *Guess* byloje, kuriame *Google AdWords* įrankio naudojimas yra laikomas aktyviu platinimo būdu²⁷. *Google AdWords* veikimo principas, iš vienos pusės, veikia panašiai kaip meta žymės t. y. yra nustatomi raktiniai žodžiai pagal kuriuos atrenkami vartotojai, kuriems pateikiamas atitinkamas turinys²⁸. Esminis šių įrankių skirtumas, kad *Google AdWords* naudojimas yra matomas vartotojui ir taip pat už jų naudojimą turi būti sumokama paslaugų teikėjui, kaip ir numato Vertikaliųjų apribojimų gairių 53 punkte nurodytas aktyvaus platinimo kriterijus. Šiuo reikėtų įvertinti, ar minėti du skirtumai yra lemiantys meta žymių priskirtinumą ne aktyviam, o pasyviame platinimo kanalui, nors iš esmės, žvelgiant iš platintojo perspektyvos, meta žymės yra taip pat naudojamos rinkodaros tikslais. Analogiškai turėtų būti vertinami ir tokie rinkodaros įrankiai kaip *Facebook Ads*, *Instagram Ads* ar *Twitter Ads*, kuriuose vienas iš galimų tikslinės auditorijos nustatymo būdų yra ne tik geografinės vietos, kuris akivaizdžiai reikštų aktyvų platinimą, bet ir auditorijos kalbos nustatymas, kai šiais įrankiais nustatoma konkrečios valstybės kalbos auditorija. Vertikaliųjų apribojimų gairės nepateikia aiškinimo, kiek plačiai turėtų būti suprantama nuostata, jog tinklapio kalbos pasirinkimas neturėtų daryti įtakos aktyvaus ir pasyvaus platinimo atskyrimui, tačiau pabrėžtina, kad tokių įrankių kaip *Facebook Ads* atveju pats vartotojas nepasirenka kalbos ir pats tokio įrankio naudojimas yra pardavimo skatinimo priemonė. Atsižvelgiant į tai, išskirtinis platintojas, naudodamasis tokiais įrankiais ir nustatydamas tikslią auditoriją pagal tik vienoje konkrečioje valstybėje naudojamą kalbą, norėdamas įvertinti savo veiksmų teisėtumą, turėtų plačiau vertinti minėtas Vertikaliųjų apribojimų gairių nuostatas, o priežiūros institucijos turėtų nuosekliai įvertinti tokių elektroninės komercijos įrankių naudojimą išskirtinio platinimo susitarimuose.

Problemas, susijusias su internetinėmis svetainėmis ir aktyviu platinimu, pastebi ir Olandijos teisininkai E. D. Glerum-van Aalst, dr. J. Smeets ir L. G. Gerdin, kurie savo straipsnyje nurodo, kad, atskiriant aktyvų ir pasyvų platinimą, problematiškumas įžvelgiamas ir nustatant internetinės parduotuvės domeno pavadinimą, tiksliau, nustatant tinklapio adreso paskutines raides, einančias po taško²⁹. Pirmiausia pastebima, kaip turėtų

²⁶ 2013 m. sausio 30 d. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos apskrito stalo diskusija dėl vertikalių susitarimų internetiniuose pardavimuose (DAF/COMP/WD(2013)18), p. 13.

²⁷ Europos Komisija. 2018 m. gruodžio 17 d. sprendimas *Guess AT.40428, C(2018) 8455 final*.

²⁸ TOPINKA, Chuck. *How Exactly Does Google AdWords Work?* [interaktyvus]. Forbes, 2014 [žiūrėta 2020 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.forbes.com/sites/quora/2014/08/15/how-exactly-does-google-adwords-work/#1380cd6f7bd3>>.

²⁹ GLERUM-VAN AALST, E. D.; SMEETS, J.; GERDING, L. G. Onlineverkoop in exclusieve distributiesystemen. *Monthly Property Law Journal (Maandblad voor Vermogensrecht)*, 2014, p. 64-72

būti vertinama tinklapio adreso pabaiga, rodanti gana plačią pasaulinę auditoriją, pavyzdžiui, *.com*. Viena vertus, tokia domeno pabaiga yra gana universali ir nerodo platinimo nukreipimo į konkrečią teritoriją. Kita vertus, jei tiekėjas išskirtinio platinimo sistemą taiko pasauliniu mastu ir riboja vieno išskirtinio platintojo aktyvų platinimą į visas kitas išskirtinai kitiems paskirtas teritorijas, tokios domeno pabaigos reikšmė galėtų būti vertinama įvairiai. Tačiau minėti straipsnio autoriai aptaria atvejį, kai domeno pabaiga yra *.de*, kuri rodo, kad tinklapis yra skirtas Vokietijos vartotojams ir tai rodo tam tikrą platinimo nukreipimą į konkrečią teritoriją. Analogišku atveju galėtume laikyti, jei, pavyzdžiui, ne Lietuvoje veikiantis platintojas sukurtų internetinį tinklapį, skirtą produkto platinimui, kurio domeno pabaiga būtų *.lt*. Nei Vertikaliųjų apribojimų gairės, nei ESTT praktika konkurencijos teisės kontekste šiuo klausimu tiksliai nepasisako. Viena vertus, domeno pavadinimas yra tik būtina tos internetinės parduotuvės veikimo dalis. Kaip teigiama Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos nutarime dėl UAB „Hostex“ veiksmų, „nepakanka vien tik susikurti interneto svetainę. Kiekvienam interneto tinklalapiui reikia aplinkos, kurioje jis veiktų“ ir vienas iš tokios aplinkos etapų yra domeno nustatymas³⁰. Tačiau, kita vertus, kaip ir aukščiau šioje dalyje aptartu atveju, pats vartotojas nepasirenka domeno pavadinimo, o yra nustatomas platintojo ir tokia domeno pabaiga gali siųsti signalą vartotojams, kad šis tinklapis yra skirtas atitinkamoje teritorijoje esančiai auditorijai, todėl tai galėtų tam tikrais atvejais būti laikoma aktyviu platinimu.

EDHEC School of Management profesoriai Ch. Collard ir Ch. Roquilly taip pat įžvelgia problemą dėl naujienlaiškių gavimo galimybės nustatymo internetinėje svetainėje. Autoriai teigia, kad, remiantis Vertikaliųjų apribojimų gairių 52 punktu, vartotojui apsilankius tinklapyje ir gavus pasiūlymą gauti naujienlaiškius bei sutikus su šiuo pasiūlymu, būtų sudėtinga įrodyti, kad tai yra aktyvus platinimas³¹. Vertinant šią poziciją, viena vertus, sutiktina su autoriais, nes vartotojas pats racionaliai priima sprendimą apsilankyti platintojo tinklapyje ir sutikti gauti naujienlaiškius. Kita vertus, kaip buvo teigiama 2013 m. sausio 30 d. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos apskrito stalo diskusijoje dėl vertikalių susitarimų internetiniuose pardavimuose, „internetas sudaro plačias galimybes grįsti, jog platinimas vykdomas pasyviu būdu, o tai sumažina išskirtinių platintojų apsaugą nuo aktyvių kitų platintojų pardavimų“³². Kitaip

[Žiūrėta 2020 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.kneppelhout.com/media/rtf/Onlineverkoop_in_exclusieve_distributiesystemen.pdf>.

³⁰ Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba. 2010 m. lapkričio 25 d. nutarimas Nr. 1S-206, p. 5.

³¹ COLLARD, Christophe; ROQUILLY, Christophe. Closed Distribution Networks and E-commerce: Antitrust Issues. *International Review of Law Computers & Technology*, 16(1):81-92, 2002, p. 5.

³² 2013 m. sausio 30 d. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos apskrito stalo diskusija dėl vertikalių susitarimų internetiniuose pardavimuose (DAF/COMP/WD(2013)18), p. 160.

tariant, kyla grėsmė, jog bus piktnaudžiaujama internetinės svetainės pasyviu platinimo pobūdžiu. Vertikaliųjų apribojimų gairių 51 punktą nurodo, kad aktyvus platinimas yra tiesioginių laiškų, įskaitant neužsakytų, siuntimas, taigi, lingvistiškai aiškinant šią nuostatą, aktyviu platinimu turėtų būti laikytinas tiek užsakytų, tiek neužsakytų laiškų siuntimas. Vadinasi, kritiškiau įvertinus minėtą situaciją, pastebėtina, jog vartotojas, kuris lankėsi platintojo internetinėje parduotuvėje, tikėtina ieškojo tam tikros prekės, taigi, įvyko vienas platinimo etapas, kuris vertinamas kaip pasyvus platinimas, nes vartotojas pats racionaliai priėmė sprendimą apsilankyti minėtoje interneto svetainėje. Vėliau platintojas, turėdamas galimybę siųsti naujienlaiškius, gali skatinti vartotoją įsigyti prekes iš šio platintojo dar kartą. Šiuo atveju, pats vartotojas savarankiškai racionaliai nepriimtą sprendimo apsilankyti to platintojo interneto svetainėje įsigyti prekę, o būtų paskatintas tai daryti dėl gaunamų naujienlaiškių. Tokiu būdu įvyktų antrasis platinimo etapas, kuris turi ganėtinai ryškius aktyvaus platinimo požymius. Tačiau net nustačius, kad tai būtų laikoma aktyviu platinimu, nėra aišku ir nėra nustatyta, kaip turėtų elgtis ūkio subjektas, gavęs vartotojo užklausą gauti naujienlaiškius. Taigi, remiantis tuo, kas išdėstyta, pastebėtina, kad naujienlaiškių interneto svetainėse klausimas turėtų būti analizuojamas atidžiau pasyvių ir aktyvių pardavimų atskyrimo kontekste ir turėtų būti įvertinama, ar tam tikrais atvejais tai neatitinka aktyvaus platinimo. Be to, išskirtinio platinimo susitarimu turėtų būti nustatomos aiškios ribos šiuo klausimu, jei naujienlaiškių užsakymas yra aktualus platintojo veikloje.

1.1.2. Aktyvaus platinimo santykis su kainų lyginimo įrankiais ir trečiųjų šalių prekyvietėmis

Europos Komisija, atlikusi elektroninės komercijos srities tyrimą, nustatė, kad vienas iš ribojimų, susijusių su kainų lyginimo įrankių naudojimo ribojimais, yra jų ribojimas būtent išskirtinai paskirtose platinimo teritorijose³³. Kainų lyginimo įrankiai iš esmės yra įrankių juosta arba tinklapis, kuriame pirkėjas gali palyginti skirtingų platintojų parduodamų prekių kainas³⁴. Tokie kainų lyginimo įrankiai pateikia nuorodas, kurios leidžia tiesiogiai arba netiesiogiai patekti į tinklapį, kuriame parduodamas produktas, taigi, pirkėjas negali pirkti tiesiogiai per kainų lyginimo įrankį ar jo tinklapį³⁵. Kainų lyginimo įrankiai platintojams atlieka svarbią funkciją, kuri nėra tik pardavimo platforma. Šiais įrankiais

³³ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 528.

³⁴ *Competition Law: Selective Distribution and Online Sales, Where Are We Heading*. Antitrust Alliance, [interaktyvus] 2018 [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://antitrust-alliance.org/uploads/2018/01/Selective-distribution-and-online-sales-Where-are-we-heading-3.pdf>>.

³⁵ PETROPOULOS, Georgios. Vertical restraints and e-commerce. Briuselis: *Concurrences No 1-2018*.

platintojai gali savaime reklamuoti savo produktus³⁶. Europos Komisija atkreipė dėmesį į problemą dėl ribojimo naudotis kainų lyginimo įrankiais priskyrimo aktyviems ir pasyviems pardavimams ir nurodė, kad tais atvejais, kai toks ribojimas nustatomas kitam išskirtiniam platintojui paskirtos teritorijos atžvilgiu, jis turėtų būti laikomas aktyvaus platinimo apribojimu³⁷. Tikėtina, kad ši pozicija tam tikru metu galiausiai bus įtvirtinta Europos Komisijos teisės aktu, konkurencijos priežiūros ar teismų sprendimu. Visgi, Europos Komisija tuo pačiu pabrėžia, kad absoliučių draudimų naudoti kainų lyginimo įrankiais teisėtumas būtų neproporcingas naudai, kurią iš šių įrankių gauna vartotojai. Atsižvelgiant į tai, svarbu įvertinti, kaip turėtų būti vertinamas minėtas kainų lyginimo įrankio nustatymas kitam išskirtinai paskirtos teritorijos atžvilgiu. Šiuo klausimu reguliavimo dar nėra, tačiau neabejotina, kad jis turėtų formuotis, užtikrinant proporcingumą ir lankstumą, leidžiant kiekvienu atveju nuosekliai įvertinti, ar kainų lyginimo įrankio naudojimas tikrai yra nukreiptas į kitam išskirtiniam platintojui paskirtą teritoriją.

Vertinant aktyvių ir pasyvių pardavimų sampratos atskyrimą elektroninės komercijos kontekste reikėtų atkreipti dėmesį ir į trečiųjų šalių prekyviečių naudojimą, kurios yra itin reikšmingos platintojams – tam tikrais statistikos duomenimis, 2018 m. daugiau nei 50 % visų mažmeninės rinkos pardavimų buvo trečiųjų šalių prekyvietėse³⁸. Šiame darbe kalbant apie trečiųjų šalių prekyvietes ir platformas, laikoma, kad tokiomis platformomis yra trečiosioms šalims priklausantys internetiniai tinklapiai, prekyvietės, kurie suteikia galimybę parduoti prekes ir (ar) teikti paslaugas, įskaitant tokias prekyvietes kaip *eBay*, *Amazon*, *pigu.lt*. Viena vertus, trečiųjų šalių internetinės parduotuvės platintojui yra, analogiškai kaip ir jo paties internetinė parduotuvė, kanalas platinti produktą. Todėl išskirtinio platinimo atveju, vertinant, ar platinimas trečiųjų šalių platforma yra laikomas aktyviu ar pasyviu platinimu, pagal analogiją iš pirmo žvilgsnio galima būtų remtis Vertikaliųjų apribojimų gairių 52 punktu ir laikyti tai pasyviais pardavimais. Tačiau šiame kontekste visgi galima išskirti tam tikrus atvejus, kuomet tai galėtų būti laikoma pasyviu ir kuomet aktyviu platinimu. Teisininkė M. Wiegerinck teigia, kad tais atvejais, kai platintojas per trečiųjų šalių platformą pats tiesiogiai veikia kaip pardavėjas, t. y. pats rūpinasi produkto pardavimu galutiniam vartotojui, tai turėtų būti laikoma pasyviais

³⁶ 2017 m. birželio 13 d. Europos Komisijos pranešimas dėl pagrindinių principų, naudojant kainų lyginimo įrankius (*Key Principles for Comparison Tools*) [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/key_principles_for_comparison_tools_en.pdf>.

³⁷ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos sritys tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 555.

³⁸ *Internet Retail Online Marketplaces Database and Online Marketplaces Analysis Report* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.digitalcommerce360.com/article/infographic-top-online-marketplaces/>>.

pardavimais. Tačiau ji taip pat teigia, jog tais atvejais, kai platintojas veikia kaip didmeninis platintojas trečiųjų šalių internetinėje parduotuvėje (pvz. *Amazon Vendor*), t. y. jis pristatys prekes trečiosios šalies prekyviete, kuri vėliau bus atsakinga už produktų pardavimą galutiniam vartotojui, tokiu atveju, ta trečiosios šalies platforma jau, praktine prasme, pati galėtų savo platinimą aktyvinti tose kitam platintojui išskirtinai paskirtose teritorijose, taigi, išskirtinis platintojas, suteikęs prekes tokiai trečiosios šalies platformai, netiesiogiai būtų atsakingas už aktyvų platinimą³⁹. Tai rodo, jog, remiantis aukščiau pateikta analize, tam tikrais atvejais naudojimas trečiųjų šalių platformomis gali būti ribojamas, nes gali būti laikomas ir aktyviu platinimu. Tikėtina, kad ūkio subjektai turėtų aptarti, kokia apimtimi galės būti naudojamos trečiųjų šalių platformos, įskaitant dėl galimybės naudotis tokiais platinimo būdais kaip *Amazon Vendor*. Tačiau, teisininkų B. Kilpatrick, P. Kobel ir P. Këllezi teigimu, pavyzdžiui, pagal Vengrijos teisę, apskritai ribojimo parduoti trečiosioms šalims teisėtumas yra labai mažai tikėtinas⁴⁰. Europos Komisija taip pat pabrėžia, kad platinimas per trečiųjų šalių prekyvietes yra itin svarbus mažoms ir vidutinėms įmonėms⁴¹. Atsižvelgiant į tai, formuojasi pozicija, jog ribojimo naudotis trečiųjų šalių prekyvietėmis teisėtumas išskirtinio platinimo sistemoje būtų sunkiai įrodomas, tačiau tam tikrais atvejais yra pagrindas įrodinėti, jog taip yra ribojamas aktyvus platinimas.

Platinimas trečiųjų šalių prekyvietėse didmeniniu lygiu nėra vienintelis platinimas, turintis aktyvaus platinimo požymių. Reikėtų atkreipti dėmesį, kad pardavimai trečiųjų šalių platformose ir mažmeniniu lygiu platintojams atlieka papildomą, ne tik pardavimo, funkciją, bet ir reklamos. Trečiųjų šalių prekyvietės padeda surasti vartotojus, atlieka tam tikrą rinkodaros priemonės funkciją⁴². Taip pat svarbu įvertinti, ar trečiųjų šalių parduotuvių teritorinis mastas neturėtų daryti įtakos nustatant, ar tai yra aktyvūs ar pasyvūs pardavimai. Atsižvelgiant į tai, kad aktyvių pardavimų, kuriuos galima riboti išskirtinio platinimo sistemoje, vienas iš lemiamų kriterijų yra jų nukreipimas į tam tikrą teritoriją, abejotina, jog trečiųjų šalių platforma, kuri yra skirta tik tam tikros išskirtinai paskirtos kitam platintojui teritorijos klientams, neturėtų būti vertinama kaip aktyvus platinimo kanalas. Analogiška problema kyla ir vertinant platinimą per tokias pasaulinio masto

³⁹ WIEGERINCK, Marlies. *A borderless online market? Boundaries for your (exclusive) distributor* [interaktyvus]. 2018 [žiūrėta 2020 m. vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.arnold-siedsma.be/nieuws/archief/2018/a-borderless-online-market-boundaries-for-your-exclusive-distributor>>.

⁴⁰ KILPATRICK, Bruce, KOBEL, Pierre, KËLLEZI, Pranvera. *Antitrust Analysis of Online Sales Platforms & Copyright Limitations and Exceptions*. Springer, 2018. p. 208.

⁴¹ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 450-456, 504.

⁴² ATKINSON, Emily. *What online marketplaces mean for ecommerce competition* [interaktyvus]. 2018 [žiūrėta 2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.ve.com/blog/what-online-marketplaces-mean-for-ecommerce-competition>>.

trečiųjų šalių platformas kaip *Amazon* ar *eBay*, kurios nėra skirtos konkrečiai išskirtinai kitam platintojui paskirtai teritorijai ir yra prieinamos viso pasaulio mastu, neapribojant viena konkrečia teritorija. Taigi, galima sakyti, kad platinimas trečiųjų šalių platformomis turi aktyvaus platinimo pobūdį, tačiau keltinas klausimas, ar pakankamą, jog tai būtų laikoma aktyviu platinimu. Visgi daug pozicijų dėl trečiųjų šalių platformų naudojimo išskirtinio platinimo sistemos kontekste nėra išreikšta ir nėra aišku, ar minėti požymiai turėtų būti laikomi lemiamais ir kokiomis aplinkybėmis.

Vienas ryškiausių sprendimų šiomis dienomis, susijusių su ribojimu platinti trečiųjų šalių prekyvietėse, yra ESTT sprendimas *Coty* byloje, kuris bus nuosekliai aptartas kitoje šio darbo dalyje, nes jame nagrinėjama pasirinktinio, o ne išskirtinio platinimo sistema. Visgi konkurencijos teisės specialistas A. Maxwell išreiškia kritikuojančią poziciją, skirtą ESTT dėl to, kad nebuvo pasisakyta, kokia apimtimi šis sprendimas gali būti taikomas – tik pasirinktinio platinimo sistemoms ar ir išskirtinio platinimo⁴³. Tokia kritika galėtų būti laikoma pagrįsta, kadangi trečiųjų šalių prekyvietės yra aktualios ne tik pasirinktinio platinimo nariams, o visiems platintojams apskritai, įskaitant ir išskirtinio platinimo sistemos dalyviams. Sudėtinga pasakyti, kaip kompetentingos institucijos vertintų galimybę taikyti šį sprendimą ir išskirtinio platinimo atveju. Verta pažymėti, kad Vertikaliųjų apribojimų gairių 54 punktą nurodo, kad tiekėjas gali reikalauti interneto svetainės atitikimo tam tikriems kokybės standartams ir nėra išskiriama, kad ši nuostata taikoma konkrečiai tik pasirinktinio platinimo sistemai. Kita vertus, pati pasirinktinio platinimo sistema gali remtis kokybiniais kriterijais⁴⁴, o senesnė ESTT praktika pabrėžia pasirinktinio platinimo sistemos tinkamumą, siekiant platinti prabangos prekes⁴⁵. Taigi, negalima būtų teigti, kad ESTT sprendimas *Coty* byloje neabejotinai turėtų būti taikomas ir išskirtinio platinimo atveju, tačiau pastarosios platinimo sistemos nariams aiškesnės gairės šiame kontekste yra itin reikalingos.

1.2. Elektroninės komercijos priemonių rezervavimas

Atsižvelgiant į išskirtinio platinimo susitarimų pobūdį, akivaizdu, jog gamintojo, nustatančio tokius susitarimus, pirminis tikslas yra paskirti platintoją, kuris rūpinsis

⁴³ MAXWELL, Andrew. *When can suppliers ban resellers from selling on online marketplaces or E-commerce platforms?* [interaktyvus] FREETHS, 2018 [žiūrėta 2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.freeths.co.uk/2018/04/10/when-can-suppliers-ban-resellers-from-selling-on-online-marketplaces-or-e-commerce-platforms/>>.

⁴⁴ 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 175.

⁴⁵ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. *1996 m. gruodžio 12 d. sprendimas Groupement d'Achat Edouard Leclerc prieš Commission of the European Communities C- T-19/92, EU:T:1996:190.*

produkto pardavimais tam tikroje teritorijoje. Toks išskirtinis platintojas investuos savo lėšas, naudos savo galimybes bei laiką⁴⁶, o gamintojui nereikės rūpintis problemomis, specifiniais klausimais dėl platinimo kiekvienoje teritorijoje. Kitaip tariant, gamintojas pasitelkia išskirtinį platintoją dažnai būtent dėl fizinių galimybių t. y. fizinių parduotuvių steigimo, fizinio dalyvavimo bendraujant su vartotojais ir verslo partneriais. Tokia nauda gamintojui gali ypač pasireikšti, kai gamintojas yra plačiai žinomas, jo prekės ženklas yra populiarus tarp vartotojų dideliu mastu, pavyzdžiui, visos Europos Sąjungos mastu. Įprastai, standartiniu išskirtinio platinimo susitarimu, išskirtiniam platintojui suteikiama teisė platinti visais prieinamais kanalais: tiek fiziniams, tiek naudojantis elektroninės komercijos priemonėmis⁴⁷. Tačiau elektronei komercijai tampa vis svarbesniu platinimo kanalu, akivaizdu, kad gamintojams tokia išskirtinio susitarimo prezumpcija nėra palanki tais atvejais, kai ir pats gamintojas veikia kaip platintojas⁴⁸ ir pageidauja pats rūpintis elektrone prekyba. Atsižvelgiant į tai, gamintojai nustato tam tikrus apribojimus išskirtinio platinimo susitarimuose, susijusius su platinimu elektrone komercijos kanalais. JAV teisininkai A. Kirsch ir W. Weesner pateikia tokių apribojimų sąlygų pavyzdžius. Konkretūs jų aptariami pavyzdžiai yra pateikti remiantis JAV susiklosčiusia patirtimi, tačiau, kaip teigia patys autoriai, elektrone komercijos teritorija neribojama⁴⁹, todėl tokie susitarimai gali susiformuoti ir yra aktualūs ir Europos Sąjungoje bei atitinkamai turėtų būti analizuojamas jų teisėtumas.

Anot minėtų autorių, tiekėjai nustato apribojimus, kurie vadinami rezervavimo sąlygomis (angl. *reservation clauses*). Vienas iš tokių apribojimų yra absoliuti rezervavimo sąlyga⁵⁰, pagal kurią gamintojas pasilieka absoliučią teisę naudotis platinimu elektrone komercijos būdu, o išskirtinis platintojas šios galimybės netenka. Kita rezervavimo sąlyga yra vadinama riboto platinimo sąlyga⁵¹, pagal kurią gamintojas pasilieka teisę platinti tam tikrus konkrečius produktus internetu, o kitų produktų platinimas internetu paliekamas išskirtiniam platintojui. Abiejų šių sąlygų atžvilgiu svarbu prisiminti, kad platinimas

⁴⁶ 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 195.

⁴⁷ KIRSCH, Andreas; WEESNER, William. *Can Antitrust Law Control E-Commerce? A Comparative Analysis in Light of U.S. and E.U. Antitrust Law*. Oklandas: University of California, Davis, 2006, p. 297-330.

⁴⁸ Vadovaujantis 2010 m. balandžio 20 d. Komisijos reglamento (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims, 2 straipsnio 4 (a) dalimi, tokiam išskirtinio platinimo susitarimui, kuriame gamintojas paskiria išskirtinį platintoją, bet ir pats veikia kaip platintojas, tačiau išskirtinis platintojas nėra konkurentas, šis reglamentas taikomas, taigi galima vertinti susitarimą kaip vertikalųjį susitarimą.

⁴⁹ KIRSCH, Andreas; WEESNER, William. *Can Antitrust Law Control E-Commerce? A Comparative Analysis in Light of U.S. and E.U. Antitrust Law*. Oklandas: University of California, Davis, 2006, p. 297-330.

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ *Ibid.*

internetu, jei kalbame apie platinimą per paties platintojo ar tiekėjo valdomą interneto svetainę, laikomas pasyvaus platinimo priemone, o platinimas internetu turėtų būti prieinamas visiems platintojams⁵². Be to, kaip numato Reglamento Nr. 330/2010 4 straipsnio b punktas, toks apribojimas jau būtų laikomas konkurencijos apribojimu pagal tikslą. Apskritai, pagal Reglamentą Nr. 330/2010, negalėtų būti pateisinamas joks išskirtinis teisės parduoti būtent internetu pasilikimas sau kaip tiekėjui⁵³. Taigi, konkurencijos teisės reguliavimas rodo, kad absoliutaus rezervavimo sąlyga iš esmės neturėtų būti teisėta ir prieinama išskirtinio platinimo susitarimo šalims Europos Sąjungoje. Žinoma, atsižvelgiant į tai, kad internetinė prekyba per sau priklausantį tinklą yra pasyvaus platinimo priemonė, gamintojas, analogiškai kaip ir kiti platintojai, kurie nėra paskirti išskirtinei teritorijai, turėtų galėti toliau platinti internetu, tačiau visi aktyvaus elektroninės komercijos platinimo kanalai būtų gamintojui neprieinami.

Trečia rezervavimo sąlyga yra laikoma koegzistavimo (angl. *co-existence*) sąlyga⁵⁴, pagal kurią, gamintojas tiek suteikia teisę išskirtiniam platintojui naudotis visais elektroninės komercijos platinimo kanalais atitinkamoje išskirtinėje teritorijoje, tiek pats pasilieka teisę šiais kanalais naudotis. Tokia sąlyga tikriausiai turėtų būti vertinama labiausiai suderinama su konkurencijos teisės taikymu, nes tiek sutarčių laisvės principas užtikrina, tiek konkurencijos teisę reguliuojantys teisės aktai nedraudžia išskirtinio platinimo šalims – gamintojui ir platintojui – susitarti, kad išskirtinai platintojui paskirtoje teritorijoje gamintojas taip pat platins produktą elektroninės komercijos kanalu. Toks susitarimas net skatintų konkurenciją, nes šiuo atveju atitinkamoje rinkoje veiktų du to paties prekės ženklo platintojai.

⁵² 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 52.

⁵³ MARCO COLINO, Sandra. *Cartels and Anti-Competitive Agreements: Volume I*. [interaktyvus] Routledge, 2017 [žiūrėta 2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <https://books.google.lt/books?id=Ir9BDgAAQBAJ&dq=exclusive+distribution+restriction+to+sell+online&hl=lt&source=gbs_navlinks_s>.

⁵⁴ KIRSCH, Andreas; WEESNER, William. *Can Antitrust Law Control E-Commerce? A Comparative Analysis in Light of U.S. and E.U. Antitrust Law*. Oklandas: University of California, Davis, 2006, p. 297-330.

2. PASIRINKTINIS PLATINIMAS ELEKTRONINĖJE KOMERCIJOJE

Konkurencijos teisės kontekste laikoma, kad pasirinktinis platinimas, kaip ir išskirtinis platinimas, „apriboja įgaliotųjų platintojų skaičių, <...> apriboja perpardavimo galimybes“⁵⁵. Iš esmės, taikant pasirinktinio platinimo sistemą, yra pasitelkiami perpardavėjai (platintojai), atitinkantys konkrečius kriterijus, kurie priklauso nuo platinamo produkto. Pasirinktinis platinimas dažnai gali būti taikomas išskirtinių produktų, turinčių prekės ženklą, neretai ir prabangų prekės ženklą, platinimui, o ūkio subjektas, taikantis pasirinktinio platinimo sistemą, gali taikyti kiekybinius ar kokybinius kriterijus platintojams⁵⁶. Pasirinktinio platinimo sistemos taikymas patenka į konkurencijos teisės reguliavimo akiratį, nes ja yra ribojama ir platintojų rinkoje galimybė platinti prekes, ir pasirinktų platintojų galimybės perparduoti prekes pasirinktais būdais savo nuožiūra⁵⁷.

Nors Vertikaliųjų apribojimų gairėse yra gana plačiai aprašoma pasirinktinio platinimo sistema, šiandieninių elektroninės komercijos galimybių atveju, esamų konkurencijos teisės taisyklių taikymas tapo itin komplikuoju ir keliančiu nemažai klausimų, jog ūkio subjektai galėtų patys įsivertinti savo komercinius sprendimus. Remiantis Europos Komisijos elektroninės komercijos sektoriaus analize, pasirinktinio platinimo sistemos tapo taikomos vis dažniau plėtojantis elektroninei komercijai⁵⁸. Ir apskritai, dauguma apribojimų prekiauti internetu yra nustatomi būtent pasirinktinio platinimo sistemos taikymo atvejais⁵⁹. Konkurencijos teisės atžvilgiu, kai nustatomos platinimo sąlygos, susijusios su elektronine komercija, įvyksta ryškus skirtingų interesų susidūrimas: tiekėjai siekia maksimalios savo paslaugų teikimo kokybės, prekės ženklo gerinimo, o pasirenkami platintojai ieško ir stengiasi išnaudoti visus prieinamus pelningus platinimo būdus, leidžiančius pasiekti daugiausia vartotojų, o pastaruosius tenkina kuo didesnis prekių prieinamumas, įvairovė, kokybė bei kaina. Be to, pasak ESTT, paslaugų teikimas internetu leidžia vartotojui užsakyti produktus per atstumą be laiko apribojimų ir suteikia galimybę lengvai rasti informaciją apie produktus bei leidžia nesudėtingai palyginti kainas⁶⁰. Atitinkamai yra būtina nustatyti aiškius kriterijus bei ribas, skatinančias ne tik vieno intereso patenkinimą, tačiau šių balansą ir efektyvią konkurenciją.

⁵⁵ 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 174.

⁵⁶ *Ibid.*, p. 175.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 177.

⁵⁸ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.).

⁵⁹ PETROPOULOS, Georgios. Vertical restraints and e-commerce. Briuselis: *Concurrences No 1-2018*.

⁶⁰ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. spalio 13 d. sprendimas *Pierre Fabre Dermo-Cosmetiques SAS prieš President de l'Authorite de la concurrence C-439/09*, EU:C:2011:649, p. 26.

2.1. Draudimas platinti internetu

Vienas iš aktualiausių apribojimų pasirinktiniame platinime, kuris turėtų būti įvertinimas konkurencijos teisės reguliavimo kontekste, yra absoliutus draudimas platinti internetu. Reglamentas Nr. 330/2010 numato, jog vertikaliam susitarimui negali būti taikoma bendroji išimtis, kai ribojama pasirinktinio platinimo sistemos narių, vykdančių mažmeninę prekybą, aktyvūs ar pasyvūs pardavimai galutiniams vartotojams, nepažeidžiant galimybės uždrausti sistemos nariui vykdyti veiklą neįgaliotoje steigimo vietoje⁶¹. Kaip šiame darbe ne kartą minėta, remiantis Vertikaliųjų apribojimų gairių 52 punktu, interneto svetainės naudojimas prekėms parduoti yra laikomas pasyviu pardavimu⁶², tačiau, analizuojant pasirinktinio platinimo sistemos susitarimus, nebereikia atskirti, ar konkretus platinimo būdas internetu yra pasyvus ar aktyvus platinimas, nes mažmeniniu lygiu negalima riboti nei vieno. Be to, ESTT yra aiškiai pabrėžęs, kad internetas yra ne prekybos vieta, o „alternatyvus pardavimo būdas“⁶³, todėl ūkio subjektai, norėdami pagrįsti draudimą platinti internetu, negali remtis Reglamento Nr. 330/2010 4 straipsnio c punkte numatyta išimtimi iš „juodojo sąrašo“ apribojimų. Vertikaliųjų apribojimų gairėse taip pat pabrėžiama, kad apskritai „visiems platintojams turi būti leidžiama naudotis internetu, kaip produktų pardavimo priemone“⁶⁴. Visgi, nepaisant prieš tai minėtų nuostatų, ūkio subjektai neretai siekia įtvirtinti apribojimus platinti internetu.

Vertinant draudimus platinti internetu, svarbu, kad pasirinktinio platinimo sistema turi atitikti tam tikrus teisėtumo kriterijus. Kokybiniu pasirinktiniu platinimu, platinamo produkto pobūdis privalo pateisinti pasirinktinio platinimo sistemos būtinumą, perpardavėjai turi būti parenkami pagal objektyvius kriterijus ir šie kriterijai turi būti nustatomi vienodai, nediskriminuojant kitų pasirinktinio platinimo sistemos platintojų⁶⁵. Atitinkamai ir kiekvienas apribojimas, įskaitant ir draudimą platinti internetu, nustatomas pasirinktinio platinimo sistemoje, negali būti nustatomas nepagrįstai, nesivadovaujant šiais nurodytais kriterijais. Tai buvo akcentuota ir *Pierre Fabre* byloje, kurioje *Pierre Fabre*

⁶¹ 2010 m. balandžio 20 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims. OJ L 102, 23.4.2010, 4 (c) straipsnis.

⁶² 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 52.

⁶³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. spalio 13 d. sprendimas *Pierre Fabre Dermo-Cosmetiques SAS prieš President de l'Authorite de la concurrence C-439/09*, EU:C:2011:649, p. 21.

⁶⁴ 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 52.

⁶⁵ *Ibid.*, p. 175.

Dermo-Cosmetique taikė pasirinktinio platinimo sistemą pagal kokybinius kriterijus. Šioje byloje kosmetikos ir asmeninės priežiūros prekių gamintojas nustatė platintojams reikalavimus, kad prekės būtų parduodamos tik patalpose ir dalyvaujant kvalifikuotam farmacijos specialistui⁶⁶. Pažymėtina, jog remiantis Vertikaliųjų apribojimų gairių 175 punktu, objektyviu kokybės kriterijumi yra laikytinas toks, kuris reikalingas būtent to pobūdžio produktui, pavyzdžiui, „būtinasis pardavimo personalo mokymas, aptarnavimas pardavimo metu, tam tikras pardavimui skirtos produkcijos asortimentas“⁶⁷. Tačiau *Pierre Fabre* byloje buvo nustatyta, kad *Pierre Fabre Dermo-Cosmetique* kosmetika ir asmeninės priežiūros priemonės nėra medicininiai produktai, todėl ir toks platintojas, kuris negali užtikrinti farmacijos specialisto dalyvavimo, yra tinkamas platintojas šiai pasirinktinio platinimo sistemai. Anne C. Witt išreiškia kritiką, teigdama, kad ESTT nenurodė, kaip šį sprendimą reikėtų suderinti su sprendimu ESTT *Leclerc* byloje, mat šioje byloje pasirinktinio platinimo sistemos taikymas buvo pateisinamas dėl prekių prabangos įvaizdžio⁶⁸. Tačiau reikėtų atkreipti dėmesį, kad sprendimas *Pierre Fabre* byloje buvo priimtas praėjus 15 metų po ESTT *Leclerc* sprendimo, kai platinimas internetu įgavo žymiai didesnę prasmę tiek ūkio subjektams, tiek vartotojams, todėl turėtų būti vertinamas nuosekliau. Taigi, nors tiesioginio ribojimo prekiauti internetu nebuvo nustatyta, ESTT nustatė, kad tokie reikalavimai dėl farmacijos specialisto dalyvavimo savaime lėmė, jog prekyba internete nebus įmanoma ir taip yra *de facto* pašalinama galimybė prekiauti internete. Taip pat buvo pabrėžiama, kad taip pašalinant vieną iš prekybos būdų yra apribojama komercinė laisvė. Taigi, byloje buvo nustatyta, kad toks netiesioginis ribojimas prekiauti internetu prieštarauja Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 1 daliai. Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucija *Ping* sprendime pabrėžė, kad prekyba internetu negali būti ribojama argumentuojant tuo, kad golfo lazdos turi būti pritaikomos vartotojams gyvai, o tai, kad platintojams paliekama teisė reklamuoti internetu, nedaro įtakos ribojimo platinti internetu neteisėtumui⁶⁹. Tai reiškia, kad ūkio subjektai, siekdami pasiremti Vertikaliųjų apribojimų gairių 175 punkte numatyta galimybe reikalauti tam tikro personalo dalyvavimo, turi labai atidžiai įvertinti būtinumo kriterijų ir neturėtų tikėtis, kad neteisėtumą pavyks užglaistyti kitais leidimais.

⁶⁶ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. spalio 13 d. sprendimas *Pierre Fabre Dermo-Cosmetiques SAS prieš President de l'Authorite de la concurrence C-439/09*, EU:C:2011:649, p. 12.

⁶⁷ 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 175.

⁶⁸ WITT, Anne C. Restrictions on the use of third-party platforms in selective distribution agreements for luxury goods. *University of Leicester School of Law Research Paper No. 15-26, 2016) 12(2/3) European Competition Journal 435-461.*

⁶⁹ Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucija. 2017 m. rugpjūčio 24 d. sprendimas *Online sales ban in the golf equipment sector Case 50230*, p. 4.87.

Draudimų platinti produktų internetu svarbius aspektus identifikavo *Antitrust Alliance* sąjunga, jungianti konkurencijos teisės specialistus visoje Europoje, analizuodama nacionalinių institucijų praktiką nagrinėjant *de facto* draudimus platinti internetu. Anot šios sąjungos tyrimo, tokių atvejų buvo pastebėta Lenkijos byloje *Royal Canin*, kurioje gyvūnų maisto pasirinktinio platinimo sistema buvo apribota tik tokiais platintojais, kurie nevykdė prekybos internetu, t. y. specialiomis veterinarijos įstaigomis⁷⁰. Olandijoje *de facto* ribojimu ir buvimu vienu iš „juodojo sąrašo“ apribojimų buvo pripažinta ir taip vadinamos angliškosios sąlygos įtraukimas į susitarimus t. y. reikalavimas gauti gamintojo sutikimą prekybai internete⁷¹, o tai reiškia, jog toks apribojimas buvo laikomas konkurencijos apribojimu pagal tikslą. Dar vienu netiesioginio draudimo platinti internetu pavyzdžiu yra sprendimas Vengrijoje, kur konkurencijos priežiūros institucija pripažino, kad didesnių kainų nustatymas internetiniams platintojams didmeniniu lygiu yra laikomas pasyvių pardavimų apribojimu⁷². Tačiau Olandijoje didesnių kainų nustatymas didmeniniu lygiu nebuvo laikomas pasyvių pardavimų apribojimu, argumentuojant tuo, jog pardavimai internetu reikalavo daugiau sąnaudų⁷³. Taigi, įvertinus aukščiau nurodytą teismų ir konkurencijos priežiūros institucijų praktiką, ne tik formuojasi požiūris, kad iš esmės absoliutų ribojimą ar susijusius ribojimus platinti internetu būtų sudėtinga pateisinti, bet ir leidžia daryti išvadą, kad nacionalinės priežiūros institucijos tam tikrais atvejais gali pasukti skirtingo konkurencijos taisyklių aiškinimo link.

Prancūzijos apeliacinis teismas *Bang & Olufsen* byloje, nors pripažino, kad ribojimas platinti internetu nebuvo teisėtas, pabrėžė, kad kai kurie *Bang & Olufsen* platinami elektronikos produktai yra pakankamai aukštos klasės ir sudėtingi, kad, siekiant tinkamo jų pardavimo, būtų nustatomi tam tikri apribojimai⁷⁴. Teismas, atskirdamas nesudėtingus ir sudėtingus produktus, nurodė, kad iš esmės ūkio subjektas turi galimybę sudėtingų

⁷⁰ *Competition Law: Selective Distribution and Online Sales, Where Are We Heading*. Antitrust Alliance, [interaktyvus] 2018 [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://antitrust-alliance.org/uploads/2018/01/Selective-distribution-and-online-sales-Where-are-we-heading-3.pdf>>.

⁷¹ Midden-Nederland apylinkės teismas. *2014 m. gruodžio 3 d. sprendimas Voorne Koi/Oase, Nr. C/16/331595 / HA ZA 12-1167*, para. 3.6, 4.2 [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:RBMNE:2014:6156>>.

⁷² Vengrijos konkurencijos taryba. *2015 m. rugpjūčio 9 d. pranešimas spaudai dėl sprendimo byloje Alcon Services AG (CIBA/Alcon) No. Vj-55/2013* [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.gvh.hu/en/press_room/press_releases/press_releases_2015/the_gvh_stepped_up_against_the_restriction_of_the_>.

⁷³ *Competition Law: Selective Distribution and Online Sales, Where Are We Heading*. Antitrust Alliance, [interaktyvus] 2018 [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://antitrust-alliance.org/uploads/2018/01/Selective-distribution-and-online-sales-Where-are-we-heading-3.pdf>>.

⁷⁴ VAN DEN BROUCKE, Emmanuelle; POMAR, Sara. *Appeal court takes lenient view of Bang & Olufsen online sales prohibition* [interaktyvus]. International Law Office newsletter, 2014 [žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.internationallawoffice.com/Newsletters/Competition-Antitrust/France/Dentons/Appeal-court-takes-lenient-view-of-Bang-Olufsen-online-sales-prohibition>>.

produktų atveju pateisinti ribojimą platinti internetu per individualią išimtį⁷⁵. Taigi, tikėtina, kad, jei *Bang & Olufsen* būtų riboję tik tam tikrų produktų platinimą internetu, greičiausiai būtų išvengę konkurencijos teisės pažeidimo⁷⁶. Tai rodo, kad ūkio subjektai turėtų įsivertinti ne tik būtinumą nustatyti apribojimus platinti internetu, bet ir atidžiai įvertinti savo asortimentą, atskirti kokių produktų atžvilgiu toks apribojimas gali būti taikomas.

Šie sprendimai konkurencijos reguliavimo kontekste svarbūs dar ir tuo, kad parodo, jog nacionaliniuose lygiuose formuojasi gana aiškios ir griežtos gairės dėl netiesioginių ribojimų platinti internetu vietiniams ūkio subjektams. Tai reiškia, kad ūkio subjektai, pradėdami vykdyti veiklą atitinkamoje valstybėje narėje, turi atidžiai joje išnagrinėti konkurencijos teisės taikymą elektroninės komercijos srityje⁷⁷. Esant skirtingam konkurencijos taisyklių aiškinimui nacionaliniu lygmeniu, ūkio subjektai neretai gali susidurti su kliūtimis plėtojant savo veiklą, nes, visų pirma, ūkio subjektas privalėtų nustatinėti skirtingas platinimo sąlygas skirtingose valstybėse. Antra, pasirinktinio platinimo sistemos taikymo esmė apskritai ir yra vienodų kokybinių ir kiekybinių reikalavimų nustatymas⁷⁸. Atitinkamai tai galima laikyti signalu Europos Komisijai ir ESTT, jog, siekiant vienodo konkurencijos teisės taikymo valstybėse narėse, turi būti atitinkamai harmonizuojamos gairės ir formuojama viena kitai neprieštaraujanti praktika. Ypač tai svarbu tais atvejais, kai nagrinėjamas konkurencijos apribojimo pagal tikslą klausimas, kuris ūkio subjektams gali turėti itin reikšmingų ekonominių pasekmių.

Svarbu paminėti, kad, vadovaujantis dabartinėmis Vertikaliųjų apribojimų gairėmis, yra leistini tam tikri papildomi reikalavimai dėl galimybės platinti produktą internetu. Vienas iš jų, nėra draudžiama reikalauti, jog pasirinktinis platintojas tam, kad galėtų platinti prekes internetu, bent dalį prekių parduotų ir fizinėse parduotuvėse⁷⁹. Kitaip tariant, tai reikštų, kad yra leistina drausti platinimą internetu, jeigu platintojas visiškai neturi fizinių parduotuvių platinimui. Pasak Europos Komisijos, dauguma pasirinktinio platinimo sistemą taikančių ūkio subjektų nustato būtent tokius reikalavimus – norint platinti

⁷⁵ *Ibid.*

⁷⁶ *Ban on internet sales in selective distribution networks – have things changed since the Pierre Fabre ruling?* [interaktyvus] Vogel Global Competition Network, 2018 [žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internet: <<https://www.vogel-global.com/blog/ban-on-internet-sales-in-selective-distribution-networks-have-things-changed-since-the-pierre-fabre-ruling/>>.

⁷⁷ *Competition Law: Selective Distribution and Online Sales, Where Are We Heading* [interaktyvus]. Antitrust Alliance, 2018 [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://antitrust-alliance.org/uploads/2018/01/Selective-distribution-and-online-sales-Where-are-we-heading-3.pdf>>.

⁷⁸ PETROPOULOS, Georgios. Vertical restraints and e-commerce. Briuselis: *Concurrences No 1-2018*.

⁷⁹ 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikaliųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01, p. 52 (c).

internetu, yra reikalaujama veikti bent vienoje fizinėje parduotuvėje⁸⁰. Kaip teigia Europos Komisija, viena vertus, toks reikalavimas padeda užtikrinti prekės kokybės įvaizdį, tačiau tam tikrais atvejais tai riboja prekių kainų konkurenciją tarp grynai internetinių platintojų (angl. *pure online players*)⁸¹. Žvelgiant į ateities perspektyvas, fizinių parduotuvių skaičius gali sparčiai mažėti, lyginant su elektroninių parduotuvių skaičiumi, kadangi internetinės prekybos populiarėjimas didele dalimi priklauso nuo kartų pasikeitimo. Tą rodo *Statista* pateikti statistikos duomenys, kuriuose matyti, jog 67 % vadinamos tūkstantmečio kartos (angl. *millennials*) atstovų 2017 m. rinkosi apsipirkimą internetu, kai tuo tarpu visos kitos kartos rinkosi kur kas mažiau, o ypač vyresnio amžiaus žmonės (angl. *seniors*), iš kurios tik 28 % pasirinko apsipirkimą internetu⁸². Vadinasi, ateities perspektyvoje, ribojimas platinti internetu gali apriboti apskritai galinčių platinti produktus skaičių, ūkio subjektams gali tapti neproporcingai sudėtinga tapti pasirinktinio platinimo sistemos nariais. Atitinkamai, pasirinktinio platinimo sistemos nariais daugiau galimybių tapti turėtų tik didesnę rinkos galią turinys ūkio subjektai, kurie turi daugiau galimybių išlaikyti ir naudoti fizines parduotuves platinimui. Be to, naujųjų kartų vartotojų poreikiai ne visuomet būtų patenkinami, nes platinančių internetu būtų mažiau. Taigi, abejotina, jog tokia vienareikšmiška nuostata Vertikaliųjų apribojimų gairėse, suteikianti galimybę leisti internetinę prekybą tik su sąlyga, jei yra bent viena fizinė parduotuvė, bus aktuali ateityje ir visiškai atitiks būsimas rinkos sąlygas. Europos Parlamentas taip pat yra nurodęs, kad Europos Komisija turėtų panaikinti reikalavimo turėti fizinę parduotuvę, norint platinti internetu, teisėtumą, nes taip yra ribojamos mažų ir vidutinių įmonių galimybės plėtoti savo veiklą elektroninėje erdvėje⁸³. Atkreiptinas dėmesys, kad Prancūzijos konkurencijos priežiūros institucijos nuomone, minėtas reguliavimas dėl fizinių parduotuvių gali riboti ūkio subjektų patekimą į rinką⁸⁴, o tai, pasak teisininkų A. F. Galarza, E. L. Dziadykiewicz ir A. G. Perez rodo, kad valstybės narės gali pradėti formuoti savo praktiką, kuri skirsis tiek nuo Europos Komisijos pozicijos, tiek nuo kitų valstybių narių⁸⁵. Taigi, fizinių parduotuvių

⁸⁰ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 329.

⁸¹ *Ibid.*, p. 253.

⁸² *Online shopping preference in the United States as of 2017, by age group* [interaktyvus]. Statista [žiūrėta 2020 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.statista.com/statistics/242512/online-retail-visitors-in-the-us-by-age-group/>>.

⁸³ 2010 m. rugsėjo 8 d. Europos Parlamento pasiūlymas dėl Europos Parlamento rezoliucijos dėl elektroninės komercijos vidaus rinkos sukūrimo (*Motion for a European Parliament Resolution on Completing the Internal Market for E-Commerce*), 2010/2012(INI), p. 39.

⁸⁴ Prancūzijos konkurencijos priežiūros institucija. 2019 m. rugsėjo 18 d. nuomonė: *Avis n° 12-A-20 du 18 septembre 2012 relatif au fonctionnement concurrentiel du commerce électronique*, p. 362.

⁸⁵ GALARZA, Andrés F.; DZIADYKIEWICZ, Eryk L.; PEREZ, Alejandro G. Selective Distribution and e-Commerce: Recent developments in EU and national case law. *e-Competitions National Competition Laws Bulletin* | N° 63958, 2014, p. 5.

turėjimo reikalavimo teisėtumo aspektas turėtų būti dar kartą įvertinamas kompetentingų institucijų ir atitinkamai turėtų būti priimamas sprendimas, leidžiantis harmoningai formuotis vieningai pozicijai bei praktikai.

2.2. Naudojimosi trečiųjų šalių prekyvietėmis apribojimai

Analizuojant išskirtinio platinimo sistemos susitarimus jau buvo nurodyta, kaip šiame darbe yra suprantamos trečiųjų šalių platformos, prekyvietės. Tačiau naudojimosi šiuo platinimo kanalu apribojimas dažnai yra nustatomas ir pasirinktinio platinimo susitarimuose. Europos Komisija nurodo dažnas tokių ribojimų priežastis⁸⁶: pasirinktinio platinimo sistemą taikantis ūkio subjektas gali neturėti galimybių nuolatos tikrinti, kokiomis sąlygomis veikia prekyvietės, todėl kyla rizika, jog bus netinkamai pateikiamas bei pristatomas produktas; prekyviečių apribojimus ypač taiko prabangių prekių ženklų savininkai, nes, jų nuomone, trečiųjų šalių platformos neatitinka prabangios prekės įvaizdžio, nėra užtikrinami atitinkami kokybės standartai; parduodant prekes tarp kitų labai įvairių prekių, gali būti nepakankamai aiškiai atskleidžiamos prekės savybės, funkcionalumas. Atsižvelgiant į tai, yra būtina įvertinti, kada tokie apribojimai yra galimi, kokiomis sąlygomis ir kokiais kriterijais remiantis, yra ginami vienu ar kitu asmenų rinkoje interesai ir, ar tikrai toks reguliavimas yra proporcingas, teisingas bei pritaikytas tinkamai šiandienos ir ateities konkurencijos sąlygoms.

Vertikaliųjų apribojimų gairių 54 punktas nurodo, kad tiekėjai gali reikalauti, kad jo produktai būtų platinami naudojantis trečiųjų šalių platformomis, tačiau, priešingai, kad tiekėjas gali apriboti naudojimąsi trečiųjų šalių platformomis, Vertikaliųjų apribojimų gairės tiesiogiai nenurodo. Kaip jau minėta, ribojimas platinti internetu iš esmės yra laikomas pasyvių pardavimų apribojimu, kuris pasirinktinio platinimo sistemoje galutiniams vartotojams yra laikomas konkurencijos apribojimu pagal tikslą⁸⁷. Tačiau iki vieno iš pagrindinių, ir šiandien šiuo klausimu reikšmingiausio sprendimo ESTT praktikoje priėmimo buvo neaišku, ar ribojimas naudotis trečiųjų šalių platformomis gali būti laikomas „pagrindiniu apribojimu“, kaip suprantama pagal Reglamento Nr. 330/2010 4 straipsnį. Analizuojant draudimus platinti internetu aptarta *Pierre Fabre* byla svarbi ir tuo, kad *Pierre Fabre Dermo-Cosmetique* bandė savo nustatytą apribojimą pagrįsti,

⁸⁶ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 476-487.

⁸⁷ 2010 m. balandžio 20 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims. OJ L 102, 23.4.2010, 4 (c) straipsnis.

nurodydama, jog jis reikalingas produktų prestižiniam įvaizdžiui apsaugoti, tačiau ESTT tokį argumentą atmetė, nes tai „negali būti teisėtas tikslas, kad būtų galima apriboti konkurenciją“⁸⁸. ESTT pozicija *Pierre Fabre* byloje yra itin svarbi ir siekiant atskirti absoliutų draudimą platinti internetu ir tam tikrais būdais apribotą platinimą internetu, įskaitant ribojimą naudotis trečiųjų šalių platformomis, kaip nagrinėta ESTT *Coty* byloje. ESTT *Coty* byloje nusprendė, kad naudojimosi prekyvietėmis apribojimas nėra laikomas konkurencijos ribojimu pagal tikslą⁸⁹. ESTT nurodė, kad naudojimas trečiųjų šalių platformomis gali būti apribotas, kai tai skirta, visų pirma, apsaugoti platinamų prekių prabangos įvaizdį. Tačiau taip pat toks apribojimas galimas tik tuomet, jei atitinka ir jau minėtus bendrus reikalavimus pasirinktinio platinimo sistemai taikyti, t. y. jei jis (i) „objektyviais kokybiniais kriterijais, vienodai nustatytais visiems potencialiems perpardavėjams ir taikomais nediskriminuojant“; (ii) „jei tokio platinimo tinklo reikia dėl atitinkamos prekės savybių siekiant apsaugoti jos kokybę ir užtikrinti gerą jos naudojimą“ ir (iii) „jei nustatytais kriterijais neviršijama tai, kas būtina“⁹⁰.

2.2.1. Prabangos prekių sampratos ir apsaugos problematika

Nors ESTT sprendimas *Coty* byloje yra prasmingas konkurencijos teisės reguliavimo kontekste, nes yra siekiama nubrėžti gaires nustatant apribojimus prekiauti prekyvietėse, tačiau iš kitos pusės, šis sprendimas sulaukė nemažai kritikos ir iškėlė problemų ūkio subjektams, ypač interpretavimo, atitikimo reikalaujamiems kriterijams kontekste. Pirmiausia, *Coty* bylos sprendimas aiškiai nukreiptas į „prabangos prekių“ pasirinktinio platinimo sistemos taikymą ir šis sprendimas buvo kritikuotinas būtent dėl „prabangos prekių“ apibrėžimo. Sprendime pateikiama nuoroda į vieną iš senesnių ESTT sprendimų, kuriuose bandyta apibrėžti „prabangos prekės“ sąvoką, tačiau šiame sprendime „prabangos prekės“ buvo apibrėžtos labai abstrakčiai, nurodant tik, jog „prestižinių prekių kokybė išplaukia ne tik iš jų materialių savybių, bet ir iš prestižinio patrauklumo ir įvaizdžio, suteikiančių joms prabangos įspūdį <...> prestižinės prekės yra aukščiausios kokybės“⁹¹, taip pat jos turi tam tikrą „prabangos auros“ įspūdį vartotojui⁹². Prabangos įvaizdžio prekių samprata nagrinėta ir ESTT *Leclerc* sprendime prieš *Parfums Givenchy*, kuriame

⁸⁸ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. spalio 13 d. sprendimas *Pierre Fabre Dermo-Cosmetiques SAS prieš President de l'Authorite de la concurrence C-439/09*, EU:C:2011:649, p. 45-46.

⁸⁹ PETROPOULOS, Georgios. Vertical restraints and e-commerce. Briuselis: *Concurrences No 1-2018*.

⁹⁰ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2017 m. gruodžio 6 d. sprendimas *Coty Germany GmbH prieš Parfümerie Akzente GmbH C-230/16*, EU:C:2017:941, p. 36.

⁹¹ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. balandžio 23 d. sprendimas *Copad SA prieš Christian Dior couture SA C-59/08*, EU:C:2009:260, p. 24-25.

⁹² *Ibid.*, p. 24-28.

nurodoma, kad prabangos prekės pasižymi aukštesnėmis kainomis ir gamintojo reklamine kampanija⁹³, o kitame ESTT *Leclerc* sprendime prieš *Yves Saint Laurent Parfums* nurodoma ir tai, kad prabangos įvaizdį kuria ir pats faktas, kad šios prekės platinimui yra taikoma pasirinktinio platinimo sistema⁹⁴. Vienas iš *Coty* sprendime esančio apibrėžimo tikslumo kritikų buvo Vokietijos federalinės kartelių tarnybos vadovas A. Mundt, kuris nurodė, kad po šio sprendimo turės būti skiriamas labai didelis dėmesys į tai, kas gali būti kvalifikuojama kaip „prabangos prekės“⁹⁵. Pavyzdžiui, Amsterdamo apygardos teismas byloje nusprendė, kad *Nike* prekės ženklų pažymėtos prekės yra laikomos „prabangos prekėmis“ ir gali būti taikomas apribojimas naudotis trečiųjų šalių platformomis⁹⁶, kai tuo tarpu Vokietijoje *Asics* prekės ženklo batai nebuvo pripažinti „prabangos prekėmis“⁹⁷. Vokietijoje taip pat buvo nagrinėtas *Adidas* prekės ženklo valdytojo nustatytas ribojimas platinti šio prekės ženklo batus trečiųjų šalių prekyvietėse, tačiau galiausiai *Adidas* buvo priverstas pakeisti savo sutartis su platintojais ir pašalinti ribojimą platinti trečiųjų šalių prekyvietėse⁹⁸. Iš esmės, ūkio subjektams yra sudėtinga savarankiškai įsivertinti, ar jų prekė gali būti laikoma „prabangos preke“ ir yra teisėta taikyti tokius apribojimus platinti prekes naudojantis trečiųjų šalių platformomis. Kaip teigia K. Zukakishvili, Europos Komisija turėtų atidžiai stebėti valstybių narių praktiką taikant *Coty* sprendimą, siekiant

⁹³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1996 m. gruodžio 12 d. sprendimas *Groupement d'Achat Edouard Leclerc prieš Commission of the European Communities C- T-19/92*, EU:T:1996:190, p. 120.

⁹⁴ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1996 m. gruodžio 12 d. sprendimas *Groupement d'Achat Edouard Leclerc prieš Commission of the European Communities T-88/92*, EU:T:1996:192, p. 114.

⁹⁵ GUNTHER, J.; ZUEHLKE, S.; AYEL, M.; GENTILE, F.; HEUSER, P. *What Does the Coty Judgment of the European Court of Justice Mean for Companies?* [interaktyvus] 2017 [žiūrėta 2020 m. sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.willkie.com/~media/Files/Publications/2017/12/What_Does_the_European_Court_of_Justices_Coty_Judgment_Mean_for_Companies.pdf>.

⁹⁶ *Competition Law: Selective Distribution and Online Sales, Where Are We Heading* [interaktyvus]. Antitrust Alliance, 2018 [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://antitrust-alliance.org/uploads/2018/01/Selective-distribution-and-online-sales-Where-are-we-heading-3.pdf>>.

⁹⁷ COLANGELO, Giuseppe; TORTI, Valerio. *Selective Distribution and Online Marketplace Restrictions under EU Competition Rules after Coty Prestige*. *European Competition Journal*, 2018.

⁹⁸ Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. 2014 m. liepos 2 d. pranešimas spaudai: *adidas abandons ban on sales via online market places* [žiūrėta kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2014/02_07_2014_adidas.html?sessionid=F5AE9E8B83D0A28C136AE48D4D234335.1_cid371?nn=3591568>.

išvengti teisės aiškinimo skirtumų⁹⁹, o juk vienas pagrindinių Europos Komisijos tikslų¹⁰⁰ yra, jog ūkio subjektai Europos Sąjungoje turėtų vienodas sąlygas konkuruoti.

Kitas svarbus aspektas yra tai, jog teisėtumo nustatyti apribojimą naudotis trečiųjų šalių platformomis esminė sąlyga yra siekis apsaugoti būtent prabangos prekių įvaizdį. Šiuo tarsi sukuriama situacija, kad bendrai ribojimai platinimui naudotis trečiųjų šalių platformomis iš esmės nėra leistini, tačiau išimtis suteikiama būtent „prabangos prekių“ tiekėjams¹⁰¹. Tai reiškia, kad galimybę kontroliuoti, kokiose platformose, kokiomis sąlygomis yra platinamos prekės, turi tik viena dalis rinkoje dalyvaujančių ūkio subjektų – prabangos prekių tiekėjai. Viena vertus, tai yra suprantama, nes kaip teigia I. Materljan ir G. Materljan, kad pasirinktinio platinimo sistema suteikia apsaugą prabangos prekių platinimui jau buvo įtvirtinta seniau ESTT *Leclerc* sprendime¹⁰². Tačiau reiktų atkreipti dėmesį, kad pasirinktinio platinimo sistema, kaip tokia, yra būtent skirta ir susijusi su kriterijais, nustatoma pagal produkto pobūdį¹⁰³. Kitaip tariant, pasirinktinio platinimo sistemos taikymas yra patrauklus tokiems tiekėjams, kuriems yra svarbūs specifiniai, daugiausia kokybiniai, platinimo aspektai, jie siekia vykdyti didesnę kontrolę vietai, aplinkai ir kitoms aplinkybėms, kuriomis yra parduodamas jų produktas, siekiant saugoti produkto ir prekės ženklo įvaizdį. Generalinis advokatas N. Wahl, nagrinėdamas *Coty* byloje keliamus klausimus, taip pat pabrėžia jau minėtus tris *Metro I* byloje¹⁰⁴ nurodytus kriterijus, leidžiančius pateisinti pasirinktinio platinimo sistemos taikymą. Šių kriterijų kontekste generalinis advokatas pažymi, jog pagal šiuos kriterijus turėtų būti pateisinamos

⁹⁹ ZUKAKISHVILI, Ketī. *Luxury (by) object and the effects of silence of the Court of Justice in Coty* [interaktyvus]. Belgija: College of Europe, Department of Legal Studies, 2018 [žiūrėta 2020 m. sausio 18 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiG9_SvnIjoAhKXJ0KHc-sC2oQFjAAegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fwww.coleurope.eu%2Fsystem%2Ffiles_force%2Fresearch-paper%2Fcase_note_1_2018_keti_zukakishvili.pdf%3Fdownload%3D1&usg=AOvVaw1j-Ym4_cawUVG4BYB4-d4G>.

¹⁰⁰ Europos Komisijos ES konkurencijos politika (EU competition policy in action). Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016.

¹⁰¹ GUNTHER, J.; ZUEHLKE, S.; AYEL, M.; GENTILE, F.; HEUSER, P. *What Does the Coty Judgment of the European Court of Justice Mean for Companies?* [interaktyvus] 2017 [žiūrėta 2020 m. sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.willkie.com/~media/Files/Publications/2017/12/What_Does_the_European_Court_of_Justices_Coty_Judgment_Mean_for_Companies.pdf>.

¹⁰² Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. *1996 m. gruodžio 12 d. sprendimas Groupement d'Achat Edouard Leclerc prieš Commission of the European Communities C- T-19/92, EU:T:1996:190*; MATERLJAN, Igor; MATERLJAN, Gordana. *Selective Distribution of Trademarked Products and Restrictions of Online Sales. EU AND COMPARATIVE LAW ISSUES AND CHALLENGES SERIES – ISSUE 3*, p. 830-865.

¹⁰³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. *2017 m. gruodžio 6 d. sprendimas Coty Germany GmbH prieš Parfümerie Akzente GmbH C-230/16, EU:C:2017:941*, p. 26.

¹⁰⁴ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. *1977 m. spalio 25 d. sprendimas Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG prieš Commission of the European Communities C-26/76. EU:C:1977:167*, p. 20.

apskritai „kokybiškos“ prekės¹⁰⁵, taip pat „tam tikras materialias savybes“, turinčios prekės, kaip „aukščiausios kokybės arba technologiškai“ pažangios prekės¹⁰⁶. Taigi, būtų pagrįsta manyti, kad ir apribojimai taikomi pasirinktinio platinimo sistemoje būtų susiję su minėta pasirinktinio platinimo sistemos paskirtimi. Todėl tikėtina, kad nors šiuo sprendimu yra nustatomos apribojimo naudotis trečiųjų šalių platformomis sąlygos būtent dėl prabangos prekių platinimo, analogiško vertinimo galima būtų sulaukti ir kitokio pobūdžio prekių ar paslaugų platinimo kontekste, pavyzdžiui, susijusių su technologine pažanga ir kokybe ar kitokiomis išskirtinai kokybiškomis prekėmis. Visgi, yra sudėtinga nustatyti, kokiais kriterijais remiantis galės būti nustatoma, kokios technologinės prekės, pažangios paslaugos galės būti saugomos, leidžiant jų platinimui nustatyti apribojimą naudotis trečiųjų šalių prekyvietėmis. Viena vertus, dažnai pažangiausios technologijos turi jau plačiai žinomą prekės ženklą ir šių tiekėjams būtų paprasčiau pagrįsti jų apsaugos būtinumą. Tačiau dalis pažangių technologijų yra sukuriamos naujų į rinką atėjusių ūkio subjektų, pavyzdžiui, inovatyvių startuolių. Šie ūkio subjektai dažnai nėra gerai žinomi ir neturi itin žymaus prekės ženklo. Kita vertus, ESTT *Leclerc* sprendime nurodė, kad vienas iš prabangos prekės įvaizdžio kriterijų yra ir atliekami kruopštūs tyrimai produktui pagaminti¹⁰⁷, taigi remiantis tokiu kriterijumi tam tikros pažangios technologijos galėtų būti priskiriamos prabangos prekėms. Didelei daliai, kaip minėta, smulkių ir vidutinių įmonių galimybė naudotis trečiųjų šalių platformomis yra itin reikalinga. Startuoliui, siekiančiam įtraukti savo pažangios technologijos prekę į konkurencingą rinką ar paslaugą, gali reikėti galimybės maksimaliai kontroliuoti aplinką, kurioje yra platinamas produktas, užtikrinti tinkamą jo pateikimą. Atitinkamai, tikėtina, kad tokiems inovatyviems, pažangių technologijų prekių ar paslaugų tiekėjams, galimybė nustatyti apribojimą naudotis trečiųjų šalių platformomis gali būti itin reikalinga, siekiant apsaugoti jų tiekiamo produkto technologinį įvaizdį ir pateikimo kokybę. Konkurencijos teisės teisininkas A. Maxwell taip pat teigia, kad iš esmės *Coty* sprendimas galėtų būti taikomas ir kitiems aukštos kokybės ar aukštų technologijų produktams, jei nustatomas ribojimas atitiktų *Metro I* kriterijus¹⁰⁸. Sveikintina, kad aktualiu šiame kontekste keliu jau žengta Vokietijoje, kur Hamburgo teismas pritaikė *Coty* sprendimą ir taip išplėtė jo taikymą ne tik prabangos prekėms, o ir

¹⁰⁵ 2017 m. liepos 26 d. generalinio advokato Nils Wahl išvada byloje *Coty Germany GmbH prieš Parfümerie Akzente GmbH* C-230/16. EU:C:2017:603, p. 69.

¹⁰⁶ *Ibid.*, p. 87, 91, 92.

¹⁰⁷ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1996 m. gruodžio 12 d. sprendimas *Groupement d'Achat Edouard Leclerc prieš Commission of the European Communities T-88/92*, EU:T:1996:192, p. 108.

¹⁰⁸ MAXWELL, Andrew. *When can suppliers ban resellers from selling on online marketplaces or E-commerce platforms?* [interaktyvus] FREETHS, 2018 [žiūrėta 2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.freeths.co.uk/2018/04/10/when-can-suppliers-ban-resellers-from-selling-on-online-marketplaces-or-e-commerce-platforms/>>.

aukštos kokybės maisto papildams, kosmetikai, kūno rengybos gėrimams, kurie pasižymi išskirtiniais sudėtiniais ingredientais¹⁰⁹. Hamburgo teismas taip pat pabrėžė, kad nėra teisinio pagrindo taip privilegijuotai išskirti būtent prabangos prekes, o pati prabangos prekių samprata, pagal *Coty* sprendimą, nėra aiški. Visgi tai yra tik valstybės narės vietos teismo sprendimas ir neturi tiesioginės įtakos kitose valstybėse narėse esančiam reguliavimui. Kita vertus, reikėtų tikėtis, kad toks sprendimas nukreips tiek kitų valstybių narių teismus, tiek Europos Komisiją platesnio *Coty* taikymo link ir ūkio subjektams bus pateikiamas tikslesnis aiškinimas, kaip reikėtų interpretuoti šio sprendimo taikymo apimtį.

Vertinant apribojimų naudotis trečiųjų šalių prekyvietėmis teisėtumą, svarbu yra išskirti lemiamus ir tik papildomus kriterijus. Tiekėjas *Coty* byloje draudė pardavimus naudojantis prekyvietėmis, tačiau nebuvo draudžiama prekių reklamuoti trečiųjų šalių platformose ir naudotis kainų palyginimo platformomis¹¹⁰. Nors šis kriterijus neturėtų būti laikomas lemiamu, tačiau teismai į tai turėtų atsižvelgti priimdami sprendimus. Pavyzdžiui, Vokietijos teismas byloje, kurioje batų gamintojas *Asics* uždraudė savo platintojams ne tik naudotis prekyvietėmis prekybai, bet ir reklamai bei naudotis kainų lyginimo puslapiais, priėmė sprendimą, kad toks apribojimas pažeidžia konkurencijos taisykles¹¹¹. Tiesa, svarbu priminti, kad šioje byloje teismas *Asics* batų nelaikė prabangos prekėmis. Taigi, lyginant šiuos du sprendimus, akivaizdu, kad lemiamas kriterijus yra prabangos prekių apsauga, draudžiant platinimą trečiųjų šalių prekyvietėse, o kiti leidimai ar ribojimai neturėtų lemti susitarimo teisėtumo. Visgi, reikėtų laikyti, kad šių kriterijų aptarimas bylose reiškia tam tikrą proporcingumo principo įgyvendinimą. Vokietijos federalinės kartelių tarnybos vadovas A. Mundt, kritikuodamas ESTT sprendimą *Coty* byloje, taip pat pabrėžia, kad po šio sprendimo priėmimo bus sunku nustatyti, kada tam tikri apribojimai naudotis internetinėmis platformomis bus proporcingi, apskritai bendrai vertinant visą platinimo susitarimą¹¹².

¹⁰⁹ Hanzos aukštesnysis apygardos teismas Hamburge (Hanseatic Higher Regional Court in Hamburg). 2018 m. kovo 22 d. sprendimas byloje *Hanseatisches Oberlandesgericht Hamburg 3. Zivilsenat, Urteil vom 22.03.2018, 3 U 250/16*, p. 50-51 [žiūrėta 2020 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<https://openjur.de/u/2194598.html>>.

¹¹⁰ ZUKAKISHVILI, Ket. *Luxury (by) object and the effects of silence of the Court of Justice in Coty* [interaktyvus]. Belgija: College of Europe, Department of Legal Studies, 2018 [žiūrėta 2020 m. sausio 18 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiG9_SvnIjoAhKXJJoKHc-sC2oQFjAAegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fwww.coleurope.eu%2Fsystem%2Ffiles_force%2Fresearch-paper%2Fcase_note_1_2018_keti_zukakishvili.pdf%3Fdownload%3D1&usg=AOvVaw1j-Ym4_cawUVG4BYB4-d4G>.

¹¹¹ *Ibid.*

¹¹² GUNTHER, J.; ZUEHLKE, S.; AYEL, M.; GENTILE, F.; HEUSER, P. *What Does the Coty Judgment of the European Court of Justice Mean for Companies?* [interaktyvus] 2017 m. gruodžio 13 d. [žiūrėta 2020 m. sausio 3 d.]. Prieiga per internetą:

Pabrėžtina, kad trečiųjų šalių prekyvietės sparčiai tobulėja, siekiant prisitaikyti prie rinkos pokyčių, įskaitant ir tokių sprendimų kaip *Coty* byloje, ir vis labiau yra pakankamai funkcionalios, kad galėtų atitikti net ir „prabangos prekių“ tiekėjų kokybės reikalavimus¹¹³. Tai reiškia, kad tokia precedentinio sprendimo praktika ateityje gali pakrypti dvejopai. Visų pirma, nepaisant sprendimo *Coty* byloje, „prabangos prekių“ tiekėjams gali tapti vis sudėtingiau nustatyti platinimo susitarimuose ir pateisinti apribojimus prekių pardavimui naudotis trečiųjų šalių platformomis. Tokiu atveju, *Coty* byloje įvardintas būtinumas tam tikrais atvejais apsaugoti tam tikrų prekių prabangos įvaizdį tarsi taptų nebeaktualus. Kita vertus, ateityje gali susiformuoti ir tokia situacija, kad bus nustatomi dar aukštesni reikalavimai prekyvietėms, kad šios atitiktų „prabangos prekių“ tiekėjų reikalavimus, o tokie reikalavimai gali reikalauti didesnių, prekyvietes valdančių ūkio subjektų, išlaidų, kurias net gali tekti prekyviečių administratoriams susigrąžinti iš paskutinės platinimo grandies – vartotojo. Nors tiksliai numatyti konkurencijos teisės aiškinimo padarinius ateityje yra sudėtinga, tačiau elektroninės komercijos pokyčių ir tobulėjimo sparta turėtų būti įvertinama priimant sprendimus, kuriais bus aiškinamos konkurencijos teisės normos.

2.2.2. Apribojimų pasekmės vartotojams

Naudojimosi trečiųjų šalių platformomis apribojimų analizei svarbu atkreipti dėmesį ir į tai, kad iš tokio platinimo būdo naudą gauna ne tik ūkio subjektas, bet ir vartotojas. Visų pirma, vartotojui patogiu viename tinklapyje pasiekti didelę įvairovę produktų, įvairiomis kainomis, įvairios kokybės. Be to, trečiųjų šalių prekyvietės dažniausiai yra gerai pritaikytos tarptautinei prekybai, yra išstobulinusios siuntų perdavimo, mokėjimo paslaugas, be to joje dažnai galima rasti daug atsiliepimų ir informacijos, kuri vartotojams patraukli dėl tikimybės, kad yra nepriklausoma nuo tiekėjo¹¹⁴. Taigi tokios prekyvietės užtikrina vartotojui ne tik patogesnę apsipirkimą internetu, bet ir atrodo patikimesnės. Taip pat, tam tikros trečiųjų šalių platformos naudoja dirbtinį intelektą – mašininį mokymąsi (angl. *machine learning*), kuris padeda, vadovaujantis vartotojų apsipirkimų ir paieškos istorija, pateikti vartotojams reikiamas rekomendacijas ir pritaikyti platformą prie vartotojo poreikių. Pavyzdžiui, tokį mašininio mokymosi mechanizmą taiko ir elektroninės

<https://www.willkie.com/~media/Files/Publications/2017/12/What_Does_the_European_Court_of_Justice_Coty_Judgment_Mean_for_Companies.pdf>.

¹¹³ PETROPOULOS, Georgios. Vertical restraints and e-commerce. *Briuselis: Concurrences No 1-2018*.

¹¹⁴ 2018 m. Europos Komisijos tyrimas dėl internetinių platformų skaidrumo (Behavioural Study on the Transparency of Online Platforms, Final Report). 2018, p. 99.

komercijos gigantas *Amazon* savo internetiniame tinklapyje www.amazon.com¹¹⁵. Vadinas, trečiųjų šalių platformos geba prisitaikyti prie vartotojų poreikių.

Remiantis Čikagos mokyklos atstovo R. H. Bork nuomone, konkurencijai rinkoje yra svarbiausia vartotojų kartu su konkuruojančiais ūkio subjektais gerovė. Taigi, vartotojai yra neatsiejama sąžiningos konkurencijos dalis ir naudos vartotojui siekimas yra vienas iš itin reikšmingų tikslų. Sprendimą *Coty* byloje, vertinant iš vartotojų perspektyvos, pasekmės, galima sakyti, yra taip pat dviprasmiškos. Viena vertus, kaip minėta, didelė dalis vartotojų naudojami trečiųjų šalių platformomis įsigyjant prekes dėl patogumo, laiko taupymo, galimybės prekes įsigyti bet kuriuo paros metu¹¹⁶, o taikant apribojimus naudotis trečiųjų šalių platformomis, vartotojui yra sudėtingiau įsigyti tam tikras prekes, galimi atvejai, kai vartotojas net nežinotų apie galimą kitos prekės pasirinkimą. Kitaip tariant, yra įžvelgiama rizika, kad atitinkamoje rinkoje mažėja konkuruojančių prekės ženklų prieinamumas vartotojui. Kita vertus, tokie ribojimai naudotis trečiųjų šalių platformomis tarsi užtikrina, jog pirkėjas įsigys produktus tik tinkamoje aplinkoje, jis bus užtikrintas dėl įsigijamos prekės kokybės bei originalumo, be to gaus visą reikiamą ir būtiną informaciją, o platinant tam tikrus produktus, pirkėjams bus suteikiama ir pagalba bei priežiūra jau po įsigijimo, kai šiuos užtikrinti naudojantis trečiųjų šalių platformomis būtų itin sudėtinga, o tam tikrais atvejais ir neįmanoma¹¹⁷. Tai reiškia, kad teismas, priimdamas sprendimą dėl apribojimo naudotis trečiųjų šalių platformomis, turi itin pagrįstai įvertinti, ar nagrinėjamame kontekste toks apribojimas bus būtinas ir kaip sprendimas paveiks naudos vartotojui bei efektyvios konkurencijos siekimą.

2.2.3. Skirtingas vertinimas nacionaliniu ir Europos Sąjungos lygiu

Nors ESTT *Coty* sprendimu nurodė, kad apribojimas platinti trečiųjų šalių prekyvietėse neturėtų būti laikomas apribojimu pagal tikslą, Vokietijos nacionalinė praktika jau buvo pradėjusi žengti kita linkme. Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija 2015 m. *Asics* sprendime nurodė, kad ribojimas platinti naudojantis trečiųjų šalių platformomis turėtų būti

¹¹⁵ CAMHI, Jonathan; PANDOLPH Stephanie. *Machine learning driving innovation at Amazon* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2020 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.businessinsider.com/machine-learning-driving-innovation-at-amazon-2017-4>>.

¹¹⁶ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. spalio 13 d. sprendimas *Pierre Fabre Dermo-Cosmetiques SAS prieš President de l'Authorite de la concurrence C-439/09, EU:C:2011:649*, p. 26.

¹¹⁷ *Competition Law: Selective Distribution and Online Sales, Where Are We Heading* [interaktyvus]. Antitrust Alliance, 2018 [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://antitrust-alliance.org/uploads/2018/01/Selective-distribution-and-online-sales-Where-are-we-heading-3.pdf>>.

laikomas konkurencijos ribojimu pagal tikslą¹¹⁸. Tokios pozicijos laikėsi ir aukštesnės instancijos teismai¹¹⁹. Vadinasi, jei nagrinėjamu atveju Vokietijoje nebūtų nustatytas galimas poveikis valstybių narių tarpusavio prekybai, Vokietijos institucijos galėtų vadovautis savo teismų praktika ir taikyti griežtesnę poziciją apribojimų platinii per trečiųjų šalių prekyvietes atžvilgiu. Tai ne tik pakenktų Europos Sąjungos siekiui harmonizuoti konkurencijos teisės taisykles, bet ir apsunkintų ūkio subjektų, kurie ketina nustatyti pasirinktinio platinimo sistemą Vokietijoje, ekonominę veiklą. Kita vertus, M. Wiggers, R. Struijlaart ir J. Dibbits teigia, kad nagrinėjami pažeidimai, susiję su elektronine komercija, beveik visuomet bus susiję su valstybių narių tarpusavio prekyba¹²⁰. Iš tiesų, šiam teiginiui praktikoje pasitvirtinus, būtų išvengiama tokios griežtos Vokietijos institucijų pozicijos įsitvirtinimo konkurencijos reguliavime. Pati Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija šiuo atkreipia dėmesį, kad tokia griežtesnė pozicija susiformavo todėl, kad Vokietijoje platinimas per trečiųjų šalių prekyvietes užima žymiai didesnę reikšmę nei kitose valstybėse narėse¹²¹. Visgi, keltinas klausimas, ar dėl tokios priežastis turėtų formuotis skirtinga praktika valstybėse narėse, ypač kai tai yra klausimas dėl pažeidimo pripažinimo konkurencijos ribojimu pagal tikslą ir susijęs su elektronine komercija, kuri iš esmės teritorinių ribų neturėtų turėti.

2.3. Kainų lyginimo įrankių naudojimas ir jų apribojimai

Kuo laikome kainų lyginimo įrankius jau buvo nurodyta nagrinėjant išskirtinio platinimo susitarimus. Kainų lyginimo įrankiai pasižymi konkurencijos rinkoje užtikrinimui naudingais požymiais. Visų pirma, šiais įrankiais vartotojas gali greitai rasti reikiamos prekės geriausią kainą, pasirenkant tarp didelio skaičiaus platintojų, o tai skatina prekių ženklų ir tarpusavio konkurenciją. Be to, pirkėjui nereikia susimokėti už kainų lyginimo

¹¹⁸ Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. 2015 m. rugpjūčio 26 d. sprendimo B2-98/11 santrauka [interaktyvus, žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Kartellverbot/2016/B2-98-11.pdf?__blob=publicationFile&v=2>.

¹¹⁹ ALEXIADIS, Peter; MURACH, Jens-Olrik; STRUNZ, Balthasar. The Düsseldorf Court of Appeals confirms a decision of the Bundeskartellamt against all prohibitions or restrictions imposed in relation to online sales made by traditional distributors (ASICS). *e-Competitions Antitrust Case Laws e-Bulletin News Issue N°86551* April 2017 [interaktyvus, žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.gibsondunn.com/wp-content/uploads/2018/04/Alexiadis-Murach-Strunz-The-Düsseldorf-Court-of-Appeals-confirms-a-decision-Concurrences-April-2017.pdf>>.

¹²⁰ WIGGERS, Marc; STRUIJLAART, Robin; DIBBITS, Johannes. Digital Competition Law in Europe: A Concise Guide. *Kluwer Law International B.V.*, 2019, p. 8.04.

¹²¹ Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. *Competition restraints in online sales after Coty and Asics - what's next?* [interaktyvus] 2018 m. spalio mėn. straipsnių serija tema *Competition and Consumer Protection in the Digital Economy* [žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Schriftenreihe_Digitales_IV.pdf?__blob=publicationFile&v=3>.

paslaugą – dažniausiai už tai moka pats tiekėjas ar platintojas, vadovaujantis mokesčiu už kiekvieną paspaudimą (angl. *per-click fee*)¹²². Kainų skaidrumas rinkoje dažnai yra laikomas neigiamu konkurencijos rinkoje požymiu, tačiau šiuo atveju šių kainų skaidrumas yra aktualiausias būtent vartotojui, nes yra mažmeniniame, o ne didmeniniame lygmenyje¹²³ ir yra tokio pobūdžio, kuris naudingas būtent vartotojui, o ne priešingai – vartotojui visai neaktualus. G. Petropoulos teigimu, pabrėžtinai todėl, kad ūkio subjektai ir taip turi galimybes naudoti įvairių aukšto lygio programinę įrangą kainoms stebėti, iš esmės kainų lyginimo platformos dėl savo kainų skaidrumo ūkio subjektams nėra labai reikalingos¹²⁴. Tačiau kainų lyginimo įrankiai naudingi ne tik vartotojams. Pirmiausia, kainų lyginimo įrankiai leidžia didinti matomumą, surasti potencialius pirkėjus, o kai kuriose valstybėse narėse kainų lyginimo įrankius naudoja net daugiau nei pusė mažmenininkų¹²⁵. Tačiau, nepaisant naudos tiekėjams ir platintojams bei kainų lyginimo įrankių naudingumo konkurencijos rinkoje palaikymui, tiekėjai tam tikrais atvejais siekia apriboti šių įrankių naudojimą. Viena iš esminių to priežasčių yra apsunkinama galimybė tiekėjams išsiskirti tarp kitų tiekėjų, sudėtingumas užtikrinti tam tikrų ypatumų matomumą, naudojant kainų lyginimo įrankius, pavyzdžiui, prabangos įvaizdis, kokybė, specialios savybės. Be to, viena iš naudingiausių konkurencijos teisei kainų lyginimo įrankių ypatybių yra pati kenksmingiausia tiekėjams – kainų lyginimo įrankiai skatina kainų konkurenciją, vartotojai tampa itin „jautrūs“ kainoms¹²⁶. Tačiau iš esmės dažnai pagrindinė priežastis, nustatant ribojimą naudotis šia platforma, yra tokia pati kaip ir nustatant ribojimus naudotis trečiųjų šalių prekyvietėmis – siekis apsaugoti prabangos įvaizdį¹²⁷.

Iš esmės, Vertikaliųjų apribojimų gairės nepateikia aiškinimo dėl ribojimų naudotis kainų lyginimo įrankiais. Tačiau Vertikaliųjų apribojimų gairių 54 punktą numato, kad tiekėjas gali nustatyti tam tikrus kokybės standartus reklamuojant prekes. Reklama yra laikoma skelbimu, pranešimu ar kitokia priemone, kuria siekiama patraukti vartotojus, pirkėjus¹²⁸. Nors tiesiogiai kainų lyginimo platformos nėra reklamos priemonė, iš tiekėjo pusės tai yra viena pagrindinių priežasčių, kodėl jis ar jo pasitelktas platintojas apskritai

¹²² 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 122.

¹²³ STUCKE, MAURICE E. Evaluating the Risks of Increased Price Transparency. *Antitrust magazine, Spring 2005, a publication of the ABA Section of Antitrust Law*, 2006, p. 81-88.

¹²⁴ PETROPOULOS, Georgios. Vertical restraints and e-commerce. Briuselis: *Concurrences No 1-2018*.

¹²⁵ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 515-521.

¹²⁶ PETROPOULOS, Georgios. Vertical restraints and e-commerce. Briuselis: *Concurrences No 1-2018*.

¹²⁷ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 277.

¹²⁸ Lietuvių kalbos žodynas, žodžio „reklama“ reikšmė. [žiūrėta 2020 m. vasario 6 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lkz.lt/Visas.asp?zodis=reklama&lns=-1&les=-1&id=23037060000>>.

naudotų kainų lyginimo įrankius savo produktams parduoti t. y. siekiant viešinti savo produktą, supažindinti su juo vartotoją, apskritai pasiekti vartotojus. Tai reikštų, kad taip interpretuojant Vertikaliųjų apribojimų gaires, jos netiesiogiai turėtų leisti nustatyti reikalavimus ar net ribojimus naudoti kainų lyginimo įrankiais, siekiant tai pagrįsti tam tikrais kokybės reikalavimais. Ūkio subjektai turėtų gebėti itin tvirtai pagrįsti tokius kokybės reikalavimus, nes laikytina, kad ribojimas naudoti kainų lyginimo įrankius, neįsivienijant šio ribojimo jokiais kokybės standartais, galėtų būti laikomas konkurencijos ribojimu pagal tikslą, kaip numatyta Bendrosios išimties reglamento 4 straipsnio b ir c punktuose¹²⁹. Nors teismų praktikos šiame kontekste nėra labai daug, Vokietijos federalinis teisingumo teismas *Asics* byloje yra nusprendęs, jog tiekėjas negali drausti platintojui naudoti kainų lyginimo įrankiais. Svarbu, kad teismas akcentavo, kad tokiu neteisėtu savaimė laikytinas *per se* draudimas, kuris neparemtas jokiais kokybės kriterijais¹³⁰. Šiuo aspektu susidaro įspūdis, kad esant tam tikroms aplinkybėms, teismas galėtų pripažinti, kad ribojimas yra teisėtas, analogiškai kaip ir trečiųjų šalių prekyviečių atveju, kai esant tam tikriems kokybės kriterijams, ribojimas būtų leidžiamas. Kita vertus, kyla klausimas, ar šios dvi platformos gali būti sutapatintos ir vertinamos vienodai. Prekyvietė leidžia tiesiogiai pirkti ir parduoti produktus, kas leidžia tai laikyti visiškai atskiru platinimo kanalu nuo platintojo tinklapio, kai tuo tarpu naudojantis kainų lyginimo įrankiais vartotojas yra nukreipiamas į platintojo ar tiekėjo tinklą, todėl prekės nėra platinamos tiesiogiai per kainų lyginimo įrankius¹³¹. Todėl abejotina, ar visai vienodas tokių ribojimų – naudojimosi kainų lyginimo įrankiais ir trečiųjų šalių prekyvietėmis – vertinimas, kai siekiama šiuos pagrįsti kokybės kriterijų taikymu pasirinktinio platinimo sistemoje, galėtų būti pagrįstas.

Visgi, nepaisant kainų lyginimo įrankių naudos vartotojams ir konkurencijai, šios platformos turi ir tam tikrą neigiamą įtaką, į kurią turėtų atsižvelgti ir priežiūros institucijos. Viena iš su kainų lyginimo įrankiais nustatymu susijusių problemų yra palankiausias kainos nustatymo reikalavimas (MFN, angl. *most favoured nation clauses*). Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucija išskiria dvi MFN rūšis, nustatomas tarp platintojo ir kainų lyginimo įrankio valdytojo: siaurosios MFN sąlygos (angl. *narrow MFN*

¹²⁹ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 552.

¹³⁰ Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. 2018 m. sausio 25 d. pranešimas spaudai: *ASICS dealers allowed to use price comparison engines - Federal Court of Justice confirms Bundeskartellamt's decision* [žiūrėta 2020 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publication/EN/Pressemitteilungen/2018/25_01_2018_Entscheidung_Asics.pdf?__blob=publicationFile&v=3>.

¹³¹ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 544.

clauses) ir plačiosios MFN sąlygos (angl. *wide MFN clauses*)¹³². Siauroji MFN sąlyga reiškia, kad platintojas įsipareigoja savo tinklapyje nenustatyti žemesnių kainų, nei pateikiamų kainų lyginimo tinklapyje, o plačioji MFN sąlyga reiškia, kad platintojas įsipareigoja nenurodyti geresnių kainų ne tik savo tinklapyje, tačiau ir bet kokioje kitoje platinimo platformoje¹³³. Siauresnės MFN sąlygos atveju itin reikšmingų konkurencijos teisės problemų nebūtų išvelgiama, jei platintojas platina per daugiau kanalų nei per paties tinklapį ir šią kainų lyginimo platformą, su kuria sudarytas susitarimas, kadangi vartotojams vis tiek pateikiama mažiausia kaina kainų lyginimo įrankyje. Problema iškyla, jei, siaurosios MFN sąlygos atveju, platintojas nesinaudoja daugiau jokiais platinimo kanalais ir, plačiosios MFN sąlygos atveju, nes yra mažinama konkurencija tarp platinimo platformų, dažnai gali nukentėti smulkios arba vidutinės įmonės, o taip vartotojams būtų didinamos kainos. Kaip teigia Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucija, galiausiai vartotojams bus žinoma, kad tinklapis X siūlo geriausias kainas ir tinklapiai Y ir Z neturės galimybių konkuruoti su tinklapiu X¹³⁴. Plačiosios MFN sąlygos nustatymo neatitikimas konkurencijos teisės reguliavimui buvo patvirtintas ir Švedijos konkurencijos priežiūros institucijos, kuri teigė, kad toks susitarimas, mažinantis konkurenciją tarp kainų lyginimo platformų, mažina konkurenciją tarp horizontaliai veikiančių ūkio subjektų, kas kelia dar didesnę grėsmę sąžiningai konkurencijai nei pats vertikalus susitarimas¹³⁵. Plačiųjų MFN sąlygų neatitikimas konkurencijos teisei taip pat yra įtariamas Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucijos¹³⁶. Pasirinktinio platinimo sistemos atžvilgiu, minėtos problemos galėtų kilti, jeigu atitinkamoje rinkoje nėra daug kainų lyginimo platformų ir visi pasirinktinio platinimo sistemos nariai sudarytų MFN susitarimus su tuo pačiu kainų lyginimo įrankiu. Šiuo atveju neigiamas poveikis konkurencijai būtų tiek tuo atveju, jei būtų sudaromos siaurosios MFN sąlygos, tiek, jei

¹³² Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucija. 2017 m. rugsėjo 26 d. skaitmeninių lyginimo įrankių rinkos tyrimas (Digital comparison tools market study, Final report) [žiūrėta 2020 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://assets.publishing.service.gov.uk/media/59c93546e5274a77468120d6/digital-comparison-tools-market-study-final-report.pdf>>. Iš ISRAEL, Marc; YOURSTONE, Rebecca. *MFN clauses could breach competition law*. White & Case, 2018 [interaktyvus, žiūrėta 2020 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.whitecase.com/sites/whitecase/files/files/download/publications/mfn-clauses-could-breach-competition-law.pdf>>.

¹³³ *Ibid.*

¹³⁴ RALPH, Oliver; MARTIN, Katie. *UK competition watchdog opens inquiry into Compare the Market* [interaktyvus]. Financial Times, 2017 [žiūrėta 2020 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.ft.com/content/c61e792a-a28c-11e7-b797-b61809486fe2>>.

¹³⁵ Švedijos konkurencijos taryba. *2015 m. balandžio 15 d. sprendimas byloje Bookingdotcom Sverige and Booking.com B.V., 596/2013*, p. 20-21 [žiūrėta 2020 m. vasario 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.konkurrensverket.se/globalassets/konkurrens/beslut/13-0596_bookingdotcom.pdf>.

¹³⁶ Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucija. 2018 m. lapkričio 2 d. pranešimas spaudai: *ComparetheMarket home insurance deals could deny people better prices* [žiūrėta 2020 m. kovo 16 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.gov.uk/government/news/comparethemarket-home-insurance-deals-could-deny-people-better-prices>>.

sudaromos plačiosios MFN sąlygos, nes visiems platintojams nustatant geriausią kainą vienoje kainų lyginimo platformoje, sumažėja konkurencija tarp pačių pasirinktinio platinimo sistemos narių. Mažiau konkurencijos teisės problemų kiltų, jei pasirinktinio platinimo sistemos nariai sudarytų siaurąsias MFN sąlygas, apimančias sutartis su skirtingomis kainų lyginimo platformomis, nes tokiu atveju rinkoje padidėja konkurencija tarp kainų lyginimo platformų.

Dar vienas pažymėtinas kainų lyginimo įrankių neigiamas aspektas buvo pastebėtas Prancūzijos konkurencijos priežiūros institucijos, kuri nurodė, kainų lyginimo įrankiuose yra prastas vartotojų informuotumas apie prekes ir paslaugas bei informacijos nepatikimumas¹³⁷. Kainų lyginimo tinklapyje gali būti nenurodomi papildomi įkainiai už prekes, kaip šių atvežimo kaina ar kitokie papildomi mokesčiai. Taip pat vartotojui gali būti nenurodoma, kad kainų lyginimo įrankio platforma yra tiekėjo ar platintojo partneris ir vykdo jų platinamo produkto reklamą¹³⁸. Žymus konkurencijos teisės specialistas R. Whish pažymi, kad vienas iš tobulos konkurencijos rinkoje reikalavimų yra, jog tobulas vartotojo informuotumas apie konkurenciją rinkoje¹³⁹, taigi atitinkamai, tobulu atveju, vartotojui turėtų būti pateikiama tiksli informacija apie produktą, vartotojas turėtų galėti pasitikėti atsiliepimais ir jam nurodomomis kainomis.

¹³⁷ Prancūzijos konkurencijos priežiūros institucija. 2019 m. rugsėjo 18 d. nuomonė: *Avis n° 12-A-20 du 18 septembre 2012 relatif au fonctionnement concurrentiel du commerce électronique*, p. 164.

¹³⁸ Šiuo pažymėtina, kad šiame kontekste reklama suprantama ne kaip savaimė nauda platintojui ar tiekėjui vien naudojantis kainų lyginimo įrankiais, bet reklama užsakyta tiesioginiais komerciniais santykiais tarp kainų lyginimo įrankio platformos ir tiekėjo ar platintojo.

¹³⁹ WHISH, R.; BAILEY, D. *Competition Law*. 7th ed., Oxford: Oxford University Press, 2012, p. 7.

3. SANTYKIS TARP NAUDOS SMULKIOMS IR VIDUTINĖMS ĮMONĖMS IR KONKURENCIJOS RINKOJE IŠKRAIPYMO

Kitose šio darbo dalyse nagrinėjant išskirtinio platinimo sistemą ir pasirinktinio platinimo sistemą bei konkurencijos teisės problemas, su kuriomis susiduriama elektroninės komercijos sektoriuje, buvo nurodyta, kokią naudą iš aptartų apribojimų gauna tiekėjai, kokios pasekmės kyla vartotojams. Tačiau, siekiant užtikrinti sąžiningą konkurenciją, ypač svarbu įvertinti, kokį poveikį elektroninės komercijos suteikiami platinimo kanalai ir jų apribojimai nulemia mažoms ir vidutinėms įmonėms. Pirmiausia, trečiųjų šalių prekyvietės yra patraukliausios mažoms ir vidutinėms įmonėms, kurios veikia kaip platintojai ir dar neturi pakankamai lėšų ar nėra gerai išvystytos rinkodaros vykdyti internetinę prekybą per savo tinklapius, platinimas trečiųjų šalių prekyvietėse yra svarbesnis mažoms ir vidutinėms įmonėms nei didesnėms¹⁴⁰. Antra, kainų lyginimo įrankiai leidžia didinti matomumą, surasti potencialius pirkėjus, be to dažnai yra galimybė nurodyti prekės ženklo logotipą ir, kaip minėta, pirkėjas vis tiek galiausiai yra nukreipiamas į tiekėjo ar platintojo tinklapį¹⁴¹, taigi kainų lyginimo įrankiai platintojui atlieka tam tikrą tarsi rinkodaros funkciją. Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba nagrinėjo *Eturas* bylą, kuri taip pat buvo iš dalies tenkinta Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo ir kurios kontekste kai kurios įmonės pabrėžė naudą naudojantis trečiosios šalies platforma, nurodydamos, kad tokių platformų naudojimas sudaro galimybę platinti internetu, nes iš esmės tam reikalingos finansinės investicijos¹⁴². Taigi, tai leidžia sutaupyti lėšų ūkio subjektams, kas ypač naudinga smulkioms ir vidutinėms įmonėms.

Atsižvelgiant į aukščiau aptartą naudą iš minėtų platformų, šių ribojimas gali itin neigiamai paveikti mažų ir vidutinių įmonių veiklą. Pavyzdžiui, analogiškoje situacijoje kaip ESTT *Coty* byloje, nustatant smulkioms ir vidutinėms įmonėms apribojimą naudotis trečiųjų šalių prekyvietėmis, ypač sumažėja galimybės tapti pasirinktinio platinimo sistemos, kurią taiko „prabangos prekių“ tiekėjas, nariais, nes pati smulki ar vidutinė įmonė gali neturėti pakankamai tiek žinomumo, tiek lėšų, kad platintų per savo valdomą internetinę parduotuvę. Pažymėtina, kad generalinis advokatas N. Wahl *Coty* bylos išvadoje tarsi referuoja, kad pasirinktinio platinimo sistemos būdu kartais tiekėjas sudaro galimybę įgaliotam platintojui apskritai patekti į rinką¹⁴³. Taigi, priešingu atveju, patekimas

¹⁴⁰ 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.), p. 450-456, 504.

¹⁴¹ *Ibid.*, p. 516.

¹⁴² Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba. 2012 m. birželio 7 d. nutarimas Nr. 2S-9, p. 36.

¹⁴³ 2017 m. liepos 26 d. generalinio advokato Nils Wahl išvada byloje *Coty Germany GmbH prieš Parfümerie Akzente GmbH C-230/16*. EU:C:2017:603, p. 89.

į rinką yra ribojamas. Be to, atitinkamai ribojimai naudotis trečiųjų šalių prekyvietėmis ar kainų lyginimo įrankiais riboja ir pačių šių platformų valdytojų galimybes plėtoti savo veiklą rinkoje, nes gali neužtekti platintojų, norinčių platinti prekes šiose platformose, skaičiaus, kad veikla būtų sėkminga. Tai reiškia, kad plečiant galimybes nustatyti apribojimus naudotis trečiųjų šalių platformomis yra apribojamos mažųjų ir vidutinių ūkio subjektų patekimo į rinką galimybės, o tokios pasekmės nebūtų itin efektyvus konkurencijos skatinimas. Susijusi problema buvo išvelgta ir Copenhagen Economics tyrimo, skirto *eBay*, metu, kuriame buvo pasakyta, kad, jei ribojimai naudotis trečiųjų šalių platformomis taptų paplitę, maži ir vidutiniai mažmenininkai nebegalėtų apskritai naudotis internetinėmis platformomis¹⁴⁴. Iš esmės tai reikštų, kad tarsi atsiranda *de facto* apribojimas platinti internetu, nors, paradoksaliai, viena iš apribojimo platinti naudojantis trečiųjų šalių platformomis pateisinimo priežasčių *Coty* byloje buvo būtent argumentas, jog tokiu būdu nėra griežto draudimo apskritai naudotis internetu¹⁴⁵.

Tačiau apribojimų naudotis trečiųjų šalių prekyvietėmis ir kainų lyginimo įrankiais taikymas turi ir kitą, priešingą, pusę. Formuojantis konkurencijos teisės reguliavimui, kad trečiųjų šalių prekyvietės maksimalia apimtimi būtų prieinamos kaip platinimo kanalas, išskyrus tam tikrus atvejus, susijusius su kokybiniais kriterijais, gali formuotis ir tinkamos sąlygos minėtų platformų rinkos galiai didinti. 2019 m. liepos mėn. Europos Komisija pradėjo tyrimą dėl *Amazon* veiklos, siekiant išnagrinėti susitarimus su platintojais *Amazon* prekyvietėje bei *Amazon* atliekamą duomenų, apie šių platintojų pardavimus *Amazon* prekyvietėje, rinkimą bei naudojimą, įtariant, kad gali būti sudaromi draudžiami susitarimai ir (arba) piktnaudžiaujama dominuojančia padėtimi¹⁴⁶. Tą pačią dieną, kai Europos Komisija paskelbė apie minėto tyrimo pradžią, Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija paskelbė savo sprendimą dėl susitarimų tarp *Amazon* platintojų ir *Amazon*, kuriuo įpareigojo *Amazon* pakeisti tam tikras naudojimosi šia platforma, kaip platinimo kanalo, sąlygas, kurios turėjo piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi požymių. Šios sąlygos daugiausia buvo susijusios su nepakankamu informacijos skaidrumu, nepagrįstu

¹⁴⁴ *Copenhagen Economics (2016): Economic Effects of Marketplace Bans. A study prepared for eBay* [žiūrėta 2020 m. sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Publication/publicationPDF/0/380/1479805000/copenhagen-economics-2016-economic-effects-of-online-marketplace-bans.pdf>>; Iš PETROPOULOS, Georgios. Vertical restraints and e-commerce. Briuselis: *Concurrences No 1-2018*.

¹⁴⁵ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2017 m. gruodžio 6 d. sprendimas *Coty Germany GmbH prieš Parfümerie Akzente GmbH C-230/16, EU:C:2017:941*, p. 52.

¹⁴⁶ Europos Komisija. 2019 m. liepos 17 d. pranešimas spaudai dėl pradėto tyrimo: *Antitrust: Commission opens investigation into possible anti-competitive conduct of Amazon* [interaktyvus]. Briuselis [žiūrėta 2020 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/ip_19_4291/IP_19_4291_EN.pdf>.

platintojų blokavimu, apribotomis sutartinėmis galimybėmis platintojams ginčo atvejais ir kt.¹⁴⁷ 2019 m. balandžio mėn. Italijos konkurencijos priežiūros institucija taip pat pradėjo tyrimą dėl *Amazon* galimo piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi, platintojams, kurie naudojami *Amazon* pristatymo paslaugomis (*Fulfillment by Amazon (FBA)*), suteikiant geresnes platinimo sąlygas, geresnį matomumą nei tiems, kurie minėta paslauga nesinaudoja¹⁴⁸. Šiame darbe taip pat buvo aptarta plačių MFN sąlygų problematika kainų lyginimo įrankiuose. Pastebėtina, kad MFN sąlygos gali būti nustatytos ne tik susitarimuose su kainų lyginimo platformomis, bet ir trečiųjų šalių prekyviečių valdytojais. Europos Komisija yra priėmusi sprendimą, jog *Amazon* piktnaudžiavo dominuojančia padėtimi, susitarimuose su elektroninių knygų platintojais nustatydamą MFN sąlygas. Pagal šias sąlygas, platintojai buvo įpareigoti informuoti *Amazon* ir sudaryti jai tokias pačias arba geresnes platinimo sąlygas kaip ir naudojantis kitais platinimo kanalais, o tai apsunkino *Amazon* konkurentų galimybes plėtoti savo veiklą¹⁴⁹. Tai rodo, kad siekiant sudaryti tinkamas sąlygas smulkioms ir vidutinėms įmonėms platinti prekes trečiųjų šalių prekyvietėse, turi būti skiriamas pakankamas dėmesys ir pačių prekyviečių pozicijai rinkoje.

Analogiškai reikėtų įvertinti ir situaciją dėl kainų lyginimo platformų. Europos Komisija sprendime *Google Search (Shopping)* nustatė, kad *Google Inc.* piktnaudžiavo dominuojančia padėtimi, savo paieškos rezultatuose savo kainų lyginimo platformą nurodant aukščiau nei kitus konkurentus, kurių vieta paieškos rezultatuose turėtų būti nustatoma pagal specialius algoritmus¹⁵⁰. Panašų atvejį aprašo ir T. Bonakele, E. M. Fox ir L. Mncube, kurie nurodo, kad Brazilijoje buvo nagrinėjamas *Google* piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejis, kai *Google* savo paieškos sistemoje rodė vaizdus tik iš savo kainų lyginimo platformos, o kitų konkurentų kainų lyginimo tinklapių vaizdai nebuvo rodomi¹⁵¹. Ir nors šis atvejis vyko Brazilijoje, atsižvelgiant į *Google* veikimo mastą, jis praktine prasme įmanomas ir Europos Sąjungoje. Taigi, reikėtų pabrėžti, kad

¹⁴⁷ Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. 2019 m. liepos 17 d. sprendimo B2 - 88/18 santrauka [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: < https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B2-88-18.pdf?__blob=publicationFile&v=5>.

¹⁴⁸ Italijos konkurencijos priežiūros institucija. 2019 m. balandžio 16 d. pranešimas spaudai: A528 - *Amazon: investigation launched on possible abuse of a dominant position in online marketplaces and logistic services* [interaktyvus, žiūrėta 2020 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: < <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2019/4/Amazon-investigation-launched-on-possible-abuse-of-a-dominant-position-in-online-marketplaces-and-logistic-services>>.

¹⁴⁹ Europos Komisija. 2017 m. gegužės 4 d. sprendimas *E-book MFNs and related matters (Amazon) AT.40153, C(2017) 2876 final*, p. 74-75.

¹⁵⁰ Europos Komisija. 2017 m. birželio 27 d. sprendimas *Google Search (Shopping) AT.39740, C(2017) 4444 final*, p. 344.

¹⁵¹ BONAKELE, T.; FOX, E. M.; MNCUBE, L. *Competition Policy for the New Era: Insights from the BRICS Countries*. Oxford University Press, 2017, p. 83.

konkurencijos reguliavimu užtikrinant kainų lyginimo įrankių plėtrą, būtina atsižvelgti ir į rinkos sąlygas tarp pačių kainų lyginimo įrankių, nes, pavyzdžiui, nuo tokio piktnaudžiavimo kaip *Google Inc.* atveju nukenčia būtent mažos ir vidutinės įmonės, valdančios kainų lyginimo platformas.

Aukščiau šioje dalyje minėta, jog *Eturas* byla parodo, kad kai kuriems ūkio subjektams naudojimas trečiųjų šalių platforma yra reikalingas apskritai įeiti į platinimo internetų rinką. Tačiau šis sprendimas taip pat parodo neigiamą tokios platformos pusę - horizontalių susitarimų sudarymo riziką¹⁵². Pažymėtina, jog sprendimas šioje byloje rodo ne tik svarbą atkreipti dėmesį į horizontalių susitarimų riziką, bet ir pačios platformos administratoriaus poziciją susitarime, nes, remiantis Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos sprendimu, jis gali būti laikomas prisidedančiu prie draudžiamo susitarimo sudarymo ar net jį organizuojančiu¹⁵³.

Tai reiškia, kad, siekiant nustatyti tokį konkurencijos teisės reguliavimą, kuris sudarytų maksimalias sąlygas mažoms ir vidutinėms įmonėms platinti per trečiųjų šalių platformas, prekyvietes, kainų lyginimo įrankius, turi būti prižiūrimi ir pačių šių platformų administratorių veiksmai. Priešingu atveju, galiausiai šios platformos gali pradėti piktnaudžiauti savo sustiprėjusia padėtimi, o mažoms ir vidutinėms įmonėms bus apsunkintos konkurencijos sąlygos rinkoje, nors pirminiai priežiūros institucijų siekiai buvo užtikrinti šių įmonių galimybes naudotis visais internetiniais platinimo kanalais. Ypač atsižvelgiant į tai, kad, kaip minėta šiame darbe, kai kurios, pavyzdžiui, prekyvietės kaip *Amazon*, gali veikti dviem būdais, t. y. kaip platinimo kanalas ir kaip konkurentas kitiems mažmenininkams, kurie platina per šią prekyvietę. Taip pat iškyla horizontalių susitarimų grėsmė, dėl kurių ypač nukentėtų vartotojai, negalintys įsigyti paslaugų už sąžiningos konkurencijos užtikrinamą kainą.

¹⁵² Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba. 2012 m. birželio 7 d. nutarimas Nr. 2S-9.

¹⁵³ *Ibid.*, p. 177.

4. PLATINIMO SISTEMOS ELEKTRONINĖJE KOMERCIJOJE IR GEOGRAFINIO BLOKAVIMO REGULIAVIMAS

Analizuojant išskirtinio ir pasirinktinio platinimo sistemų nustatymą elektroninės komercijos kontekste ir su tuo susijusias konkurencijos teisės taikymo problemas, tokia analizė yra neatsiejama nuo Europos Sąjungos reguliavimo, susijusio su elektronine komercija, t. y. geografinio blokavimo reguliavimo. Naujuoju Reglamentu 2018/302 nustatomos taisyklės, kurios signalizuoja ūkio subjektams tam tikrus savo sprendimus įsivertinti ne tik konkurencijos teisės taisyklių kontekste, bet ir geografinio blokavimo, o priešišioms institucijoms bei teismams atsiranda poreikis tinkamai įvertinti, kurio instituto pagrindu turės būti priimami sprendimai dėl ūkio subjektų pažeidimų. Net teigiama, kad vienas iš Europos Komisijos kovos su geografiniu blokavimu būdų yra būtent per konkurencijos teisės taisykles¹⁵⁴. Reglamentas 2018/302 yra itin aktualus tam tikrais konkurencijos teisės taikymo aspektais, ypač, aktyvių ir pasyvių pardavimų kontekste, nes Reglamente 2018/302 ypač pabrėžiamas pasyvių pardavimų ribojimo neteisėtumas¹⁵⁵. Minėtas šių sričių papildymas, visų pirma, įžvelgiamas pasyvaus platinimo ribojimo vertinime. Reglamentu 2018/302, papildant konkurencijos taikymo taisykles, aiškiai įvardijama, jog pasyvus platinimas turi būti užtikrinamas ir negali būti ribojamas. Teisės doktrinos autoriai net išreiškia tokią poziciją, kad įsigaliojus šiam geografinio blokavimo reguliavimui, kai platintojui tiekėjas sutartyje yra nurodęs ribojimą platinti pasyviu būdu, platintojas turi teisę tiesiog šio sutartinio įsipareigojimo nesilaikyti¹⁵⁶.

Tačiau šiuo atkreipiamas dėmesys, kad Reglamento 2018/302 įsigaliojimas atskleidžia ne tik šio ir konkurencijos teisės kaip teisinio reguliavimo institutų tarpusavio papildymą, tačiau ir galimą tarpusavio prieštaravimą, į kurį atkreipia dėmesį ir Á. L. Usatorre¹⁵⁷. Viena vertus, rengiant Reglamentą 2018/302, buvo siekiama atskirti šio bei konkurencijos teisės taisyklių taikymą. Pagal Reglamento 2018/302 34 konstatuojamąją dalį, šis iš esmės nedaro

¹⁵⁴ *E-commerce, geoblocking and Digital Single Market* [interaktyvus]. Maverick, 2018 [žiūrėta 2020 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.maverick-law.com/en/trends-2018/e-commerce-geoblocking-and-digital-single-market.html>>.

¹⁵⁵ Reglamento 2018/302 3, 4, ir 5 straipsniai numato atitinkamai tokius veiksmus, kurie Vertikaliųjų apribojimų gairėse numatomi kaip pasyvaus platinimo ribojimo pavyzdžiai.

¹⁵⁶ FECHNER, F., WYNN, G., KEIJZER, M., DALSGAARD, B., KVARFORDT, S., MAITZ-STRABNI, H. *FAQ on the Implementation of the Geoblocking Regulation* [interaktyvus]. EuroCommerce, 2018 [žiūrėta 2020 m. vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.eurocommerce.eu/media/155816/eurocommerce_faq_on_the_implementation_of_the_geoblocking_regulation_readonly.pdf>.

¹⁵⁷ CLÓPEZ USATORRE, Álvaro. A Tale of Two Friends: The Potential Conflict Between Competition Law and The Geo-blocking Regulation. *ELSA Spain Law Review*, 4^a Edición, 2019.

įtakos konkurencijos teisės kontekste nustatomoms platinimo sistemoms¹⁵⁸ ir teisėtiems su tuo susijusiems platinimo apribojimams, įskaitant aktyvių pardavimų platinimo apribojimams. Tai reikštų, kad neturėtų būti jokių prieštaravimų tarp konkurencijos ir geografinio blokavimo taisyklių. Europos Komisijos teigimu, neribojant išskirtinio platinimo sistemoje galimybės nustatyti aktyvaus platinimo ribojimų, iš esmės Reglamentas 2018/302 turės viršenybę prieštaravimų konkurencijos taisyklėms atveju¹⁵⁹. Kita vertus, oficialiai tokio viršenybės principo nėra įtvirtinta ir tam tikrais atvejais gali nebūti aišku, kaip nustatyti, pagal kurį institutą bus atliekamas tyrimas ir nustatomi pažeidimai: konkurencijos ar geografinio blokavimo reguliavimo. Europos Komisija neseniai priėmė sprendimą *Guess* byloje, kurioje *Guess* įmonės, taikiusios pasirinktinio platinimo sistemą, riboja mažmeninio lygio platinimą ir reklamą kai kuriose valstybėse narėse¹⁶⁰. Europos Komisijos narė M. Vestager pakomentavo, kad šis sprendimas papildė geografinio blokavimo taisyklę¹⁶¹. Taigi, atsižvelgiant į Europos Komisijos komisarės komentarą bei tai, kad *Guess* byla buvo nagrinėta remiantis tik konkurencijos teisės taisyklėmis, gali kilti klausimas, kaip analogiškose bylose bus nusprendžiama dėl instituto taikymo, pagal kurį bus nagrinėjama byla.

Visgi, įsigaliojus Reglamentui 2018/302, išvelgiama ir tam tikrų neaiškumų bei galimų nesklandumų, galinčių atsirasti elektroninės komercijos srityje būtent ūkio subjektams. Vienu iš tokių galimų būtų laikytina grėsmė, kad išskirtiniai platintojai bus kaltinami vykdant aktyvius pardavimus į kitiems išskirtiniams platintojams paskirtas teritorijas, kai tuo tarpu anksčiau nuo tokių kaltinimų apsisaugodavo ir platintojai ginčų išvengdavo tiesiog apribodami pardavimus tam tikrose teritorijose¹⁶². Toks sprendimas galbūt sumažindavo tam tikrą išskirtinio platintojo pardavimų skaičių, nes nebuvo galimybės vykdyti ir pasyvius pardavimus, tačiau, iš ūkio subjekto perspektyvos, taip būdavo bent išvengiama ginčų su tiekėjais. Tačiau, kaip minėta, geografinio blokavimo reguliavimas nurodo pasyvaus platinimo pareigą, o ne teisę, dėl to platintojas nebegali

¹⁵⁸ 2018 m. vasario 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 2018/302 dėl nepagrįsto geografinio blokavimo ir kitų formų diskriminavimo dėl klientų pilietybės, gyvenamosios vietos arba įsisteigimo vietos vidaus rinkoje problemos sprendimo, kuriuo iš dalies keičiami reglamentai (EB) Nr. 2006/2004 ir (ES) 2017/2394 ir Direktyva 2009/22/EB. OJ L 60I, 2.3.2018, 34 konstatuojamoji dalis.

¹⁵⁹ *Geo-blocking: unlocking e-commerce in the EU* [interaktyvus]. [žiūrėta 2020 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.consilium.europa.eu/en/policies/geo-blocking/>>.

¹⁶⁰ Europos Komisija. 2018 m. gruodžio 17 d. sprendimas *Guess AT.40428, C(2018) 8455 final*.

¹⁶¹ Europos Komisija. 2018 m. gruodžio 17 d. pranešimas spaudai: *Antitrust: Commission fines Guess €40 million for anticompetitive agreements to block cross-border sales* [interaktyvus]. [žiūrėta 2020 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_6844>.

¹⁶² FECHNER, F., WYNN, G., KEIJZER, M., DALSGAARD, B., KVARFORDT, S., MAITZ-STRAßNI, H. *FAQ on the Implementation of the Geoblocking Regulation* [interaktyvus]. EuroCommerce, 2018 [žiūrėta 2020 m. vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.eurocommerce.eu/media/155816/eurocommerce_faq_on_the_implementation_of_the_geoblocking_regulation_readonly.pdf>.

nuspręsti nebeplatinti. Todėl tai yra problematiška ūkio subjektams, tačiau ilgalaikėje perspektyvoje sąžiningai konkurencijai rinkoje tai greičiausiai bus naudinga.

IŠVADOS

1. Išskirtiniame platinime susiduriama su aktyvaus ir pasyvaus platinimo atskyrimo problema. Šiuo pastebėtina, jog tam tikrais atvejais, vertinant Vertikaliųjų apribojimų gaires per siaurai, būtų nukrypstama nuo išskirtinio platinimo tikslų, pavyzdžiui, platinimas internetu neturėtų visuomet *per se* reikšti pasyvų platinimą, o kalbos pasirinkimas interneto svetainėje neturėtų visuomet būti laikomas nereikšmingu. Plėtojantis internetinėms galimybėms, ūkio subjektai gali susidurti su teisės aiškinimo trūkumu, nes pastebima problema dėl platinimo nukreiptinumo į tam tikrą teritoriją vertinimo, naudojant įvairius platinimo įrankius, taip pat nėra aišku tam tikrų tinklapio ypatybių nustatymo galimybės. Be to, nors formuojasi tvirta prekyviečių, kaip laisvo platinimo kanalo, apsauga, ESTT *Coty* sprendimo taikymo galimybė dar nėra aiški.
2. Pasirinktiniame platinime, ribojimo platinti internetu atžvilgiu, konkurencijos taisyklės nacionaliniu lygmeniu formuojasi sparčiai ir griežtai, suteikiant tiekėjams gaires, ką įvertinti nustatant ribojimus, tačiau ES lygiu aiškinimas dar atsilieka, o tai trikdo konkurencijos teisės harmonizavimą, ūkio subjektų plėtrą ir neatnaujina taisyklių, dėl kurių taikymo pagrįstumo ateityje abejotina. Prekyviečių atžvilgiu formuojasi pozicija, jog jos gali būti apribotos tik dėl „prabangos prekių“ apsaugos, tačiau šių sampratą nėra aiški ir nėra galutinai aišku, ar ESTT ir nacionalinė praktika sėkmingai pasuks platesnio aiškinimo link, įtraukiant ir kitas išskirtines prekes. Be to, problematiška būtų formuoti itin griežtą taisyklę, nes prekyvietės sparčiai geba prisitaikyti prie pokyčių. Kainų lyginimo platformų atžvilgiu, problemų gali kilti MFN susitarimuose, ypač plačiuosiuose, kai visi platintojai naudojami tik viena platforma ir taip pat dėl šios platformos ribojimo, nes, viena vertus, galima būtų taikyti prekyviečių analogija, kita vertus, šių platformų nereikėtų absoliučiai sutapatinti.
3. Siekiant užtikrinti sąžiningas konkurencijos sąlygas mažoms ir vidutinėms įmonėms platinti per įvairias platformas, turi būti prižiūrimi ir šių platformų administratorių veiksmai, nes, paradoksaliai, mažos ir vidutinės įmonės gali nukentėti nuo išsikraipusių rinkos sąlygos, kylant piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi ir horizontalių susitarimų sudarymo rizikai, nuo ko galiausiai nukentėtų ir vartotojai.
4. Reglamento 2018/302 įsigaliojimas rodo tam tikrą jo ir konkurencijos teisės taisyklių tarpusavio papildymą, ypač draudimo riboti pasyvų platinimą kontekste, tačiau kyla ir tarpusavio prieštaravimo rizika, sprendžiant dėl instituto taikymo analogiškose *Guess* bylose. Be to, dėl pareigos platinti pasyviu būdu, ūkio subjektai gali vėl susidurti su aktyvaus ir pasyvaus platinimo atskyrimo problema.

ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

1. Teisės norminiai aktai:

1.1. Lietuvos Respublikos teisės aktai:

1. Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas. *Valstybės žinios*, 2000, nr. 74 – 2262.

1.2. Europos Sąjungos teisės aktai ir įgyvendinimo gairės:

2. 2010 m. balandžio 20 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims. OJ L 102, 23.4.2010.

3. 2018 m. vasario 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 2018/302 dėl nepagrįsto geografinio blokavimo ir kitų formų diskriminavimo dėl klientų pilietybės, gyvenamosios vietos arba įsisteigimo vietos vidaus rinkoje problemos sprendimo, kuriuo iš dalies keičiami reglamentai (EB) Nr. 2006/2004 ir (ES) 2017/2394 ir Direktyva 2009/22/EB. OJ L 60I, 2.3.2018.

4. 2010 m. gegužės 19 d. Europos Komisijos komunikatas Vertikalųjų apribojimų gairės, 2010/C 130/01.

2. Specialioji literatūra:

5. ALEXIADIS, Peter; MURACH, Jens-Olrik; STRUNZ, Balthasar. The Düsseldorf Court of Appeals confirms a decision of the Bundeskartellamt against all prohibitions or restrictions imposed in relation to online sales made by traditional distributors (ASICS) [interaktyvus]. *e-Competitions Antitrust Case Laws e-Bulletin News Issue N°86551* April 2017 [žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.gibsondunn.com/wp-content/uploads/2018/04/Alexiadis-Murach-Strunz-The-Düsseldorf-Court-of-Appeals-confirms-a-decision-Concurrences-April-2017.pdf>>.

6. ATKINSON, Emily. *What online marketplaces mean for ecommerce competition* [interaktyvus]. 2018 [žiūrėta 2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.ve.com/blog/what-online-marketplaces-mean-for-ecommerce-competition>>.

7. BONAKELE, T.; FOX, E. M.; MNCUBE, L. *Competition Policy for the New Era: Insights from the BRICS Countries*. Oxford University Press, 2017.

8. CAMHI, Jonathan; PANDOLPH Stephanie. *Machine learning driving innovation at Amazon* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2020 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.businessinsider.com/machine-learning-driving-innovation-at-amazon-2017-4>>.

9. CLÓPEZ USATORRE, Álvaro. A Tale of Two Friends: The Potential Conflict Between Competition Law and The Geo-blocking Regulation. *ELSA Spain Law Review*, 4^a Edición, 2019.
10. COLANGELO, Giuseppe; TORTI, Valerio. Selective Distribution and Online Marketplace Restrictions under EU Competition Rules after Coty Prestige. *European Competition Journal*, 2018.
11. COLLARD, Christophe; ROQUILLY, Christophe. Closed Distribution Networks and E-commerce: Antitrust Issues. *International Review of Law Computers & Technology*, 16(1):81-92, 2002.
12. FECHNER, F., WYNN, G., KEIJZER, M., DALSGAARD, B., KVARFORDT, S., MAITZ-STRAßNI, H. *FAQ on the Implementation of the Geoblocking Regulation* [interaktyvus]. EuroCommerce, 2018 [žiūrėta 2020 m. vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.eurocommerce.eu/media/155816/eurocommerce_faq_on_the_implementation_of_the_geoblocking_regulation_readonly.pdf>.
13. FOER, Albert A. E-Commerce Meets Antitrust: A Primer. *Competition Policy & Antitrust, Volume 20 (1), Journal of Public Policy & Marketing*, 2001, psl. 51-63.
14. GALARZA, Andrés F.; DZIADYKIEWICZ, Eryk L.; PEREZ, Alejandro G. Selective Distribution and e-Commerce: Recent developments in EU and national case law. *e-Competitions National Competition Laws Bulletin | N° 63958*, 2014.
15. GLERUM-VAN AALST, E.D.; SMEETS, J.; GERDING, L.G. Onlineverkoop in exclusieve distributiesystemen. *Monthly Property Law Journal (Maandblad voor Vermogensrecht)*, 2014, p. 64-72.
16. GUNTHER, J.; ZUEHLKE, S.; AYEL, M.; GENTILE, F.; HEUSER, P. *What Does the Coty Judgment of the European Court of Justice Mean for Companies?* [interaktyvus] 2017 [žiūrėta 2020 m. sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.willkie.com/~media/Files/Publications/2017/12/What_Does_the_European_Court_of_Justices_Coty_Judgment_Mean_for_Companies.pdf>.
17. HERY, Christophe. *Exclusive distribution, territorial restrictions and geoblocking* [interaktyvus]. 2018. [žiūrėta 2020 m. vasario 13 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.lmtavocats.com/media/files/telecharger_1804-actualite-distribution-201804-angl.pdf>.
18. ISRAEL, Marc; YOURSTONE, Rebecca. *MFN clauses could breach competition law* [interaktyvus]. White & Case, 2018 [žiūrėta 2020 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.whitecase.com/sites/whitecase/files/files/download/publications/mfn-clauses-could-breach-competition-law.pdf>>.

19. KILPATRICK, Bruce; KOBEL, Pierre; KËLLEZ, Pranvera. *Antitrust Analysis of Online Sales Platforms & Copyright Limitations and Exceptions*. Springer, 2018.
20. KIRSCH, Andreas; WEESNER, William. Can Antitrust Law Control E-Commerce? A Comparative Analysis in Light of U.S. and E.U. Antitrust Law. Oklandas, Iš *University of California, Davis*, 2006, p. 297-330.
21. MARCO COLINO, Sandra. *Cartels and Anti-Competitive Agreements: Volume I*. Routledge, 2017.
22. MATERLJAN, Igor; MATERLJAN, Gordana. Selective Distribution of Trademarked Products and Restrictions of Online Sales. *EU AND COMPARATIVE LAW ISSUES AND CHALLENGES SERIES – ISSUE 3*, p. 830-865.
23. MAXWELL, Andrew. *When can suppliers ban resellers from selling on online marketplaces or E-commerce platforms?* [interaktyvus] FREETHS, 2018 [žiūrėta 2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.freeths.co.uk/2018/04/10/when-can-suppliers-ban-resellers-from-selling-on-online-marketplaces-or-e-commerce-platforms/>>.
24. PETROPOULOS, Georgios. Vertical restraints and e-commerce. *Briuselis: Concurrences No 1*, 2018.
25. RALPH, Oliver; MARTIN, Katie. *UK competition watchdog opens inquiry into Compare the Market* [interaktyvus]. Financial Times, 2017 [žiūrėta 2020 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.ft.com/content/c61e792a-a28c-11e7-b797-b61809486fe2>>.
26. STUCKE, MAURICE E. Evaluating the Risks of Increased Price Transparency. *Antitrust magazine, Spring 2005, a publication of the ABA Section of Antitrust Law*, 2006, p. 81-88.
27. TOPINKA, Chuck. *How Exactly Does Google AdWords Work?* [interaktyvus]. Forbes, 2014 [žiūrėta 2020 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.forbes.com/sites/quora/2014/08/15/how-exactly-does-google-adwords-work/#1380cd6f7bd3>>.
28. VAN DEN BROUCKE, Emmanuelle; POMAR, Sara. *Appeal court takes lenient view of Bang & Olufsen online sales prohibition* [interaktyvus]. International Law Office newsletter, 2014 [žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.internationallawoffice.com/Newsletters/Competition-Antitrust/France/Dentons/Appeal-court-takes-lenient-view-of-Bang-Olufsen-online-sales-prohibition>>.
29. VAN GLERUM, Esther; VAN DER KRAAN, Flip. *Exclusive assignment of a territory or block of customers to distributors?* [interaktyvus] Knepelhout: 2016 [žiūrėta

2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.kneppelhout.com/news/exclusive-assignment-of-a-territory-or-block-of-customers-to-distributors>>.

30. WHISH, R.; BAILEY, D. *Competition Law. 7th ed.*, Oxford: Oxford University Press, 2012.

31. WIEGERINCK, Marlies. *A borderless online market? Boundaries for your (exclusive) distributor*. [interaktyvus] 2018 [žiūrėta 2020 m. vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.arnold-siedsma.be/nieuws/archief/2018/a-borderless-online-market-boundaries-for-your-exclusive-distributor>>.

32. WIGGERS, Marc; STRUIJLAART, Robin; DIBBITS, Johannes. *Digital Competition Law in Europe: A Concise Guide*. Kluwer Law International B.V., 2019.

33. WITT, Anne C. Restrictions on the use of third-party platforms in selective distribution agreements for luxury goods. *University of Leicester School of Law Research Paper No. 15-26, 2016) 12(2/3) European Competition Journal* p. 435-461.

34. ZUKAKISHVILI, Ketii. *Luxury (by) object and the effects of silence of the Court of Justice in Coty* [interaktyvus]. Belgija: College of Europe, Department of Legal Studies, 2018 [žiūrėta 2020 m. sausio 18 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUK EwiG9_SvnIjoAhXKXJoKHc-sC2oQEjAAegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fwww.coleurope.eu%2Fsystem%2Ffiles_force%2Fresearch-paper%2Fcase_note_1_2018_keti_zukakishvili.pdf%3Fdownload%3D1&usg=AOvVaw1j-Ym4_cawUVG4BYB4-d4G>.

3. Teismų ir priežiūros institucijų sprendimai:

3.1. Europos Sąjungos Teisingumo Teismo praktika:

35. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. spalio 13 d. sprendimas *Pierre Fabre Dermo-Cosmetiques SAS prieš President de l' Autorite de la concurrence* C-439/09, EU:C:2011:649.

36. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2017 m. gruodžio 6 d. sprendimas *Coty Germany GmbH prieš Parfümerie Akzente GmbH* C-230/16, EU:C:2017:941.

37. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. balandžio 23 d. sprendimas *Copad SA prieš Christian Dior couture SA* C-59/08, EU:C:2009:260.

38. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1996 m. gruodžio 12 d. sprendimas *Groupement d'Achat Edouard Leclerc prieš Commission of the European Communities* C-T-19/92, EU:T:1996:190.

39. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1977 m. spalio 25 d. sprendimas *Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG prieš Commission of the European Communities* C-26/76. EU:C:1977:167.

40. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1996 m. gruodžio 12 d. sprendimas *Groupement d'Achat Edouard Leclerc prieš Commission of the European Communities* T-88/92, EU:T:1996:192.

3.2. Nacionalinių teismų praktika:

41. Hanzos aukštesnysis apygardos teismas Hamburge (Hanseatic Higher Regional Court in Hamburg). 2018 m. kovo 22 d. sprendimas byloje *Hanseatisches Oberlandesgericht Hamburg 3. Zivilsenat, Urteil vom 22.03.2018, 3 U 250/16* [žiūrėta 2020 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<https://openjur.de/u/2194598.html>>.

42. Midden-Nederland apylinkės teismas. 2014 m. gruodžio 3 d. sprendimas *Voorne Koi/Oase, Nr. C/16/331595 / HA ZA 12-1167* [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą:

<<https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:RBMNE:2014:6156>>.

3.3. Europos Komisijos sprendimai:

43. Europos Komisija. 2018 m. gruodžio 17 d. sprendimas *Guess AT.40428, C(2018) 8455 final*.

44. Europos Komisija. 2017 m. gegužės 4 d. sprendimas *E-book MFNs and related matters (Amazon) AT.40153, C(2017) 2876 final*.

45. Europos Komisija. 2017 m. birželio 27 d. sprendimas *Google Search (Shopping) AT.39740, C(2017) 4444 final*.

46. Europos Komisija. 2019 m. kovo 7 d. sprendimas byloje *CASE AT.40023 Cross-border access to pay-TV (C(2019) 1772 final)*.

3.4. Nacionalinių priežiūros institucijų sprendimai:

47. Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba. 2012 m. birželio 7 d. nutarimas Nr.2S-9.

48. Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba. 2010 m. lapkričio 25 d. nutarimas Nr.1S-206.

49. Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucija. 2017 m. rugpjūčio 24 d. sprendimas *Online sales ban in the golf equipment sector Case 50230*.

50. Švedijos konkurencijos taryba. 2015 m. balandžio 15 d. sprendimas byloje *Bookingdotcom Sverige and Booking.com B.V., 596/2013* [žiūrėta 2020 m. vasario 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.konkurrensverket.se/globalassets/konkurrens/beslut/13-0596_bookingdotcom.pdf>.

4. Oficialūs institucijų dokumentai:

4.1. *Travaux préparatoires:*

51. 2010 m. rugsėjo 8 d. Europos Parlamento pasiūlymas dėl Europos Parlamento rezoliucijos dėl elektroninės komercijos vidaus rinkos sukūrimo (*Motion for a European Parliament Resolution on Completing the Internal Market for E-Commerce*), 2010/2012(INI).
52. 2012 m. birželio mėn. Europos Komisijos tyrimo dėl europiečių ir jų kalbų ataskaita (*Europeans and their languages*).
53. 2013 m. sausio 30 d. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos apskrito stalo diskusija dėl vertikalių susitarimų internetiniuose pardavimuose (DAF/COMP/WD(2013)18).
54. 2015 m. gegužės 6 d. Europos Komisijos Europos bendrosios skaitmeninės rinkos strategiją. Briuselis, SWD(2015) 100 final.
55. 2017 m. gegužės 10 d. Europos Komisijos pranešimas dėl elektroninės komercijos srities tyrimo (Final report on the E-commerce Sector Inquiry, SWD (2017) 229 final.).
56. 2015 m. gruodžio 9 d. Europos Komisijos pasiūlymas dėl direktyvos dėl tam tikrų internetinio ir kitokio nuotolinio prekių pardavimo sutarčių. Briuselis, COM(2015) 635 final.
57. 2016 m. Europos Komisijos ES konkurencijos politika (EU competition policy in action). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
58. 2017 m. birželio 13 d. Europos Komisijos pranešimas dėl pagrindinių principų, naudojant kainų lyginimo įrankius (Key Principles for Comparison Tools) [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/key_principles_for_comparison_tools_en.pdf>.
59. 2017 m. liepos 26 d. generalinio advokato Nils Wahl išvada byloje Coty Germany GmbH prieš Parfümerie Akzente GmbH C-230/16. EU:C:2017:603.
60. 2018 m. Europos Komisijos tyrimas dėl internetinių platformų skaidrumo (Behavioural Study on the Transparency of Online Platforms, Final Report).
61. 2019 m. vasario 21 d. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos pranešimas. *Implications of E-commerce for Competition Policy*. DAF/COMP(2018)3 [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <[https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2018\)3/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)3/en/pdf)>.

4.2. Kiti priežiūros institucijų dokumentai ir pranešimai:

62. Europos Komisija. 2018 m. gruodžio 17 d. pranešimas spaudai: *Antitrust: Commission fines Guess €40 million for anticompetitive agreements to block cross-border sales* [interaktyvus]. [žiūrėta 2020 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_6844>.
63. Europos Komisija. 2019 m. liepos 17 d. pranešimas spaudai dėl pradėto tyrimo: *Antitrust: Commission opens investigation into possible anti-competitive conduct of Amazon* [interaktyvus]. Briuselis [žiūrėta 2020 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/ip_19_4291/IP_19_4291_EN.pdf>.
64. Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucija. 2017 m. rugsėjo 26 d. skaitmeninių lyginimo įrankių rinkos tyrimas (*Digital comparison tools market study, Final report*) [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://assets.publishing.service.gov.uk/media/59c93546e5274a77468120d6/digital-comparison-tools-market-study-final-report.pdf>>.
65. Didžiosios Britanijos konkurencijos priežiūros institucija. 2018 m. lapkričio 2 d. pranešimas spaudai: *ComparetheMarket home insurance deals could deny people better prices* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 16 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.gov.uk/government/news/comparethemarket-home-insurance-deals-could-deny-people-better-prices>>.
66. Italijos konkurencijos priežiūros institucija. 2019 m. balandžio 16 d. pranešimas spaudai: *A528 - Amazon: investigation launched on possible abuse of a dominant position in online marketplaces and logistic services* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: <<https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2019/4/Amazon-investigation-launched-on-possible-abuse-of-a-dominant-position-in-online-marketplaces-and-logistic-services>>.
67. Prancūzijos konkurencijos priežiūros institucija. 2019 m. rugsėjo 18 d. nuomonė: *Avis n° 12-A-20 du 18 septembre 2012 relatif au fonctionnement concurrentiel du commerce électronique.*
68. Vengrijos konkurencijos taryba. 2015 m. rugpjūčio 9 d. pranešimas spaudai dėl sprendimo byloje *Alcon Services AG (CIBA/Alcon) No. Vj-55/2013* [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: https://www.gvh.hu/en/press_room/press_releases/press_releases_2015/the_gvh_stepped_up_against_the_restriction_of_the_.

69. Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. 2014 m. liepos 2 d. pranešimas spaudai: *adidas abandons ban on sales via online market places* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2014/02_07_2014_adidas.html;jsessionid=F5AE9E8B83D0A28C136AE48D4D234335.1_cid371?nn=3591568>.
70. Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. 2015 m. rugpjūčio 26 d. sprendimo B2-98/11 santrauka [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Kartellverbot/2016/B2-98-11.pdf?__blob=publicationFile&v=2>.
71. Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. 2018 m. sausio 25 d. pranešimas spaudai: *ASICS dealers allowed to use price comparison engines - Federal Court of Justice confirms Bundeskartellamt's decision* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Pressemitteilungen/2018/25_01_2018_Entscheidung_Aasics.pdf?__blob=publicationFile&v=3>.
72. Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. 2019 m. liepos 17 d. sprendimo B2 - 88/18 santrauka [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B2-88-18.pdf?__blob=publicationFile&v=5>.
73. Vokietijos konkurencijos priežiūros institucija. *Competition restraints in online sales after Coty and Asics - what's next?* 2018 m. spalio mėn. straipsnių serija tema *Competition and Consumer Protection in the Digital Economy* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Schriftenreihe_Digitales_IV.pdf?__blob=publicationFile&v=3>.

5. Kiti šaltiniai:

74. *Competition Law: Selective Distribution and Online Sales, Where Are We Heading.* Antitrust Alliance [interaktyvus]. 2018 [žiūrėta 2019 m. gruodžio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://antitrust-alliance.org/uploads/2018/01/Selective-distribution-and-online-sales-Where-are-we-heading-3.pdf>>.
75. *Copenhagen Economics (2016): Economic Effects of Marketplace Bans. A study prepared for eBay* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Publication/publicationPDF/0/380>>

[/1479805000/copenhagen-economics-2016-economic-effects-of-online-marketplace-bans.pdf](#)>.

76. *E-commerce, geoblocking and Digital Single Market* [interaktyvus]. Maverick, 2018 [žiūrėta 2020 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.maverick-law.com/en/trends-2018/e-commerce-geoblocking-and-digital-single-market.html>>.

77. *European Commission Revises Distribution Rules* [interaktyvus]. Convigton and Burlim, LLP, 2010 [žiūrėta 2020 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.cov.com/files/Publication/86451d5e-eabf-4ace-b007-09a960009d3c/Presentation/PublicationAttachment/5e0d7e93-612e-4059-a272-0e1dd09f4e6b/European%20Commission%20Revises%20Distribution%20Rules.PDF>>.

78. *Geo-blocking: unlocking e-commerce in the EU* [interaktyvus]. [žiūrėta 2020 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.consilium.europa.eu/en/policies/geo-blocking/>>.

79. *Internet Retail Online Marketplaces Database and Online Marketplaces Analysis Report* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. kovo 6 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.digitalcommerce360.com/article/infographic-top-online-marketplaces/>>.

80. INVESTOPEDIA. Definition - „New Economy“ [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.investopedia.com/terms/n/neweconomy.asp>>.

81. Lietuvių kalbos žodynas, žodžio „reklama“ reikšmė. [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. vasario 6 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lkz.lt/Visas.asp?zodis=reklama&Ins=-1&les=-1&id=23037060000>>.

82. *Meta Tags - How Google Meta Tags Impact SEO* [interaktyvus] [žiūrėta 2020 m. vasario 14 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.wordstream.com/meta-tags>>.

83. *Online shopping preference in the United States as of 2017, by age group* [interaktyvus]. Statista [žiūrėta 2020 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.statista.com/statistics/242512/online-retail-visitors-in-the-us-by-age-group/>>.

SANTRAUKA

Elektroninė komercija vis daugiau dėmesio sulaukia tiek ūkio subjektų veikloje, tiek vartotojų gyvenime, tiek kompetentingų institucijų akirtyje. Remiantis Europos Komisijos tyrimu, pastebima, jog elektroninės komercijos sektoriuje ūkio subjektai susiduria su tam tikromis problemomis, kurios dažnai yra susijusios būtent su konkurencijos teise. Dėl šių priežasčių būtina identifikuoti ir įvertinti konkurencijos teisės taikymo problemas, kylančias vertikaliais susitarimais nustatant platinimo sistemas elektroninėje komercijoje.

Pirmoje dalyje analizuojamos problemos išskirtinio platinimo sistemoje dėl aktyvaus ir pasyvaus platinimo atskyrimo. Analizuojamos konkurencijos taisyklių nuostatos dėl platinimo internetu ir tinklapio kalbos, kurios tam tikrais atvejais gali būti vertinamos per siaurai, analizuojamos tinklapių ypatybės kaip domenai, rinkodaros įrankiai, naujienlaiškiai, nustatomos problemos dėl platinimo nukreiptinumo į tam tikrą teritoriją vertinimo, naudojantis platinimo platformomis, taip pat vertinama, ar pasirinktinio platinimo sistemos teismų praktika tam tikrais atvejais galėtų būti taikoma išskirtinio platinimo atveju.

Antroje dalyje analizuojamos problemos pasirinktinio platinimo sistemoje. Įvertinamos problemos, susijusios su ribojimais platinti internetu, trečiųjų šalių prekyvietėmis, kainų lyginimo įrankiais. Analizės metu atkreipiamas dėmesys į: sparčią nacionalinių institucijų praktiką, nuo kurios atsiliekančios gali būti tolstama nuo Europos Sąjungos konkurencijos teisės harmonizavimo, abejotiną kai kurių esamų konkurencijos taisyklių tinkamumą ateities perspektyvoje, į problemas dėl neaiškios Europos Sąjungos Teisingumo Teismo sprendimų, pavyzdžiui *Coty*, taikymo apimties, kliūtis, su kuriomis susiduria ar gali susidurti ūkio subjektai, tam tikrų sutarčių nuostatų, pavyzdžiui, MFN nuostatų, problematiką.

Trečioje dalyje įvertinama, kaip siekis užtikrinti sąžiningos konkurencijos sąlygas mažoms ir vidutinėms įmonėms, sudarant joms galimybes platinti per įvairias platformas elektroninėje komercijoje, galiausiai gali stiprinti šių platformų administratorių, pavyzdžiui, *Amazon* ar *Google*, rinkos galią, kelti piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi ar horizontalių susitarimų riziką.

Ketvirtoje dalyje įvertinama, kokios problemos gali kilti priėmus Reglamentą 2018/302 konkurencijos taisyklių taikymo kontekste, analizuojamas jų santykis, kaip šie institutai vienas kitą papildoma ir kodėl tam tikrais atvejais ūkio subjektams gali kilti sunkumų dėl jų taikymo.

SUMMARY

Electronic commerce is in the center of attention within the business of undertakings, life of consumers and activities of competent authorities. According to the inquiry of the European Commission, undertakings meet specific challenges within the sector of e-commerce which very often are related to competition law. Due to the latter reasons, it is necessary to identify and assess problems of competition law enforcement which arise within the distribution systems established via vertical agreements.

First part of the thesis includes analyses of the problems arising in separation of active and passive sales in exclusive distribution system. Therefore, competition law provisions regarding internet distribution and language of the website which sometimes might be interpreted too narrow are analysed, features of the websites like domain, marketing tools, newsletters are analysed, also the problems regarding directivity of distribution to specific territory while using various distribution platforms and whether the case law of selective distribution could be sometimes applicable in the case of exclusive distribution.

Second part of the thesis includes analyses of problems arising within the selective distribution system. Problems related to restriction to distribute online, third party marketplaces, price comparison tolls are analysed. Attention is drawn to the fast-developing national case law which, if lagged behind, could further away from harmonization of the European Union competition rules, the questionable relevance of certain current competition law provisions in respect to future conditions of the market, problems of interpretation and enforcement of the case law of the Court of Justice of the European Union, for example, *Coty* decision, which could be met by undertakings, problems regarding certain provisions of contracts, for example, regarding MFN clauses.

Third part of the thesis includes assessment of how the goal to ensure fair competition to small and medium companies by providing them with possibility to distribute via various platforms on e-commerce may increase the market power of the owners of the beforementioned platforms, for example, *Amazon* or *Google*, and thus increase the risk of abuse of dominant position or horizontal agreements.

Fourth part of the thesis includes the assessment of problems that may arise upon the Regulation No. 2018/302 came into force in respect to competition law provisions, the compatibility between these legal spheres, as well as how these two institutes supplement each other and why some problems might be met by undertakings.