



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL ATSISAKYMO DUOTI LEIDIMĄ VYKDYTI KONCENTRACIJĄ *AS PILETILEVI GROUP* ĮSIGIJUS 100 PROC. UŽDAROSIOS AKCINĖS BENDROVĖS „TIKETA“ AKCIJŲ IR ĮGIJUS VIENVALDĘ PASTAROSIOS BENDROVĖS KONTROLĘ

2022 m. birželio 14 d.

Vilnius

Turinys

1.	Koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai ir jų vykdoma ūkinė veikla .....	4
2.	Atitinkamos rinkos apibrėžimas.....	5
2.1.	Prekės rinka.....	5
2.1.1.	Dėl bilietų, kuponų ir daiktų platinimo .....	6
2.1.2.	Dėl bilietų į įvairius renginius platinimo būdų .....	7
2.1.3.	Dėl bilietų į įvairius renginius platinimo atsižvelgiant į renginių pobūdį ir dydį, paslaugos tiekimo pagrindą bei kitas su bilietų platinimu susijusias papildomas paslaugas... 13	
2.1.4.	Dėl bilietų į įvairius renginius platinimo kanalų.....	17
2.1.5.	Išvada dėl prekės rinkos apibrėžimo .....	19
2.2.	Geografinė rinka .....	19
3.	Koncentracijos įvertinimas .....	20
3.1.	Koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų bei jų konkurentų atitinkamos rinkos dalys .....	21
3.1.1.	Dėl vertinamo laikotarpio, atsižvelgiant į COVID-19 pandemijos įtaką.....	22
3.1.2.	Rinkos dalys pagal pardavimų vertę (platinimo pajamas) ir išplatintų bilietų vertę 23	
3.1.3.	Rinkos dalys pagal pardavimų apimtį (išplatintų bilietų skaičių).....	28
3.2.	Koncentracijos dalyvių, kaip konkurentų, artumas.....	30
3.3.	Klientų galimybės pakeisti tiekėją.....	34
3.4.	Konkurentų galimybės padidinti pasiūlą, jei išaugs kaina .....	37
3.5.	Dėl susijungusio ūkio subjekto galimybių trukdyti konkurentų plėtrą.....	38
3.6.	Dėl svarbios konkurencinės jėgos panaikinimo .....	42
3.7.	Dėl kompensacinės pirkėjo įtakos egzistavimo .....	42
3.8.	Įėjimo į rinką kliūtys .....	43

<b>3.8.1.</b>	<b>Naujos įmonės atėjimo tikimybė .....</b>	<b>46</b>
<b>3.9.</b>	<b>Koncentracijos poveikio konkurencijai vertinimo išvados .....</b>	<b>48</b>
<b>4.</b>	<b>Dėl TIKETA galimo išėjimo iš rinkos .....</b>	<b>48</b>
<b>5.</b>	<b>Dėl kitų <i>AS Piletilevi Group</i> Paaiškinimuose išdėstytų teiginių .....</b>	<b>50</b>

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2022 m. birželio 14 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl atsisakymo duoti leidimą vykdyti koncentraciją *AS Piletilevi Group* (kodas Estijos Respublikos įmonių registre 10568581) įsigijus 100 proc. uždarnosios akcinės bendrovės „TIKETA“ (kodas 300037717) (toliau – TIKETA) akcijų ir įgijus vienvaldę pastarosios bendrovės kontrolę.

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) *AS Piletilevi Group* 2021 m. liepos 9 d. įsigijo 100 proc. TIKETA akcijų ir įgijo vienvaldę pastarosios bendrovės kontrolę.

(3) Konkurencijos taryba, turėdama pagrindą įtarti, kad dėl koncentracijos įgyvendinimo buvo sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis arba itin apribota konkurencija, bei vadovaudamasi Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 13 straipsniu, nusprendė taikyti koncentracijos priežiūros procedūrą Konkurencijos tarybos iniciatyva. 2021 m. spalio 25 d. Konkurencijos tarybos nutarimu Nr. 1S-112 (2021) *AS Piletilevi Group* buvo įpareigota pateikti pranešimą apie koncentraciją įsigijus 100 proc. TIKETA akcijų<sup>1</sup>.

(4) *AS Piletilevi Group* 2022 m. vasario 14 d. pateikė pranešimą apie koncentraciją *AS Piletilevi Group* įsigijus 100 proc. TIKETA akcijų ir įgijus vienvaldę pastarosios bendrovės kontrolę (toliau – Pranešimas apie koncentraciją). 2022 m. vasario 18 d. apie gautą Pranešimą apie koncentraciją buvo paskelbta Konkurencijos tarybos interneto svetainėje. Argumentuotų nuomonių dėl galimo koncentracijos poveikio konkurencijai nebuvo gauta. Pranešimo apie koncentraciją nagrinėjimo terminas pratęstas Konkurencijos tarybos 2022 m. kovo 8 d. nutarimu Nr. 1S-28 (2022).

(5) Konkurencijos taryba, nagrinėdama Pranešimą apie koncentraciją, be kita ko, apklausė ir rinko informaciją iš koncentracijos dalyvių konkurentų, renginių organizatorių, renginių vietų, savitarnos platformų, per kurias platinami bilietai į įvairius renginius, valdytojų, dovanų kuponų platintojų, fizinių kasų, per kurias yra platinami (arba galėtų būti platinami) bilietai į įvairius renginius, valdytojų, IT įmonių.

(6) Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatytos aplinkybės ir padarytos išvados buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Susijungimų priežiūros grupės 2022 m. gegužės 26 d. koncentracijos *AS Piletilevi Group* įsigijus 100 proc. TIKETA akcijų ir įgijus vienvaldę pastarosios bendrovės kontrolę nagrinėjimo išvadose<sup>2</sup> (toliau – Koncentracijos nagrinėjimo išvados). Atsižvelgiant į koncentracijos nagrinėjimo metu gautus duomenis, buvo padaryta išvada, kad dėl koncentracijos buvo sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis ir itin apribota konkurencija bilietų į įvairius renginius platinimo Lietuvos Respublikoje rinkoje. Koncentracijos nagrinėjimo išvadose pateiktas vertinimas, kad po koncentracijos susijungęs ūkio subjektas galės renginių organizatoriams padidinti komisinį mokestį ir mokesčius už papildomas paslaugas, pabloginti teikiamų paslaugų kokybę, be to, dėl koncentracijos renginių organizatoriams (klientams) sumažėjo pasirinkimo galimybė. Atsižvelgiant į tai, Koncentracijos nagrinėjimo išvadose pateiktas siūlymas Konkurencijos tarybai atsisakyti duoti leidimą vykdyti koncentraciją *AS Piletilevi Group* įsigijus 100 proc. TIKETA akcijų ir įgijus vienvaldę pastarosios bendrovės kontrolę pagal pateiktą Pranešimą apie koncentraciją ir įpareigoti koncentracijoje dalyvavusius ūkio subjektus ar kontroliuojančius asmenis ne vėliau kaip per 3 mėnesius nuo Konkurencijos tarybos nutarimo įteikimo dienos arba paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje [www.kt.gov.lt](http://www.kt.gov.lt) dienos, atsižvelgiant į tai, kas įvyksta pirmiau, atlikti veiksmus, kad būtų atkurta ankstesnė padėtis, arba pašalinti koncentracijos pasekmes.

(7) 2022 m. gegužės 30 d. Koncentracijos nagrinėjimo išvados bei koncentracijos nagrinėjimo bylos medžiaga<sup>3</sup> buvo išsiųsta Pranešimą apie koncentraciją pateikusiam ūkio subjektui, kuris taip pat buvo informuotas apie galimybę pateikti paaiškinimus raštu bei žodžiu Konkurencijos tarybos posėdyje<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Bylos 1 NK tomas, 1-4 lapai.

<sup>2</sup> Bylos 44 NK tomas, 1-47 lapai, bylos 45 NK tomas, 1-50 lapai.

<sup>3</sup> Išskyrus tarnybinio naudojimo dokumentus ir kitų ūkio subjektų komercines bei profesines paslaptis sudarančią informaciją.

<sup>4</sup> Bylos 45 NK tomas, 1 lapas.

(8) *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. pateikė rašytinius paaiškinimus dėl Koncentracijos nagrinėjimo išvadų<sup>5</sup> (toliau – Paaiškinimai). Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad nesutinka su Koncentracijos nagrinėjimo išvadose apibrėžta koncentracijos veikiamą atitinkama rinka bei koncentracijos vertinimu, kadangi nagrinėjimo metu nebuvo surinkta pakankamai faktinių duomenų, patvirtinančių, kad įgyvendinus koncentraciją susijungęs ūkio subjektas įgijo ar sustiprino dominuojančią padėtį ir buvo itin apribota konkurencija atitinkamoje rinkoje. *AS Piletilevi Group* prašo atmesti Koncentracijos nagrinėjimo išvadose pateiktus siūlymus bei leisti vykdyti koncentraciją pagal pateiktą Pranešimą apie koncentraciją.

(9) Kartu su minėtais Paaiškinimais *AS Piletilevi Group* pateikė ketinamus priimti išipareigojimus, kuriais, *AS Piletilevi Group* teigimu, būtų išspręstos Koncentracijos nagrinėjimo išvadose nurodytos konkurencijos problemos, bei pateikė prašymą pratęsti koncentracijos nagrinėjimo terminą, vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 11 straipsnio 4 dalimi.

(10) Konkurencijos taryboje 2022 m. birželio 6 d. vykusiame išklausymo posėdyje (toliau – Išklausymo posėdis) *AS Piletilevi Group* iš esmės pakartojo Paaiškinimuose išdėstytus argumentus ir prašymus.

(11) *AS Piletilevi Group* nesutikimo su Koncentracijos nagrinėjimo išvadomis argumentus bei jų vertinimą Konkurencijos taryba pateikia tolesnėse atitinkamose šio Nutarimo dalyse.

(12) Konkurencijos taryba 2022 m. birželio 9 d. priėmė nutarimą Nr. 1S-71 (2022) atsisakyti pratęsti koncentracijos nagrinėjimo terminą, kadangi *AS Piletilevi Group* ketinti priimti išipareigojimai nebuvo tinkami ir pakankami siekiant pašalinti koncentracijos nagrinėjimo metu identifikuotas neigiamas pasekmes koncentracijos veikiamai atitinkamai rinkai. Konkurencijos taryba tą pačią dieną informavo *AS Piletilevi Group* apie Konkurencijos tarybos sprendimą atsisakyti pratęsti terminą, taip pat paaiškino, kad *AS Piletilevi Group* gali pateikti kitus ketinamus priimti išipareigojimus, bet ne vėliau kaip 2022 m. birželio 10 d.<sup>6</sup>

(13) *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 10 d. informavo Konkurencijos tarybą, kad per nustatytą terminą kitų ketinamų priimti išipareigojimų nepateiks<sup>7</sup>. Atsižvelgiant į tai, kad Konkurencijos taryba jau įvertino *AS Piletilevi Group* ketintus priimti išipareigojimus Konkurencijos tarybos 2022 m. birželio 9 d. nutarimu Nr. 1S-71 (2022), todėl nesant naujos informacijos šiame Nutarime Konkurencijos taryba dėl ketintų priimti išipareigojimų nesikartoja.

## **1. Koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai ir jų vykdoma ūkinė veikla**

(14) Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 5 dalies 2 punktu, taip pat Pranešimo apie koncentraciją pateikimo ir nagrinėjimo tvarkos, patvirtintos Konkurencijos tarybos 2015 m. rugpjūčio 11 d. nutarimu Nr. 1S-82/2015, 12.1 punktu, Pranešimo apie koncentraciją nagrinėjimo tikslais koncentracijoje dalyvavusiais ūkio subjektais laikomi kontrolę įgijęs ūkio subjektas – *AS Piletilevi Group* – ir ūkio subjektas, kurio kontrolė įgyta, – TIKETA.

(15) Koncentracijos nagrinėjimui aktualia bilietų į įvairius renginius platinimo veikla Lietuvos Respublikoje užsiima su *AS Piletilevi Group* susijęs ūkio subjektas UAB NACIONALINIS BILJETŲ PLATINTOJAS (toliau – NBP), kuris bilietus į įvairius renginius platina [www.bilietai.lt](http://www.bilietai.lt) ir [www.teatrix.lt](http://www.teatrix.lt)<sup>8</sup> interneto svetainėse ir per fizinių kasų tinklą.

(16) TIKETA vykdo bilietų į įvairius renginius platinimo veiklą Lietuvos Respublikoje, o bilietus platina [www.tiketa.lt](http://www.tiketa.lt), [www.teatrai.lt](http://www.teatrai.lt)<sup>9</sup> ir [www.pramogaukit.lt](http://www.pramogaukit.lt)<sup>10</sup> interneto svetainėse ir per fizinių kasų tinklą.

<sup>5</sup> Bylos 46 K tomas, 1-27 lapai.

<sup>6</sup> Bylos 46 K tomas, 28-34 lapai.

<sup>7</sup> Bylos 45 NK tomas, 69 lapas.

<sup>8</sup> Interneto svetainė yra skirta platinti bilietus į teatro ir klasikinės muzikos renginius (po koncentracijos peradresuoja į [www.teatrai.lt](http://www.teatrai.lt)).

<sup>9</sup> Interneto svetainė yra skirta platinti bilietus į teatro ir klasikinės muzikos renginius.

<sup>10</sup> Interneto svetainė skirta platinti bilietus su nuolaida (po koncentracijos peradresuoja į [www.bilietai.lt](http://www.bilietai.lt)).

(17)Toliau koncentracijos nagrinėjimo tikslais analizuojama koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų horizontaliai persidengianti veikla – bilietų į įvairius renginius platinimas Lietuvos Respublikoje. Dėl įgyvendintos koncentracijos kitose atitinkamose rinkose nebuvo sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis arba itin apribota konkurencija, todėl šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais kitos atitinkamos rinkos toliau nebus analizuojamos ir vertinamos.

Konkurencijos taryba k o n s t a t u o j a:

(18)Vadovaudamasi Konkurencijos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 3 punktu, Konkurencijos taryba atsisako duoti leidimą vykdyti koncentraciją, jeigu nustato, kad dėl koncentracijos bus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis arba itin apribota konkurencija atitinkamoje rinkoje.

## 2. Atitinkamos rinkos apibrėžimas

(19)Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 1 dalimi, atitinkama rinka – tai tam tikros prekės rinka tam tikroje geografinėje teritorijoje. Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 3 ir 16 dalimis, prekės rinka suprantama kaip visuma prekių, kurios pirkėjų požiūriu yra tinkamas pakaitalas viena kitai pagal jų savybes, naudojimą ir kainas, o geografinė rinka – kaip teritorija, kurioje visi ūkio subjektai susiduria su iš esmės panašiomis konkurencijos sąlygomis tam tikroje prekės rinkoje ir kuri, atsižvelgiant į tai, gali būti atskiriama lyginant su greta esančiomis teritorijomis. Atsižvelgiant į tai, pirmiausia apibrėžiama prekės, o vėliau – geografinė rinka. Atitinkama rinka yra apibrėžiama vadovaujantis Paaiškinimais dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo, kurie yra patvirtinti Konkurencijos tarybos 2019 m. gruodžio 3 d. nutarimu Nr. 1S-150 (2019) „Dėl Paaiškinimų dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo patvirtinimo“.

(20)Jungtinės Karalystės konkurencijos priežiūros institucijos įmonių susijungimų priežiūros praktikoje buvo išskirta pirminė bilietų į gyvos muzikos koncertus platinimo internetu, įskaitant savitarnos sprendimus, ir telefonu prekės rinka, į kurią nepateko bilietų platinimas per renginio vietų fizines kasas<sup>11</sup>. Vokietijos konkurencijos priežiūros institucijos įmonių susijungimų priežiūros praktikoje buvo nurodyta, kad, renginių organizatorių požiūriu, bilietų platinimas naudojant atitinkamą IT sprendimą, t. y. SAAS (angl. *software as a service*) (toliau – SAAS), ir bilietų platinimas pasitelkiant bilietų platintojus nėra pakeičiami<sup>12</sup>. Taip pat minėta institucija savo praktikoje išskyrė bilietų platinimo renginių organizatoriams prekės rinką smulkiau jos neskaidant atsižvelgiant į renginio pobūdį<sup>13</sup>. Minėtų institucijų praktikoje geografinė rinka buvo apibrėžta kaip nacionalinė<sup>14</sup>.

### 2.1. Prekės rinka

(21)Atsižvelgiant į tai, kad koncentracijos dalyvių veikla persidengia platinant bilietus į įvairius renginius, Konkurencijos taryba vertino:

- (a) ar į prekės rinkos apibrėžimą turėtų būti įtraukiamas kuponų ir (ar) daiktų platinimas;
- (b) ar prekės rinka turėtų būti brėžiama siauriau, atsižvelgiant į:

<sup>11</sup> Be kita ko, toks sprendimas priimtas atsižvelgiant į tai, kad perkant bilietus per fizines kasas buvo mažesni mokesčiai, tačiau vartotojai vis tiek buvo linkę bilietus pirkti kitais kanalais. Jungtinės Karalystės konkurencijos priežiūros institucijos sprendimas 2009 m. gruodžio 22 d., *Ticketmaster/Live Nation*, nuo 5.1 punkto.

<sup>12</sup> Vokietijos konkurencijos priežiūros institucijos 2017 m. lapkričio 23 d. sprendimas Nr. B 6 – 35/17 *CTS EVENTIM AG & Co. KGaA/Medusa Music Group GmbH/Four Artists Booking Agentur GmbH/Four Artists Events GmbH*, nuo 94 pastraipos.

<sup>13</sup> Vokietijos konkurencijos priežiūros institucijos 2017 m. lapkričio 23 d. sprendimas Nr. B 6 – 35/17 *CTS EVENTIM AG & Co. KGaA/Medusa Music Group GmbH/Four Artists Booking Agentur GmbH/Four Artists Events GmbH*, nuo 91 pastraipos.

<sup>14</sup> Jungtinės Karalystės konkurencijos priežiūros institucijos sprendimas 2009 m. gruodžio 22 d., *Ticketmaster/Live Nation*, 5.14 pastraipa. Vokietijos konkurencijos priežiūros institucijos 2017 m. sausio 3 d. sprendimas Nr. B6-53/16 *CTS EVENTIM AG & Co. KGaA / FKP SCORPIO Konzertproduktionen GmbH*, nuo 137 pastraipos.

- (i) bilietų platinimo būdą;
- (ii) renginių pobūdį, dydį, paslaugos teikimo pagrindą, kitas su bilietų platinimu susijusias papildomas paslaugas;
- (iii) bilietų platinimo kanalą.

### 2.1.1. Dėl bilietų, kuponų ir daiktų platinimo

(22) Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė, kad bilietų platinimo platforma savo esme veikia kaip internetinė parduotuvė, kurioje platinami bilietai ir per kurią klientai (renginių organizatoriai) turi galimybę platinti bet kokio pobūdžio bilietus, taip pat daiktus ar kuponus. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas taip pat nurodė, kad bet kurią elektroninę parduotuvę galima naudoti įvairių daiktų, taip pat ir bilietų platinimui, o tam reikia atitinkamų žmogiškųjų išteklių bei investicijų į marketingą, reklamą<sup>15</sup>.

(23) Vertinant aukščiau nurodytus Pranešimą apie koncentraciją pateikusių ūkio subjekto teiginius, pažymėtina, kad bilietas ir kuponas, kaip prekės, skiriasi pagal savo naudojimo tikslą. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė, kad bilietas – dokumentas, suteikiantis jo turėtojui teisę dalyvauti renginyje pagal jame nurodytas sąlygas, tačiau kuponas nėra bilietas, o tik atsiskaitymo priemonė<sup>16</sup>, t. y. juo galima atsiskaityti įsigyjant bilietą į renginį. Kuponas, be kita ko, nesuteikia teisės jo gavėjui pasirinkti renginį, datą, laiką prieš tai kupono neiškeitus į bilietą į renginį, vykstantį konkrečią dieną, konkrečiu laiku, su konkrečia sėdima vieta (jeigu tokia yra).

(24) Keturi iš 45 koncentracijos nagrinėjimo metu atsakymus pateikusių renginių organizatorių 2017–2021 m. laikotarpiu naudojami kuponų platintojų paslaugomis, t. y. viešoji įstaiga „KINO PASAKA“<sup>17</sup> ir Lietuviškos šventės, VšĮ<sup>18</sup> yra naudojęsi Beta Media, UAB, Lietuvos rusų dramos teatras<sup>19</sup> – UAB „Gera dovana“, o Šiaulių dramos teatras – UAB „Dovanų sala“ paslaugomis<sup>20</sup>. Kaip paaiškino viešoji įstaiga „KINO PASAKA“, kuponų platinimo paslauga buvo perkama kaip papildoma priemonė siekiant padidinti išplatintų bilietų kiekį<sup>21</sup>. Pažymėtina, kad nei vienas renginių organizatorius tuo pačiu metu, kai pirkė kuponų platinimo paslaugas, neatsisakė bilietų platinti per bilietų platintoją. Kitaip tariant, minėti renginių organizatoriai bilietų į įvairius renginius platinimo ir kuponų platinimo paslaugų nelaikė tarpusavyje pakeičiamomis.

(25) Pažymėtina, kad nei vienas atsakymą pateikęs renginių organizatorius nenurodė, kad atsisakytų bilietų į įvairius renginius platinimo paslaugų ir pereitų prie kuponų platinimo tuo atveju, jei bilietų į įvairius renginius platinimo paslaugos kaina (t. y. komisinis mokestis) pakiltų 5–10 proc. Pavyzdžiui, viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“, organizuojanti spektaklius, nurodė, kad „*Nepereitume, nes Beta.lt yra nuolaidų ir akcijų portalas, jų pasirinkta veiklos kryptis neatitinka teatro vizijos.*“<sup>22</sup> VšĮ „Juoko kalvė“, organizuojanti humoristinio pobūdžio renginius, paaiškino, kad „*Absoliučiai nedominantis variantas, kuponai yra diskredituotas dalykas, renginio nupiginimas, mes taip NIEKADA nedarysime.*“<sup>23</sup> Panašios pozicijos laikėsi ir UAB „Vabalo filmai“, užsiimanti filmų statymu bei koncertų ir festivalių organizavimu, paaiškinusi, kad „*Ne. Bilietų platinimas per kuponų svetaines kenktų renginių prestižui.*“<sup>24</sup> VšĮ „Metų pramogos“, organizuojanti koncertus, taip pat nemano, kad bilietų platintojų ir kuponų platintojų teikiamos paslaugos yra pakeičiamos, todėl

<sup>15</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 9 dalis (bylos 4 K tomas, 69 lapas, bylos 43 NK tomas, 33 lapas).

<sup>16</sup> AS Piletilevi Group 2022 m. balandžio 8 d. raštas, atsakymas į 8 klausimą (bylos 5 K tomas, 84 lapas, bylos 6 NK tomas, 86 lapas).

<sup>17</sup> Viešoji įstaiga „KINO PASAKA“ 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 4 klausimą (bylos 15 NK tomas, 143 lapas).

<sup>18</sup> Lietuviškos šventės, VšĮ 2022 m. kovo 16 d. raštas, atsakymas į 4 klausimą (bylos 17 NK tomas, 37 lapas).

<sup>19</sup> Lietuvos rusų dramos teatras 2022 m. kovo 22 d. rašto Nr. R2-53, atsakymas į 4 klausimą (bylos 18 NK tomas, 78 lapas).

<sup>20</sup> Šiaulių dramos teatras 2022 m. kovo 17 d. raštas, atsakymas į 3 klausimą (bylos 18 NK tomas, 20 lapas).

<sup>21</sup> Viešoji įstaiga „KINO PASAKA“ 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 5.3 klausimą (bylos 15 NK tomas, 143 lapas).

<sup>22</sup> Viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“ 2022 m. kovo 14 d. raštas, atsakymas į 23 klausimą (bylos 16 NK tomas, 9 lapas).

<sup>23</sup> VšĮ „Juoko kalvė“ 2022 m. kovo 21 d. raštas, atsakymas į 23 klausimą (bylos 18 NK tomas, 118 lapas).

<sup>24</sup> UAB „Vabalo filmai“ 2022 m. kovo 4 d. raštas, atsakymas į 23 klausimą (bylos 15 NK tomas, 110 lapas).

pabrėžė, jog „*Esame griežtai nusistatę prieš kuponų ar bilietų išpardavimų su didelėmis nuolaidomis bilietų platinimo sistemas, tad su jomis nedirbame ir nedirbtume.*“<sup>25</sup>

(26) Konkurencijos tarybos surinkti duomenys rodo, kad kuponus platinantys ūkio subjektai neplanuoja arba negalėtų greitai ir nepatirdami reikšmingų išlaidų pradėti teikti bilietų platinimo paslaugų. Pavyzdžiui, UAB „Beta Media“ nurodė, kad bilietų platinimo paslaugų teikimui reikia specifinių su renginių organizavimu susijusių žinių bei didelių investicijų; reikalingi „*reikšmingi investiciniai kaštai platformai ir marketingui norint pradėti teikti tokią paslaugą ir veiksmingai konkuruoti su šiuo metu rinkoje jau veikiančiais atitinkamų paslaugų teikėjais*“<sup>26</sup>. Tuo tarpu daiktų platinimo per interneto platformas paslaugos taip pat nėra pakeičiamos su bilietų platinimo paslaugomis, kadangi interneto platformose, per kurias platinami įvairūs daiktai, paprastai nėra platinami nei bilietai į renginius, nei kuponai, kuriuos galima būtų iškeisti į bilietus. Nei vienas iš koncentracijos nagrinėjimo metu apklaustų renginių organizatorių 2017–2021 m. laikotarpiu neplatino bilietų per interneto platformas, kurios iš esmės užsiima daiktų platinimu.

(27) Atsižvelgiant į aukščiau nurodytus argumentus dėl paklausos pakeičiamumo, nagrinėjimo metu nustatyta, kad renginių organizatorių požiūriu, bilietų platinimo paslauga nėra pakeičiama kuponų ar daiktų platinimu. Konkurencijos tarybos surinkti duomenys bei paaiškinimai taip pat rodo, kad atitinkamos paslaugos nėra pakeičiamos pasiūlos atžvilgiu, todėl nagrinėjamos koncentracijos tikslais nėra pagrindo į prekės rinką įtraukti kuponų ir (ar) daiktų platinimą.

### 2.1.2. Dėl bilietų į įvairius renginius platinimo būdų

(28) Pranešimą apie koncentraciją pateikusio ūkio subjekto vertinimu, renginių organizatorius, siekdamas išplatinti bilietus į jo organizuojamus renginius, renkasi iš trijų toliau nurodytų alternatyvių bilietų platinimo būdų:

- (a) bilietų platinimas savo turimais pajėgumais (neinvestuojant į tarpininkavimą), kai renginių organizatorius pats atsidaro savo kasą, pardavimus atlieka telefonu arba el. paštu, bilietai rezervuojami ir parduodami pas renginių organizatorių;
- (b) bilietų platinimas pasitelkiant tarpininko suteikiamas priemones, kai renginių organizatoriai nuomoja ar kitais pagrindais naudoja sprendimą (priemonę), kuria platina bilietus, pavyzdžiui, IT priemonės, kurios gali būti integruojamos į renginių organizatoriaus puslapį ir naudojamos bilietams platinti (pavyzdžiui, uždaroji akcinė bendrovė „nSoft“, *Koobin Event S.L.* ir kiti ūkio subjektai teikia programinę įrangą kaip paslaugą, t. y. SAAS). Kaip nurodė Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas, nei NBP, nei TIKETA 2020-2021 m. laikotarpiu neteikė bilietų platinimo, naudojantis tarpinėmis platinimo priemonėmis, paslaugų, nors tiek NBP, tiek TIKETA galėtų teikti tokio pobūdžio paslaugas suteikiant renginių organizatoriui reikalingą programinę įrangą<sup>27</sup>. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas taip pat paaiškino, kad anksčiausiai tokį sprendimą į naują bilietų platinimo platformą planuojama įdiegti 2023 m. II ketvirtį, bet faktiškai gali būti ir vėliau<sup>28</sup>;
- (c) deleguojant platinimo funkcijas tarpininkui, kai renginių organizatorius visas su platinimu susijusias funkcijas perleidžia tretiesiems asmenims, t. y. visą bilietų į įvairius renginius platinimo procesą valdo centralizuotas bilietų platintojas, veikiantis kaip atsiskleidęs tarpininkas, bei platina bilietus internetu ir per fizines kasas, surenka ir paskirsto pinigus, apie bilietų platinimo veiklą teikia informaciją renginių organizatoriui, taip pat teikia reklamos ar kitas paslaugas.

(29) Pranešimą apie koncentraciją pateikusio ūkio subjekto vertinimu, visi trys aukščiau nurodyti bilietų platinimo būdai konkuruoja tarpusavyje, pavyzdžiui, renginių organizatorius gali

<sup>25</sup> VšĮ „Metų pramogos“ 2022 m. kovo 15 d. raštas, atsakymas į 23 klausimą (bylos 16 NK tomas, 45 lapas).

<sup>26</sup> UAB „Beta Media“, 2022 m. balandžio 19 d. atsakymas į 18 klausimą (bylos 31 NK tomas, 133a lapas).

<sup>27</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 9 dalis (bylos 4 K tomas, 71 lapas, bylos 43 NK tomas, 35 lapas).

<sup>28</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. balandžio 8 d. raštas, atsakymas į 10.2 klausimą (bylos 5 K tomas, 84 lapas, bylos 6 NK tomas, 87 lapas).

rinktį ne tik tarp skirtingų bilietų platintojų, bet ir atsisakyti bilietų platintojo paslaugų ir rinktis bilietus platinti pats arba platinti bilietus naudojantis IT sprendimu, taip pat gali kombinuoti įvairius aukščiau paminėtus bilietų platinimo būdus. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė, kad egzistuoja paklausos pakeičiamumas tarp skirtingų bilietų platinimo būdų, tačiau pasiūlos pakeičiamumo nėra. Atitinkamai, Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjekto nuomone, į prekės rinkos apibrėžimą turėtų patekti visi trys aukščiau paminėti bilietų platinimo būdai, tačiau prekės rinka Pranešime apie koncentraciją buvo apibrėžta kaip bilietų platinimo naudojantis tarpinėmis platinimo priemonėmis, t. y. SAAS, bei deleguojant platinimo funkcijas tretiesiems asmenims (tarpininkams) prekės rinka<sup>29</sup>. Atitinkamai, Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjekto vertinimu, galimi du alternatyvūs prekės rinkos apibrėžimai, t. y. bilietų platinimo per centralizuotus agentus (platintojus) prekės rinka ir bilietų platinimo, naudojantis tarpinėmis platinimo priemonėmis, prekės rinka.

(30) Paaiškinimuose Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas savo pozicijos dėl siūlomo prekės rinkos apibrėžimo nekeitė. *AS Piletilevi Group* nesutiko su Koncentracijos nagrinėjimo išvadose padarytu vertinimu, kad SAAS negali būti pakeičiamas su bilietų platintojo paslaugomis. *AS Piletilevi Group* nuomone, Koncentracijos nagrinėjimo išvados buvo padarytos atsižvelgiant į 45 renginių organizatorių atsakymus, kai tokių renginių organizatorių gali būti 1000. Atitinkamai, skirtingi renginių organizatoriai turi skirtingus poreikius, pavyzdžiui, mažesni<sup>30</sup> renginių organizatoriai labiau gali rinktis naudoti alternatyvius bilietų platinimo būdus, pavyzdžiui, SAAS, o didesniems renginių organizatoriams gali reikėti platesnės apimties paslaugų, t. y. bilietų platinimo per fizines kasas, taip pat papildomų paslaugų.

(31) Konkurencijos taryba *AS Piletilevi Group* argumentus dėl tariamo nepakankamo apklaustų renginių organizatorių skaičiaus laiko nepagrįstais. Pažymėtina, kad koncentracijos nagrinėjimo metu buvo apklausti renginių organizatoriai, kurie organizuoja įvairaus pobūdžio (pavyzdžiui, koncertus, festivalius, seminarus ir konferencijas, užsiima teatrine veikla ar sporto renginių organizavimu) bei įvairaus dydžio ir dažnumo renginius (pavyzdžiui, renginius arenose ir mažesnėse renginių vietose (pavyzdžiui, kultūros centruose), atvirose ir uždaroje erdvėje, vieną kartą metuose ir visą sezoną organizuojamus renginius (pavyzdžiui, krepšinio ar futbolo rungtynes)). Taip pat atkreiptinas dėmesys, kad tik kiek daugiau nei pusė iš atsakymus pateikusių renginių organizatorių 2019 m. (priešpandeminiai metai) pateko į didžiausių koncentracijos dalyvių klientų dvidešimtuką, todėl nesutiktina su *AS Piletilevi Group* argumentais, kad koncentracijos nagrinėjimo metu buvo apklausti iš esmės tik didžiausi renginių organizatoriai. Bet kuriuo atveju, siekiant įvertinti apklaustų renginių organizatorių reikšmę visų galimų renginių organizatorių kontekste, pažymėtina, kad pagal 2019 m. (priešpandeminiai metai) išplatintų bilietų vertę, 24 atsakymus pateikusių renginių organizatorių bendra išplatintų bilietų vertė sudaro kiek daugiau nei 40 proc. nuo 2019 m. koncentracijos dalyvių ir jų konkurentų, t. y. „Kakava LT“ (toliau – Kakava), UAB „Ticket Market“ (toliau – Ticket Market), UAB „Paysera LT“ (toliau – Paysera) ir UAB „Eventon“ (toliau – Eventon), bendros išplatintų bilietų vertės<sup>31</sup>. Todėl, tuo atveju, jeigu būtų pridėti likusių renginių organizatorių (t. y. 21) išplatintų bilietų vertė 2019 m., koncentracijos nagrinėjimo metu apklaustų renginių organizatorių reikšmė dar labiau išaugtų. Atitinkamai, nors *AS Piletilevi Group* nepagrindė jos nurodyto 1000 renginių organizatorių skaičiaus, tačiau darytina išvada, kad koncentracijos nagrinėjimo metu gauti renginių organizatorių atsakymai atspindi reikšmingos renginių organizatorių dalies nuomonę, net jei koncentracijos nagrinėjimo metu nebuvo apklausti visi renginių organizatoriai. Atsižvelgiant į tai, koncentracijos nagrinėjimo metu apklaustų renginių organizatorių

<sup>29</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. balandžio 8 d. raštas, atsakymas į 11 klausimą (bylos 5 K tomas, 85 lapas, bylos 6 NK tomas, 89 lapas).

<sup>30</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 2, 4-5 psl. (bylos 46 K tomas, 4, 6-7 lapai).

<sup>31</sup> Koncentracijos dalyvių didžiausių klientų išplatintų bilietų vertės 2019 m. yra nurodytos Pranešime apie koncentraciją, 81-83 psl., taip pat buvo įtraukti Kakava (2022 m. balandžio 7 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 9) (bylos 25 K tomas, 154 lapas)) ir Ticket Market (2022 m. kovo 31 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 9) (bylos 27 K tomas, 35 lapas)) pateikti duomenys apie jų didžiausių 2019 m. klientų pagal išplatintų bilietų vertę duomenys.



pateikta informacija yra tinkamas šaltinis siekiant įvertinti skirtingų bilietų platinimo būdų paklausos pakeičiamumą.

(32)Koncentracijos nagrinėjimo metu beveik 90 proc. atsakymą pateikusių renginių organizatorių nurodė, kad 2017–2021 m. laikotarpiu bilietus į savo renginius platino tik per bilietų platintoją, t. y. NBP, TIKETA, Kakava arba Ticket Market. Atsižvelgiant į šiuos koncentracijos nagrinėjimo metu surinktus duomenis, darytina išvada, kad reikšmingai daliai renginių organizatorių, nepriklausomai nuo organizuojamų renginių pobūdžio, renginių organizatoriaus dydžio, bilietų platinimas per bilietų platintoją yra iš esmės svarbiausias bilietų platinimo būdas.

(33)Vertinant *AS Piletilevi Group* aukščiau pateiktus argumentus, kad būtent mažesniems renginių organizatoriams SAAS galėtų būti tinkama alternatyva, pažymėtina, kad *AS Piletilevi Group* koncentracijos nagrinėjimo metu nenurodė, pagal kokius kriterijus ji apibrėžia, kas yra laikytinas mažesnis ir kodėl mažesnių renginių organizatorių poreikiai platinant bilietus į jų renginius būtų tokie skirtingi, kad jiems bilietų platinimas SAAS būtų tinkama alternatyva bilietų platintojo paslaugoms. Be to, Pranešime apie koncentraciją *AS Piletilevi Group* nurodė, kad koncentracijos nagrinėjimo tikslais nėra tikslinga prekės rinką brėžti siauriau, pavyzdžiui, atsižvelgiant į renginio organizatoriaus dydį. Tačiau Paaiškinimuose išdėstyta *AS Piletilevi Group* pozicija suponuoja, kad nėra paklausos pakeičiamumo tarp mažesnių ir didesnių organizatorių perkamų bilietų platinimo paslaugų. Pavyzdžiui, Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad „*Grupė formuoja pagal didžiuosius renginių organizatorius, kuriems iš tikrųjų svarbi visa paslaugų apimtis (ir papildomos paslaugos, ir fizinių kasų tinklas)*.“<sup>32</sup> Todėl, jeigu *AS Piletilevi Group* teigia, kad didžiųjų ir mažųjų organizatorių atveju paklausos pakeičiamumas iš esmės skiriasi, prekės rinką turėtų būti brėžiama atsižvelgiant į renginio organizatoriaus dydį ir tokiu atveju koncentracijos dalyvių bendra rinkos dalis didžiųjų organizatorių rinkoje būtų dar didesnė nei nurodyta Nutarimo 3.1.2 ir 3.1.3 dalyse. Atitinkamai, koncentracijos poveikio vertinimui galimas prekės rinkos siaurinimas atsižvelgiant į renginio organizatoriaus dydį neturėtų įtakos, nes vertinimas nesikeistų.

(34)Vadovaujantis koncentracijos nagrinėjimo metu apklaustų renginių organizatorių duomenimis, 2017-2021 m. tik du renginių organizatoriai naudojosi išimtinai SAAS, t. y. pirko IT sprendimą ir platino bilietus savo svetainėje, o dar du – naudojosi arba SAAS, arba platino bilietus per bilietų platintojus. Taigi, apklausus reikšmingą dalį renginių organizatorių, tik keturiems renginių organizatoriams SAAS buvo tinkamas bilietų platinimo būdas.

(35)Multikino Lietuva UAB ir Lietuvos nacionalinis operos ir baleto teatras bilietų platinimui naudojo tik SAAS. Multikino Lietuva UAB savo pasirinkimą paaiškino, atsižvelgiant į savo veiklos specifiką: „*Mūsų veikla ir pobūdis yra visiškai kitoks, ir mums nėra reikalingos šių įmonių paslaugos, jos nebus reikalingos ir ateityje. Multikino Lietuva organizuoja kino filmų demonstravimą kiekvieną dieną, kurį vadiname repertuarine kino rodymo veikla. per vieną darbo dieną rengiame 30-40 kino seansų. Šiai veiklai vykdyti yra keliami visai kitokie techniniai reikalavimai, nei renginiams, vykstantiems arenose ar kultūros centruose, kurie dažniausiai vyksta nereguliariai, ir tik kartą per dieną.*“<sup>33</sup> Lietuvos nacionalinis operos ir baleto teatras nurodė, kad bilietų platinimą vykdo savarankiškai nuo 1974 m., t. y. nėra naudojėsis bilietų platintojų paslaugomis<sup>34</sup>.

(36)Lietuvos nacionalinė filharmonija nurodė, kad iki 2017 m. gruodžio 31 d. bilietų platinimo paslaugas pirko iš NBP, o nuo 2020 m. rugpjūčio 20 d. – iš Kakava, o laikotarpiu tarp NBP ir Kakava bilietų platinimo paslaugų pirkimo bilietus platino per savo elektroninę bilietų platinimo sistemą<sup>35</sup>. Tuo tarpu dar vienas renginių organizatorius – viešoji įstaiga „Kino pasaka“ – iki 2018 m. pirko bilietų platinimo paslaugas iš TIKETA, o vėliau bilietus pradėjo platinti naudojant SAAS<sup>36</sup>. VŠĮ „Kino pasaka“ nurodė, kad „*Atsiradus galimybei turėti savo bilietų platinimo sistemą, naudojantis*

<sup>32</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 2 psl. (bylos 46 K tomas, 4 lapas).

<sup>33</sup> Multikino Lietuva UAB kovo 16 d. raštas (bylos 16 NK tomas, 101 lapas).

<sup>34</sup> Lietuvos nacionalinio operos ir baleto teatro 2022 m. kovo 25 d. raštas Nr. S2-60, atsakymas į 2 klausimą (bylos 19 NK tomas, 6 lapas).

<sup>35</sup> Lietuvos nacionalinės filharmonijos 2022 m. kovo 16 d. raštas, atsakymas į 2 klausimą (bylos 16 NK tomas, 104 lapas).

<sup>36</sup> Viešoji įstaiga „KINO PASAKA“ 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 5 klausimą (bylos 15 NK tomas, 143 lapas).

išorės IT sprendimu, buvo įvertinti techniniai ir finansiniai pokyčio privalumai. Išorės IT sprendimu veikianti sistema leidžia savarankiškai sukelti filmus į sistemą ir turėti fiksuotą, o ne prie apyvartos pririštą mokestį, tai mūsų įmonei pasirodė naudingiau. Taip pat dirbant su išorės partneriu, nebuvo ryšio su vartotoju, trūko analitinės informacijos apie klientus, apie jų vartojimo įpročius, auditorijas. Savarankiškumo, lankstumo, analitinių duomenų trūkumas ir prie apyvartos pririšta kainodara buvo pagrindiniai veiksniai, dėl kurių atsisakyta bendradarbiavimo su „Tiketa“.<sup>37</sup> Taigi, kaip matyti iš pateikto paaiškinimo, viešosios įstaigos „Kino pasaka“ sprendimas pasirinkti SAAS buvo priimtas, be kita ko, atsižvelgiant į veiklos pobūdį, galimus finansinius kaštus siekiant įsirengti tokią sistemą bei siekį turėti glaudesnę ryšį su klientu. Viešoji įstaiga „Kino pasaka“, pasirinkusi SAAS, toliau bilietų į savo renginius neplatino per bilietų platintoją, kadangi bilietų platintojų teikiama paslauga neatitinka šio renginių organizatoriaus poreikių.

(37) Tik vienas renginių organizatorius, t. y. VšĮ „Žalgirio krepšinio centras“, iš 45 koncentracijos nagrinėjimo metu atsakymą pateikusių renginių organizatorių nurodė, kad 2017–2021 m. laikotarpiu bilietus į tuos pačius renginius platino naudojantis įvairiais bilietų platinimo būdais. Minėtu laikotarpiu VšĮ „Žalgirio krepšinio centras“ elektroniniu būdu bilietus platino naudojantis *Koobin Event S.L.* suteiktu IT sprendimu, kai tuo tarpu bilietų į tuos pačius renginius platinimui fizinėse kasose naudojo NBP bei dar kelių ūkio subjektų paslaugas, t. y. „Žalgirio“ arenoje esančioje fizinėje kasoje bilietus į renginius platino UAB „Kauno arena“, 2015–2018 m. laikotarpiu fizinėse „Žalgiris Shop“ parduotuvių kasose bilietus į renginius platino UAB „Delegatai“, UAB „Kautra“ platino fizinėse UAB „Kautra“ kasose kartu parduodant „Žalgirio Ekspreso“ autobuso bilietų rinkinius<sup>38</sup>. Pažymėtina, kad VšĮ „Žalgirio krepšinio centras“ pavyzdys rodo, jog šiam subjektui *Koobin Event S.L.* suteiktas IT sprendimas nėra alternatyva bilietų platintojų paslaugoms, o atitinkamos paslaugos papildoma viena kitą.

(38) Kartu su Paaiškinimais *AS Piletilevi Group* pateikė keletą viešųjų pirkimų dokumentų, kurie, *AS Piletilevi Group* teigimu, įrodo, kad bilietų platintojų teikiamos paslaugos ir SAAS yra tinkamos alternatyvos, renginių organizatorių požiūriu. Konkrečiai, *AS Piletilevi Group* pateikė (i) uždarnosios akcinės bendrovės „nSoft“ (toliau – UAB „nSoft“) pasiūlymą dėl bilietų programos aptarnavimo paslaugų pirkimo konkurse, organizuotame Nacionalinio muziejaus (LDK Valdovų rūmai), (ii) Lietuvos nacionalinio dailės muziejaus bilietų, kitų prekių bei paslaugų pardavimo ir administravimo sistemos įdiegimo, palaikymo pirkimo dokumentus, (iii) UAB „nSoft“ paslaugų teikimo sutartį su Lietuvos jūrų muziejumi, pagal kurią UAB „nSoft“ įsipareigoja teikti sistemos (bilietų pardavimo modulio, kasos modulio, bilietų savitarnos terminalo ir kt.) programavimo ir vystymo paslaugas, (iv) UAB „nSoft“ sutartį su Lietuvos nacionaliniu dailės muziejumi dėl viešojo bilietų, kitų prekių bei paslaugų pardavimo ir administravimo sistemos diegimo ir palaikymo<sup>39</sup>. Vertinant *AS Piletilevi Group* pateiktus dokumentus, pažymėtina, kad koncentracijos nagrinėjimo metu nebuvo nustatyta, kad renginių organizatoriai išvis neperka SAAS. Kaip nurodyta aukščiau, koncentracijos nagrinėjimo metu buvo nustatyti keli atvejai, kai renginių organizatoriai nusprendė pasirinkti SAAS, kaip bilietų platinimo būdą, tačiau tokių renginių organizatorių skaičius nebuvo reikšmingas. Taip pat pažymėtina, kad visi koncentracijos dalyvių pateikti pavyzdžiai yra susiję su specifine bilietų kategorija – bilietais į muziejus. Kaip matyti iš aukščiau pateiktų viešosios įstaigos „Kino pasaka“ ir Multikino Lietuva UAB pavyzdžių, poreikis pirkti SAAS buvo susijęs su specifiniais renginių organizatorių poreikiais, todėl *AS Piletilevi Group* nurodytų pirkėjų galimas paklausos pakeičiamumas nėra pakankamas praplėsti prekės rinką ir vertinti koncentracijos dalyvių patiriamą konkurencinį spaudimą. Atitinkamai, *AS Piletilevi Group* pateikti dokumentai apie keturis viešuosius pirkimus dėl SAAS pirkimo nepagrindžia bilietų platintojų paslaugų ir SAAS pakeičiamumo renginių organizatorių požiūriu.

<sup>37</sup> Viešoji įstaiga „KINO PASAKA“ 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 5.4 klausimą (bylos 15 NK tomas, 143 lapas).

<sup>38</sup> VšĮ „Žalgirio krepšinio centras“ 2022 m. kovo 16 d. raštas Nr. S22-19, atsakymai į 4 ir 5 klausimus (bylos 17 NK tomas, 66-68 lapai).

<sup>39</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, Priedas Nr. 1 (bylos 46 K tomas, 27 lapas).

(39) Pažymėtina, kad didžioji dalis atsakymą pateikusių renginių organizatorių nurodė, kad bilietų į įvairius renginius platinimo paslaugos kainai (t. y. komisiniam mokesčiui) pakilus 5–10 proc., jie nepereitų prie bilietų platinimo savo jėgomis (pavyzdžiui, telefonu ar per savo svetainę) arba bilietų platinimo naudojant SAAS. Koncentracijos nagrinėjimo metu apklaustas UAB „nSoft“ nurodė, kad bilietų platinimo kaina turėtų kilti dramatiškai, pavyzdžiui, 2–3 kartus, kad renginių organizatorius nuspręstų pasirinkti SAAS<sup>40</sup>. Renginių organizatoriai alternatyvių bilietų platinimo būdų nesirinkimą argumentavo, pavyzdžiui, investicijų poreikiu, žmoniškųjų išteklių trūkumu ar tuo, kad gali kilti problemų organizuojant renginius tose renginių vietose, kurios turi išimtinis susitarimus su atitinkamais bilietų platintojais. Pavyzdžiui, viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“, organizuojanti spektaklius, nurodė, kad „5-10% paslaugų kainos pakilimas nėra didelis. Sprendimą susikurti savo bilietų platinimo sistemą labiau skatintų stipriai padidėjęs renginių kiekis ir naujojo IT sprendimo aptarnavimo kaštų dydis lyginant su esamais.“<sup>41</sup> Uždaroji akcinė bendrovė „BLIKAS“, organizuojanti fejerverkų festivalį kartą per metus, paaiškino, kad „tik teoriniu atveju, svarstytume pakeisti bilietų platintoją. Patys neorganizuotume bilietų platinimo, kadangi mūsų pagrindinė veiklos sritis profesionalių pirotechnikos paslaugų atlikimas, o renginio organizavimas, tai tik papildoma veiklos sritis. Neplanuojame organizuoti bilietų platinimo remiantis tik savo įmonės vidiniais resursais. Kadangi įmonė UAB „Blikas“ per metus organizuoja tik vieną renginį, t.y. kiekvienais metais vykstantį fejerverkų festivalį, todėl UAB „Blikas“ nesvarstytų pereiti prie bilietų platinimo mūsų svetainėje per trečiųjų asmenų įdiegtus bilietų platinimo IT sprendimus. Patirtos išlaidos ir pinigine išraiška investicija į bilietų platinimo sistemos sukūrimą, įmonei UAB „Blikas“ organizuojant tik vieną renginį per metus, nebūtų ekonominiu požiūriu pagrįstas sprendimas.“<sup>42</sup> Tuo tarpu UAB „Medusa concert“, organizuojanti koncertus, nurodė, kad „Greičiausiai ieškotume alternatyvų. Bet kaip ir minėta aukščiau tai nėra taip paprasta tose arenose kurios turi išskirtinius susitarimus su vienu bilietų platintoju.“<sup>43</sup> KK STATYBA, VšĮ, organizuojanti sporto renginius, nurodė, jog „Tokio scenarijaus galėtume tikėtis nebent atsisakius galimybės renginius organizuoti ASG [Konkurencijos tarybos pastaba: turima omenyje Avia Solutions Group arena] arenoje.“<sup>44</sup>

(40) Atkreiptinas dėmesys, kad, nors koncentracijos nagrinėjimo metu apklausti renginių organizatoriai nurodydavo tik NBP, TIKETA, Kakava ir Ticket Market, iš kurių 2017–2021 m. laikotarpiu pirkė bilietų platinimo paslaugas, tačiau, sprendžiant iš pateiktų atsakymų, renginių organizatoriai tam tikriems renginiams naudoja ir savitarnos sprendimus, kai bilietai yra platinami paties renginių organizatoriaus per savitarnos platformą (pavyzdžiui, Paysera)<sup>45</sup>. Koncentracijos nagrinėjimo metu Paysera paaiškino<sup>46</sup>, kad naudojat savitarnos platformą pats renginių organizatorius platina bilietus, o pirkėjai įsigyja bilietus iš renginių organizatorių, tačiau per savitarnos sistemą nėra teikiamos platinimo ar pardavimo paslaugos. Taigi, darytina išvada, kad negalima atmesti, jog kai kuriems renginių organizatoriams ar renginiams savitarnos platformos galėtų būti alternatyva bilietų platintojų teikiamoms paslaugoms.

(41) Paaiškinimuose AS Piletilevi Group nurodė, kad Paysera rinkos dalis pagal išplatintų bilietų apyvartą ir bilietų skaičių išaugo.<sup>47</sup> AS Piletilevi Group vertinimu, reikšmingai daliai renginių organizatorių bilietų platintojų teikiamos visos apimties paslaugos, pavyzdžiui, bilietų platinimas per fizines kasas, bilietų platinimas su sėdimų vietų pasirinkimo galimybe, nėra aktualus. Atitinkamai,

<sup>40</sup> UAB „nSoft“ 2022 m. gegužės 3 d. raštas, atsakymas į 6 klausimą (bylos 29 K tomas, 84 lapas, bylos 31 NK tomas, 101 lapas).

<sup>41</sup> Viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“ 2022 m. kovo 14 d. raštas, atsakymas į 21 klausimą (bylos 16 NK tomas, 9 lapas).

<sup>42</sup> Uždaroji akcinė bendrovė „Blikas“ 2022 m. kovo 27 d. raštas, atsakymas į 21 klausimą (bylos 20 NK tomas, 7 lapas).

<sup>43</sup> UAB „Medusa concert“ 2022 m. kovo 24 d. raštas, atsakymas į 21 klausimą (bylos 19 NK tomas, 92 lapas).

<sup>44</sup> KK STATYBA, VšĮ 2022 m. kovo 17 d. raštas Nr. KKS0317, atsakymas į 21 klausimą (bylos 17 NK tomas, 147 lapas).

<sup>45</sup> Paysera nurodė VšĮ „Metų pramogos“ (bylos 16 NK tomas, 42 lapas) bei UAB „Tamsta“ (bylos 33 NK tomas, 16-17 lapai).

<sup>46</sup> Paysera 2022 m. balandžio 11 d. raštas Nr. 1356/2022, (bylos 9 NK tomas, 39 lapas).

<sup>47</sup> Tikėtina, kad turimas omenyje pandemijos laikotarpis, nors aiškiai Paaiškinimuose tai nėra nurodyta. Tokia išvada daroma atsižvelgiant į tai, kad tik pandemijos laikotarpiu (2020 m. ir 2021 m.) Paysera didino išplatintų bilietų vertę ir bilietų skaičių, todėl jos rinkos dalis koncentracijos veikiamoje rinkoje vertinant pagal šiuos abu kriterijus buvo išaugusi.

AS Piletilevi Group daro išvadą, kad SAAS būtų tinkama alternatyva platinant bilietus, nes daliai renginių organizatorių nereikia visos apimties paslaugų<sup>48</sup>.

(42) Vertinant šiuos AS Piletilevi Group teiginius, pažymėtina, kad, kaip buvo nustatyta koncentracijos nagrinėjimo metu, iki pandemijos koncentracijos dalyvių pagrindinės renginių kategorijos buvo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pandemijos laikotarpiu į šių dviejų kategorijų renginius buvo išplatinta ženkliai mažiau bilietų, todėl jų rinkos dalis pagal išplatintų bilietų skaičių ir išplatintų bilietų vertę pandemijos laikotarpiu sumažėjo. Tuo tarpu Paysera daugiausiai platino bilietus į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bei į [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>49</sup> renginių kategorijas, o pandemijos laikotarpiu išplatintų bilietų vertė šiose kategorijose dar išaugo. Atkreiptinas dėmesys, kad Paysera 2021 m. pardavė labai panašų bilietų skaičių [KOMERCINĖ PASLAPTIS], kaip ir 2019 m. [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Paysera pardavimo pajamos padidėjo ganėtinai nereikšmingai, t. y. nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur 2019 m. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur 2021 m., o užimama rinkos dalis vertinant pagal minėtą kriterijų pakilo tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] procentiniais punktais (žr. Nutarimo 3.1.2 dalį, Lentelė Nr. 1 ir Nr. 2). Tačiau koncentracijos dalyvių išplatintų bilietų vertė į dvi minėtas renginių kategorijas prieš pandemiją buvo ne tokios reikšmingos ir, nors pandemijos metu šios kategorijos kiek paaugo, vertinant pagal pardavimų vertę jos nuo Payseros pardavimų šiose kategorijose skyrėsi kartais (žr. Nutarimo 3.1.2 dalį). Atsižvelgiant į koncentracijos nagrinėjimo metu nustatytas aplinkybes, nėra pagrindo daryti išvados, kad reikšmingai daliai renginių organizatorių SAAS būtų tinkama alternatyva bilietų platintojo paslaugoms vien atsižvelgiant į tai, kad daliai renginių organizatorių savitarnos sprendimas gali būti tinkama alternatyva.

(43) Paaiškinimuose AS Piletilevi Group nurodė, kad, renginių organizatorių požiūriu, tiek savitarnos sprendimai, tiek SAAS iš renginių organizatorių reikalauja daugiau administravimo ir žmogiškųjų išteklių lyginant su bilietų platinimu per bilietų platintoją, tačiau tik savitarnos sprendimai buvo įtraukti į prekės rinką<sup>50</sup>.

(44) Vertinant aukščiau minėtus AS Piletilevi Group teiginius, koncentracijos nagrinėjimo metu apklausus renginių organizatorius (žr. Nutarimo (39) pastraipą) ir SAAS kuriančius ūkio subjektus, darytina išvada, kad SAAS iš renginių organizatorių reikalauja daugiau finansinių ir žmogiškųjų išteklių lyginant su bilietų platinimu per bilietų platintoją ar savitarnos sprendimo naudojimu. IT įmonės nurodė, kad paprastai renginių organizatoriams taikomi mokesčiai už sistemos kūrimą, modifikavimą, informacijos perkėlimą, diegimą, licencijas, priežiūrą, be to, priklausomai nuo renginio organizatoriaus poreikių gali būti imami kiti mokesčiai<sup>51</sup>, tačiau tokio pobūdžio išlaidos nėra patiriamos naudojantis bilietų platintojų ar savitarnos platformų paslaugomis. Tuo tarpu platinant bilietus per bilietų platintoją visas bilietų platinimo procesas atliekamas bilietų platintojo, o naudojant savitarnos platformą būtent renginių organizatorius platina bilietus ir talpina informaciją apie renginį. Taigi, įvertinus pateiktą informaciją, nėra pagrindo įtraukti SAAS į prekės rinkos apibrėžimą.

(45) Apibendrinant, renginių organizatoriai bilietų platinimo savo jėgomis (pavyzdžiui, per jų pačių svetainę, naudojant bilietų platinimo IT sprendimą, sukurtą jų pačių ar trečiųjų asmenų, parduodant bilietus telefonu ir pan.) bei bilietų platintojų teikiamų paslaugų nevertina kaip tinkamą alternatyvą. Atitinkamai, šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais bilietų platinimas savo jėgomis ar naudojant IT sprendimą nepriskirtinas tai pačiai prekės rinkai kaip bilietų platintojų teikiamos bilietų į įvairius renginius platinimo paslaugos. Atsižvelgiant į tai, kad, kaip minėta, nei NBP, nei TIKETA 2020–2021 m. laikotarpiu neteikė bilietų platinimo naudojant SAAS, o tokias paslaugas planuojama pasiūlyti 2023 m. II ketvirtyje arba vėliau<sup>52</sup>, toliau šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais

<sup>48</sup> AS Piletilevi Group 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 2 psl. (bylos 46 K tomas, 4 lapas).

<sup>49</sup> Šiai kategorijai Paysera priskyrė [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>50</sup> AS Piletilevi Group 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 5 psl. (bylos 46 K tomas, 4 lapas).

<sup>51</sup> UAB „Lexita“ 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymas į 5 klausimą (bylos 29 K tomas, 67 lapas, bylos 31 NK tomas, 81 lapas).

<sup>52</sup> AS Piletilevi Group 2022 m. balandžio 8 d. raštas, atsakymas į 10.2 klausimą (bylos 5 K tomas, 84 lapas, bylos 6 NK tomas, 87 lapas).

analizuojamos tik bilietų į įvairius renginius platinimo per bilietų platintojus bei savitarnos sprendimus paslaugas.

### **2.1.3. Dėl bilietų į įvairius renginius platinimo atsižvelgiant į renginių pobūdį ir dydį, paslaugos tiekimo pagrindą bei kitas su bilietų platinimu susijusias papildomas paslaugas**

(46) Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjekto vertinimu, prekės rinka neturėtų būti brėžiama siauriau atsižvelgiant į renginio pobūdį, kadangi bilietų platintojai platina bilietus į renginius neatsižvelgiant į renginio kategoriją (pavyzdžiui, koncertai, muzikos festivaliai, konferencijos, seminarai ir parodos, teatras, sporto renginiai, kinas, muziejai, kiti renginiai (cirkas)), o atitinkama specializacija galėtų būti nebent tarp pačių renginių organizatorių, bet ne tarp bilietų platintojų. Kaip nurodė Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas, vertinant pasiūlos pakeičiamumo požiūriu, renginių organizatoriams yra teikiamos tos pačios bilietų platinimo paslaugos, tačiau skirtingomis apimtimis<sup>53</sup>.

(47) Vertinant bilietų į įvairius renginius platinimą, atsižvelgiant į renginio kategoriją, pavyzdžiui, koncertas, festivalis, spektaklis, sporto ar kitas renginys, koncentracijos nagrinėjimo metu apklausti renginių organizatoriai, kurie organizuoja skirtingus pagal savo pobūdį renginius, nurodė, kad bilietų platinimo paslauga skirtingo pobūdžio renginiams nesiskiria. Pavyzdžiui, viešoji įstaiga „KINO PASAKA“, vykdanči kino teatro veiklą bei organizuojanti kino festivalius, nurodė, kad bilietų platintojo teikiamos paslaugos nesiskiria, o organizuojant kino festivalius reikia taikyti daugiau rinkodaros priemonių<sup>54</sup>. UAB „Aštuntas elementas“ ir 8 Days A Week Agency, UAB, organizuojančios koncertus, spektaklius ir parodas, nurodė, kad perkamos paslaugos bei taikomas komisinis mokestis nesiskiria<sup>55</sup>. VšĮ „Muzikos dienos“, organizuojanti koncertus, miuziklus, spektaklius, paaiškino, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>56</sup>. Tuo tarpu Lietuviškos šventės, VšĮ, organizuojanti muzikinius, teatro bei festivalio renginius, nurodė, kad perkamos iš bilietų platintojų paslaugos priklauso nuo renginio dydžio, reklamos kiekio bei renginio erdvės, tačiau pati bilietų platinimo paslauga nesiskiria<sup>57</sup>. Minėtai nuomonei iš esmės pritarė klubinių, teatrinių, koncertinių renginių organizatorius UAB „Fors event“, papildomai nurodęs, kad perkamos paslaugos nesiskiria, nebent renginio vieta turi savo bilietų platintoją, tačiau bilietų platintojų teikiama paslauga nesiskiria<sup>58</sup>.

(48) Pagal išplatintų bilietų kiekį NBP tiek 2019 m. (priešpandeminiais metais), tiek 2021 m.<sup>59</sup> (pandemijos metai) išplatino beveik [50-60] proc. bilietų į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] vertinant nuo visų atitinkamais metais NBP išplatintų bilietų<sup>60</sup>. [KOMERCINĖ PASLAPTIS] buvo antra didžiausia renginių, į kuriuos išplatino bilietus NBP, kategorija (2019 m. NBP išplatino beveik [20-30] proc., o 2021 m. – apie [10-20] proc. nuo visų NBP išplatintų bilietų, kadangi į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginius 2021 m. buvo išplatinta daugiau nei į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginius ir sudarė apie [20-30] proc.). Vertinant TIKETA išplatintų bilietų kiekį, 2019 m. daugiausiai buvo išplatinta į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginius, t. y. apie [40-50] proc., o 2021 m. – [40-50] proc., tuo tarpu į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] 2019 m. ir 2021 m. buvo išplatinta [20-30] proc. ir [20-30] proc. atitinkamai<sup>61</sup>. Palyginimui, Kakava nurodė, kad pagal išplatintų bilietų kiekį 2019 m. daugiausiai bilietų išplatino į [KOMERCINĖ PASLAPTIS], t. y. apie [30-40] proc., o 2021 m. – apie [50-60] proc., kai tuo tarpu į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginius 2019 m. ir 2021 m. išplatino

<sup>53</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 11 dalis (bylos 4 K tomas, 73 lapas, bylos 43 NK tomas, 37 lapas).

<sup>54</sup> Viešoji įstaiga „KINO PASAKA“ 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 12.2 klausimą (bylos 15 NK tomas, 145 lapas).

<sup>55</sup> UAB „Aštuntas elementas“ ir 8 Days A Week Agency, UAB 2022 m. balandžio 23 d. raštas, atsakymas į 12.2 klausimą (bylos 20 NK tomas, 141 lapas).

<sup>56</sup> VšĮ „Muzikos dienos“ 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 12.2 klausimą (bylos 23 K tomas, 5 lapas).

<sup>57</sup> Lietuviškos šventės, VšĮ 2022 m. kovo 16 d. raštas, atsakymai į 12.2 ir 12.3 klausimus (bylos 17 NK tomas, 41 lapas).

<sup>58</sup> UAB „Fors event“ 2022 m. balandžio 11 d. raštas, atsakymas į 12.2 klausimą (bylos 20 NK tomas, 46 lapas).

<sup>59</sup> Lyginimas atliekamas su 2021 m. atsižvelgiant į tai, kad Eventon veiklą pradėjo 2020 m.

<sup>60</sup> AS Piletilevi Group 2022 m. balandžio 28 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 7 K tomas, 73 lapas).

<sup>61</sup> AS Piletilevi Group 2022 m. balandžio 28 d. raštas, Priedas Nr. 2 (lentelė Nr. 1) (bylos 7 K tomas, 86 lapas).

apie [30-40] proc. ir apie [30-40] proc. atitinkamai<sup>62</sup>. Ticket Market nurodė, kad bilietus platina į visus renginius, nepriklausomai nuo renginio kategorijos, tačiau detalesnių duomenų pagal atskiras renginių kategorijas pateikti negalėjo<sup>63</sup>. Tuo tarpu per Paysera savitarnos platformą 2019 m. ir 2021 m. daugiausiai buvo išplatinta bilietų į [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>64</sup> kategorijos renginius – atitinkamai [40-50] proc. ir [40-50] proc. bilietų, o antra populiariausia renginių kategorija buvo [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>65</sup> – atitinkamai [30-40] proc. ir [20-30] proc. bilietų<sup>66</sup>. Eventon, taip pat valdanti savitarnos platformą, 2020 m. ir 2021 m. bilietus platino [KOMERCINĖ PASLAPTIS], nors, Eventon teigimu, per jos valdomą savitarnos platformą bilietai gali būti platinami beveik į visus renginius, nepriklausomai nuo renginio pobūdžio, išskyrus į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bei kitus renginius, kuriuose yra poreikis vietų suskirstymui<sup>67</sup>. Atsižvelgiant į pateiktus duomenis apie bilietų platintojų ir per savitarnos platformas išplatintus bilietų kiekius, priklausomai nuo renginio pobūdžio, galima teigti, kad tiek bilietų platintojai, tiek savitarnos platformos platina bilietus į įvairaus pobūdžio renginius, tačiau savitarnos platformų atveju ženkliai didesnę pardavimų dalį sudaro bilietai į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kategorijų renginius (Eventon per savo savitarnos platformą 2020 m. ir 2021 m. kol kas platino [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), kai tuo tarpu koncentracijos dalyvių atveju šios kategorijos sudarė tik nežymią pardavimų dalį. Tai galėtų reikšti tam tikras renginių organizatorių teikiamas pirmenybes, renkantis bilietų platintoją, priklausomai nuo renginio pobūdžio.

(49) Renginių organizatorių nuomonės kiek išsiskyrė dėl bilietų platintojo pasirinkimo, priklausomai nuo renginio dydžio. Keli renginių organizatoriai (Lietuvos krepšinio federacija, VšĮ „Žalgirio krepšinio centras“, ir VšĮ „Metų pramogos“) nurodė, kad sprendžia dėl bilietų platintojo pasirinkimo atsižvelgdami į renginio dydį. Lietuvos krepšinio federacija paaiškino, kad „*Taip. Dažniausiai renginius organizuojame didžiausiose Lietuvos arenose, kuriose bilietus platina, TIKETA, NBP arba KAKAVA.LT. Renginius pagal dydį skirstome nuo 3000 ir daugiau*“<sup>68</sup>, tuo tarpu VšĮ „Metų pramogos“ nurodė, kad „*Iki 500 žiūrovų renkamės arba Paysera.lt arba Bilietai.lt, nuo 500 žiūrovų renkamės bilietai.lt.*“<sup>69</sup> UAB „Tamsta“, kuri veikia ir kaip renginio vieta (telpa iki 150 klausytojų (iš jų yra apie 100 sėdimų vietų)), ir kaip renginių organizatorius, nurodė, kad bilietus į savo renginius 2017-2021 m. platino ir tebeplatina naudojant Paysera savitarnos platformą, o 2017–2019 m. laikotarpiu bilietus į renginius platino ir per TIKETA<sup>70</sup>. Tuo tarpu kiti renginių organizatoriai, kurie savo renginius skaido pagal dydį, nurodė, kad renginio dydis neturi įtakos pasirenkant bilietų platintoją. Pavyzdžiui, viešoji įstaiga „Bardai LT“ paaiškino, kad savo organizuojamus renginius skirsto į didelius renginius (festivalius) ir mažus renginius – iki 150 žiūrovų, tačiau bilietų platinimo paslaugas pirkė iš to paties bilietų platintojo. UAB „Aštuntas elementas“ ir 8 days A Week Agency, UAB nurodė, kad skirsto renginius iki vieno tūkstančio žiūrovų ir daugiau kaip vienas tūkstantis žiūrovų, tačiau vis tiek dirba su tuo pačiu bilietų platintoju<sup>71</sup>. Taigi, atsižvelgiant į tai, kad ne visiems renginių organizatoriams yra aktualus bilietų platintojo pasirinkimas organizuojant konkretaus dydžio renginį, taip pat į tai, kad dėl skirtingų organizatorių organizuojamų renginių dydžių negalima vienareikšmiškai vertinti jų atsakymų ir nustatyti renginio dydžio ribos prekės rinkos apibrėžimui, todėl negalima atmesti, kad daliai renginių organizatorių egzistuoja paklausos pakeičiamumas.

<sup>62</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 25 K tomas, 154 lapas).

<sup>63</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 27 K tomas, 39 lapas).

<sup>64</sup> Šiai kategorijai skaičiavimuose buvo priskirtos Paysera nurodytos kategorijos [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>65</sup> Paysera pateikė duomenis ne kategorijoms [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>66</sup> Paysera 2022 m. gegužės 9 d. raštas Nr. 1756/2022, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 10 K tomas, 13-14 lapai).

<sup>67</sup> Eventon 2022 m. kovo 25 d. raštas, atsakymas į 17 ir 17.1 klausimus (bylos 25 K tomas, 76 lapas, bylos 26 NK tomas, 77 lapas), Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 25 K tomas, 93-94 lapai).

<sup>68</sup> Lietuvos krepšinio federacija 2022 m. kovo 17 d. raštas, atsakymas į 13 klausimą (bylos 19 NK tomas, 82 lapas).

<sup>69</sup> VšĮ „Metų pramogos“ 2022 m. kovo 15 d. raštas, atsakymas į 13 klausimą (bylos 16 NK tomas, 42 lapas).

<sup>70</sup> UAB „Tamsta“ 2022 m. kovo 29 d. raštas, atsakymai į 4.2 ir 7 klausimus (bylos 33 NK tomas, 16-17 lapai).

<sup>71</sup> UAB „Aštuntas elementas“ ir 8 Days A Week Agency, UAB 2022 m. balandžio 23 d. raštas, atsakymas į 13 klausimą (bylos 20 NK tomas, 141 lapas).

(50) Vertinant pasiūlos pakeičiamumą, bilietų platintojai – NBP, TIKETA, Kakava ir Ticket Market – nurodė, kad gali bilietus platinti į bet kokio dydžio renginius – visi bilietų platintojai yra platinę bilietus į renginius, kurie yra organizuojami tiek mažesnio dydžio renginių vietose, pavyzdžiui, kultūros namai, tiek didesnio dydžio renginio vietose, pavyzdžiui, arenose<sup>72</sup>. Tačiau per savitarnos platformas, valdomas Paysera ir Eventon, bilietai į didesnes renginio vietas nėra platinami. Eventon nurodė, kad negali platinti bilietų į renginius, kur reikia sėdėjimo vietų funkcionalumo, nes neturi vietos parinkimo modulių<sup>73</sup>. Tuo tarpu Paysera paaiškino, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>74</sup>. Atitinkamai, darytina išvada, kad iš bilietų platintojų pusės, t. y. NBP, TIKETA, Ticket Market, Kakava, egzistuoja pasiūlos pakeičiamumas, tačiau, kiek tai susiję su Paysera ir Eventon, pasiūlos pakeičiamumas yra reikšmingai apribotas.

(51) Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad bilietų platintojai be bilietų į įvairius renginius platinimo paslaugų teikia papildomas paslaugas, pavyzdžiui, reklamos, bilietų kontrolės (bilietų tikrinimo paslauga), mobilių kasų nuomos, bilietų ir kvietimų spausdinimo bei kitas paslaugas. Pranešimą apie koncentraciją pateikusių ūkio subjekto teigimu, tokios paslaugos paprastai yra teikiamos kartu su bilietų į įvairius renginius platinimo paslaugomis, todėl tokių paslaugų išskyrimas į atskiras prekės rinkas būtų netikslingas<sup>75</sup>. Vis dėlto, reklamos sklaidos internete paslaugas Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas išskyrė į atskirą prekės rinką<sup>76</sup>.

(52) Vertinant minėtas papildomas paslaugas iš paklausos pakeičiamumo perspektyvos, bilietų platinimo paslaugos negali pakeisti reklamos, bilietų spausdinimo, praėjimo kontrolės ar kitų paslaugų ir atvirkščiai. Atsižvelgiant į nagrinėjimo metu surinktus duomenis, papildomos paslaugos paprastai yra perkamos kartu su pagrindine – bilietų platinimo – paslauga, o ne vietoje jos. Didžioji dalis atsakymą pateikusių renginių organizatorių nurodė, kad paprastai paslaugas perka kompleksiskai, t. y. perkamos ne tik bilietų platinimo paslaugos, bet ir reklamos ir (ar) kontrolės praėjimo paslaugos. Mažiau nei trečdalis iš atsakymą pateikusių renginių organizatorių nurodė, kad papildomas paslaugas perka priklausomai nuo konkrečių renginių poreikių, tuo tarpu tik vienas bilietų platintojas (Vilniaus miesto opera, VšĮ, organizuojanti operų, miuziklų, muzikinio teatro spektaklius) nurodė, kad praėjimo kontrolės paslaugas, jeigu reikia, perka iš trečiųjų asmenų – apsaugos kompanijų.

(53) Vertinant pasiūlos pakeičiamumą, aktualu tai, kad, kaip ir koncentracijos dalyviai, Kakava, Ticket Market, Paysera ir Eventon siūlo įvairias papildomas paslaugas, pavyzdžiui, reklamos ar bilietų kontrolės. Kakava nurodė, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>77</sup>. Išanalizavus bilietų platintojų sutartyse numatytas papildomų paslaugų teikimo sąlygas, pastebėtina, kad tam tikros papildomos paslaugos gali būti papildomai apmokestinamos arba teikiamos nemokamai, tačiau tai savaime nesuponuoja, kad papildomos paslaugos galėtų būti teikiamos savarankiskai. Pavyzdžiui, jeigu bilietų platintojas teikia bilietų platinimo paslaugą, tai kitas bilietų platintojas negalės teikti renginių organizatoriui kvietimų ar bilietų spausdinimo paslaugos, jeigu jis neplatina bilietų į tą konkretų renginį, todėl Konkurencijos taryba daro išvadą, kad papildomos paslaugos galėtų būti sudėtinė bilietų platinimo paslaugos dalis. Atsižvelgiant į tai, kad iš esmės visi bilietų platinimo paslaugas teikiantys ūkio subjektai taip pat teikia ir įvairias papildomas paslaugas, kurios yra neatsiejamai susijusios su pagrindinės paslaugos teikimu, papildomų paslaugų išskyrimas į atskirą atitinkamą rinką (ar atitinkamas rinkas) nėra tikslingas.

(54) Kiek tai susiję su reklamos sklaidos internete paslaugų teikimu, Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas šią veiklą išskyrė į atskirą prekės rinką, be kita ko, atsižvelgiant

<sup>72</sup> Pavyzdžiui, 2017-2021 m. laikotarpiu Ticket Market platino bilietus į renginius, vykusius Šiaulių arenoje, Kėdainių arenoje, „Švyturio“ arenoje (Klaipėdoje) (Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymas į 28 klausimą) (bylos 28 NK tomas, 38 lapas). Kakava 2019-2021 m. laikotarpiu yra platinusi bilietus į renginius, vykusius [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, Priedas Nr. 3) (bylos 25 K tomas, 154 lapas).

<sup>73</sup> Eventon 2022 m. kovo 25 d. raštas, atsakymas į 12.1 klausimą (bylos 25 K tomas, 74 lapas, bylos 26 NK tomas, 75 lapas).

<sup>74</sup> Paysera 2022 m. gegužės 9 d. raštas Nr. 1756/2022, atsakymas į 2.1 klausimą (bylos 10 K tomas, 10 lapas).

<sup>75</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 13.4 dalis (bylos 4 K tomas, 102 lapas).

<sup>76</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 29 dalis (bylos 4 K tomas, 130 lapas, bylos 43 NK tomas, 96 lapas).

<sup>77</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 19 klausimą (bylos 25 K tomas, 148 lapas).

į tai, kad koncentracijos dalyviai savo interneto svetainėse gali talpinti ir kitokią reklamą, pavyzdžiui, TIKETA yra talpinusi autoplius.lt reklamą savo interneto svetainėje. Ticket Market nurodė, kad reklamos paslaugas gali teikti atskirai, tuo tarpu Kakava paaiškino, kad reklamos paslaugos [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>78</sup>. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjekto pavyzdys dėl autoplius.lt reklamos talpinimo atvejo vertinamas kaip išimtinis, tačiau savaime nepaneigiantis, jog reklamos sklaidos internete paslaugos, teikiamos renginių organizatoriams, galėtų būti sudėtinė bilietų platinimo paslaugų dalis. Tokia išvada daroma atsižvelgiant ir į tai, kad nagrinėjimo metu nebuvo nustatyta atvejų, kai bilietų platintojas teiktų reklamos paslaugas renginių organizatoriui, jeigu tas pats bilietų platintojas neplatintų bilietų į atitinkamo renginio organizatoriaus renginį. Atitinkamai, reklamos sklaidos internete paslauga, kuri yra perkama renginių organizatoriaus, kad renginys būtų išviešintas atitinkamais kanalais, galėtų būti vertinama kaip pagrindinės paslaugos dalis, kadangi jos teikimas paprastai yra susijęs su pagrindinės – bilietų į įvairius renginius platinimo paslaugos – teikimu.

(55) Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjekto vertinimu, nagrinėjamos koncentracijos tikslais prekės rinka neturėtų būti brėžiama siauriau atsižvelgiant į paslaugų pardavimo būdą, t. y. ar paslaugos užsakomos derybų būdu, ar per viešųjų pirkimų procedūras, kadangi abiem būdais yra parduodamos tos pačios paslaugos. Be to, pasiūlos pakeičiamumas taip pat egzistuoja, kadangi bilietų platintojai platina bilietus renginių organizatoriams, kurie paslaugas perka viešųjų pirkimų ar derybų būdu.

(56) Kiek tai susiję su bilietų platinimo paslaugų užsakymo būdu, koncentracijos nagrinėjimo metu nebuvo nustatyta renginių organizatorių, kurie paslaugas pirktų ir viešųjų pirkimų, ir derybų būdu. Tačiau buvo nustatyta, kad egzistuoja pasiūlos pakeičiamumas iš bilietų platintojų pusės, t. y. NBP, TIKETA, Kakava ir Ticket Market teikia pasiūlymus viešuosiuose pirkimuose<sup>79</sup>, taip pat teikia bilietų platinimo paslaugas renginių organizatoriams, kurie nėra perkančiosios organizacijos. Tuo tarpu iš koncentracijos nagrinėjimo metu apklaustų renginių organizatorių nei vienas nebuvo nurodęs, kad Paysera ar Eventon būtų pateikę pasiūlymą viešojo pirkimo konkurse. Atitinkamai, pasiūlos pakeičiamumą galima nustatyti tik iš bilietų platintojų, t. y. NBP, TIKETA, Kakava ir Ticket Market, pusės, tuo tarpu, kiek tai susiję su savitarnos platformas valdančiais ūkio subjektais, t. y. Paysera ir Eventon<sup>80</sup>, pasiūlos pakeičiamumo nėra, nes didžioji dalis apklaustų renginių organizatorių (perkančiosios organizacijos) nurodė, kad joms yra svarbu fizinių kasų tinklas ir jos nesirinktų ūkio subjekto, negalinčio pasiūlyti bilietų platinimo per fizines kasas, o Eventon ir Paysera tokios paslaugos pasiūlyti negali.

(57) Apibendrinant, koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad egzistuoja tam tikri skirtumai tarp renginių organizatorių perkamų bilietų platinimo paslaugų, priklausomai nuo renginio, į kurį yra platinami bilietai, pobūdžio ir dydžio, paslaugų teikimo pagrindo (viešųjų pirkimų ar derybų būdu) ar teikiamų paslaugų apimtys. Vis dėlto, atsižvelgiant į tai, kad surinkta informacija neleidžia daryti vienareikšmės išvados dėl atitinkamų paslaugų tarpusavio (ne)pakeičiamumo, šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais prekės rinka toliau nėra skaidoma, tačiau į skirtingų bilietų platintojų konkurencijos galimybių skirtumus atsižvelgiama vertinant koncentracijos poveikį konkurencijai.

<sup>78</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymas į 4.2 klausimą (bylos 28 NK tomas, 35 lapas). Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 4.2 klausimą (bylos 25 K tomas, 146 lapas).

<sup>79</sup> Pavyzdžiui, Ticket Market teikė bilietų platinimo paslaugas Šiaulių dramos teatrui (Šiaulių dramos teatras 2022 m. kovo 17 d. raštas, atsakymas į 37 klausimą) (bylos 18 NK tomas, 23 lapas), o Kakava – Lietuvos parodų ir kongresų centras „Litexpo“ (Lietuvos parodų ir kongresų centras „Litexpo“ 2022 m. kovo 16 d. raštas, atsakymas į 37 klausimą) (bylos 17 NK tomas, 13 lapas).

<sup>80</sup> Nors Eventon nurodė, kad 2020 m. ir 2021 m. [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Tačiau tokie nereikšmingi platinami bilietų kiekiai nekeičia Konkurencijos tarybos padarytos išvados, kad nėra pasiūlos pakeičiamumo (Eventon 2022 m. kovo 25 d. raštas. Priedas Nr. 1 (bylos 25 K tomas, 109 lapas)).



#### 2.1.4. Dėl bilietų į įvairius renginius platinimo kanalų

(58) Pranešimą apie koncentraciją pateikusių ūkio subjekto vertinimu, prekės rinka neturėtų būti brėžiama siauriau atsižvelgiant į bilietų platinimo kanalą, todėl į siūlomą prekės rinkos apibrėžimą turi patekti tiek bilietų į įvairius renginius platinimas per fizines kasas, tiek internetu (elektroninę bilietų platinimo platformą)<sup>81</sup>. Koncentracijos dalyvių vertinimu, bilieto pirkimas fizinėje kasoje ir internetu yra pakeičiami tarpusavyje vertinant iš pirkėjų perspektyvos, nors pastaruosius dvejus metus dėl COVID-19 pandemijos ribojimų ilgą laiką fizinės kasos negalėjo veikti, o pirkėjai bilietus turėjo pirkti internetu.

(59) Vadovaujantis koncentracijos nagrinėjimo metu surinktais duomenimis, renginių organizatorių požiūriu, bilietų į įvairius renginius platinimas elektroniniu būdu bei fizinėse kasose tarpusavyje paprastai nėra pakeičiami. Dauguma atsakymų pateikusių renginių organizatorių nurodė, kad bilietų į įvairius renginius platinimas per fizines kasas yra svarbus kriterijus, renkantis bilietų platintoją. Paprastai atsakymuose tokia pozicija argumentuojama atsižvelgiant į tai, kad daliai asmenų (pirkėjų) pirkti bilietus fizinėje kasoje vis dar yra įprotis, taip pat galimybė įsigyti bilietus fizinėje kasoje yra aktuali vyresnio amžiaus asmenims ar asmenims, gyvenantiems mažesniuose miestuose ar rajonuose. Pažymėtina, kad poreikis parduoti bilietus per fizines kasas nėra išskirtinai susijęs su konkrečia renginių kategorija. Pavyzdžiui, viešoji įstaiga „JJJAZZ“, organizuojanti koncertus, festivalius ir parodas, nurodė, kad galimybė parduoti bilietus per fizines kasas yra „Svarbu, nes mūsų tikslas yra parduoti kuo daugiau bilietų“<sup>82</sup>. Tuo tarpu VšĮ „Utenos Juventus“, organizuojanti sporto renginius Utenoje, paaiškino: „Nes Utena vis dar yra provincijos miestas, kurio nemažą dalį kontingento sudaro vyresnio amžiaus užmiestyje gyvenantys žmonės. Jiems sudėtinga naudotis internetu, todėl bilietus jie įsigyja stacionariose kasose, ypač didžiuosiuose prekybos centruose.“<sup>83</sup> Kitas sporto renginių organizatorius, Promo events, VšĮ nurodė kitas poreikio turėti galimybę platinti bilietus į renginius per fizines kasas priežastis, paaiškinant, kad „Dažniausiai žmonės perka bilietus jau atvykę į Palangą (ne išankstiniai); todėl reikalinga daug fizinių laikinų kasų renginio vietoje.“<sup>84</sup> Nacionalinis dramos teatras, organizuojantis teatro spektaklius, išdėstė, kad jo lankytojams yra aktualu fiziškai aplankyti renginio vietą (įskaitant norint grąžinti įsigytus bilietus), apžiūrėti renginio organizatoriaus firminę atributiką: „Taip, bilietų platinimo ir fizinėse kasose galimybė yra labai svarbiu kriterijumi ir ši sąlyga yra įtraukiama į viešųjų pirkimų sąlygas. Tokią būtinybę lemia tai, kad dalis pardavimų skatinimo akcijų negali būti realizuojamos per el. sistemą. LNDD taip pat aktualu pardavinėti ne tik bilietus, bet ir firminę atributiką, leidinius, kuriuos klientai fizinėse kasose galėtų ateiti ir apžiūrėti, pavartyti. Daliai žiūrovų vis dar priimtinau įsigyti/grąžinti bilietus fizinėse kasose. Taip pat pastebėtina, kad teatro kasa žiūrovų sąmonėje vis dar yra neatsiejama nuo teatro tiek kaip vietos, tiek kaip įstaigos.“<sup>85</sup> Pažymėtina, kad iš esmės visi renginių organizatoriai, kurie nurodė, kad jiems svarbu, jog bilietų platintojas galėtų platinti per fizines kasas, taip pat nurodė, kad nesinaudotų tokių bilietų platintojų paslaugomis, kurie neturi galimybės platinti bilietų per fizines kasas. Tik vienas renginių organizatorius, Kauno valstybinė filharmonija, užsiimantis koncertinės veiklos organizavimu, nurodė, kad didelė dalis lankytojų yra vyresnio amžiaus, iš kurių ne visi moka naudotis kompiuteriais ar elektronine bankininkyste, tačiau viešojo pirkimo sąlygose Kauno valstybinė filharmonija specifinės sąlygos dėl reikalavimo turėti fizinių kasų tinklą nekelia ir tai yra tik vienas iš bilietų platintojo vertinimo kriterijų<sup>86</sup>.

(60) Tik mažesnė dalis renginių organizatorių nurodė, kad jiems nėra svarbu, ar atitinkamas bilietų platintojas platina bilietus per fizines kasas<sup>87</sup>. Kelių tokius paaiškinimus pateikusių ūkio

<sup>81</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 11 dalis (bylos 4 K tomas, 73 lapas, bylos 43 NK tomas, 37 lapas).

<sup>82</sup> Viešoji įstaiga „JJJAZZ“ 2022 m. kovo 14 d. rašto Nr. 04/22, atsakymas į 6 klausimą (bylos 15 NK tomas, 159 lapas).

<sup>83</sup> VšĮ „Utenos Juventus“ 2022 m. kovo 24 d. raštas, atsakymas į 6 klausimą (bylos 19 NK tomas, 28 lapas).

<sup>84</sup> Promo events, VšĮ 2022 m. kovo 10 d. raštas, atsakymas į 6 klausimą (bylos 15 NK tomas, 127 lapas).

<sup>85</sup> Nacionalinis dramos teatras 2022 m. kovo 25 d. raštas, atsakymas į 6 klausimą (bylos 19 NK tomas, 101-102 lapas).

<sup>86</sup> Kauno valstybinė filharmonija 2022 m. kovo 17 d. raštas, atsakymas į 6.1 klausimą (bylos 17 NK tomas, 106 lapas).

<sup>87</sup> Šiame kontekste paminėtinas mažiau įprastas VšĮ „Žalgirio krepšinio centras“ bilietų platinimo būdas, kai, nors bilietai yra platinami naudojant abu kanalus, tačiau toks platinimas elektroniniu būdu atliekamas naudojant savo bilietų platinimo

subjektų argumentas buvo tai, kad labai reikšminga dalis parduodamų bilietų yra internetu (daugiau nei 90 proc.), suponuojant fizinių kasų nereikalingumą. Pavyzdžiui, viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“, organizuojanti spektaklius, nurodė, kad „*Dabartinis laikas parodė, kad beveik 100% pardavimų yra vykdomi online. Fizinės kasos labiau aktualios mažesniuose miestuose, kur žmonėms paprasčiau ateiti į kultūros centrą ir nusipirkti*“<sup>88</sup>. Tuo tarpu UAB „Aštuntas elementas“ ir 8 days A Week Agency, UAB, organizuojančios koncertus, spektaklius ir parodas, nurodė, kad „*Mums nėra svarbus fizinių bilietų kasų egzistavimas, nes 95% mūsų bilietų nuperkama internetu*“<sup>89</sup>. Pažymėtina, kad visi apklausti renginių organizatoriai, kurie nurodė, kad jiems bilietų platinimas per fizines kasas yra neaktualus, bilietus vis tiek platina ir per fizines kasas, o ne tik internetu, t. y. galimybės platinti per fizines kasas neatsisakė. Iš visų atsakymą pateikusių renginių organizatorių tik viešoji įstaiga „Klaipėdos šventės“, organizuojanti Klaipėdos miesto festivalius ir kultūrinius renginius, nurodė, kad bilietų platinimą jau kelerius metus atlieka tik internetu, atsisakius fizinių kasų<sup>90</sup>.

(61)Kaip minėta, keli renginių organizatoriai paminėjo, kad fizinių kasų reikšmė mažėja. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė, kad COVID-19 pandemijos valdymo metu pirkėjų įpročiai keitėsi, nes pirkėjai bilietus galėjo įsigyti tik internetu<sup>91</sup>. Pavyzdžiui, 2018 m. NBP internetu išplatino apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. bilietų, kai tuo tarpu 2021 m. – jau apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.<sup>92</sup> Panašiai reikšmingai daugiau bilietų internetu išplatino ir TIKETA, t. y. 2018 m. išplatino apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., o 2021 m. – apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.<sup>93</sup> Kakava didžiąją dalį bilietų išplatino internetu, t. y. 2019 m. – apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. (veiklą pradėjo 2018 m. lapkričio mėn., todėl 2018 m. nevertinami), o 2021 m. – apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.<sup>94</sup> Ticket Market platinamų bilietų internetu tendencijos ne visai atitinka aukščiau minėtus kitų platintojų duomenis<sup>95</sup>, t. y. 2018 m. Ticket Market internetu išplatino apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. bilietų, o 2021 m. – apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.<sup>96</sup> Vertinant aukščiau pateiktus duomenis, darytina išvada, kad, nors COVID-19 pandemijos valdymo metu per fizines kasas išplatintų bilietų kiekis mažėjo, tačiau didžiąjai daliai renginių organizatorių fizinės kasos, kaip bilietų platinimo kanalas, vis dar yra reikšmingas, todėl darytina išvada, kad reikšminga dalis renginių organizatorių artimoje ateityje nebus linkę atsisakyti bilietų platinimo per fizines kasas. Atitinkamai, kadangi net ir COVID-19 pandemijos valdymo metu, t. y. išskirtinių aplinkybių atveju, žiūrovai reikšmingai nepakeitė savo įpročių, o bilietus vis tiek pirkdavo ir fizinėse kasose, dėl COVID-19 pandemijos vartotojų (žiūrovų)

---

sistemą, o bilietų platinimas per fizines kasas 2017-2021 m. buvo vykdomas naudojantis kelių ūkio subjektų paslaugomis. Vėlgi „Žalgirio krepšinio centras“ tokį bilietų platinimo pasirinkimą paaiškino tuo, kad antra bilietų platinimo sistema, per kurią bilietai būtų platinami elektroniniu būdu, yra nereikalinga, todėl per NBP bilietai platinami tik per fizines kasas, kadangi „*VšĮ Žalgirio krepšinio centrui fizinės bilietų pardavimo kasos yra svarbios pasiekiant klientus už Kauno miesto ribų, kurie neturi galimybės įsigyti bilietų internetu, tačiau didžioji dauguma klientų bilietus įsigyja internetu*“. Tačiau toks bilietų platinimo modelis, kai yra perkama bilietų platinimo paslauga per vieną konkretų bilietų platinimo kanalą, nėra įprastas ir neatspindi bendros praktikos bilietus platinti per abu kanalus, naudojantis to paties bilietų platintojo paslaugomis.

<sup>88</sup> Viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“ 2022 m. kovo 14 d. raštas, atsakymas į 6 klausimą (bylos 16 NK tomas, 6 lapas).

<sup>89</sup> UAB „Aštuntas elementas“ ir 8 days A Week Agency, UAB 2022 m. balandžio 23 d. raštas, atsakymas į 6 klausimą (bylos 20 NK tomas, 140 lapas).

<sup>90</sup> Viešoji įstaiga „Klaipėdos šventės“ 2022 m. kovo 16 d. raštas, atsakymas į 6.1 klausimą (bylos 16 NK tomas, 126 lapas).

<sup>91</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 11 dalis (bylos 4 K tomas, 73-74 lapai, bylos 43 NK tomas, 37 lapas). Plačiau apie COVID-19 pandemijai valdyti taikytas priemones yra paaiškinta Nutarimo 3.1.1 dalyje.

<sup>92</sup> AS Piletilevi Group 2022 m. balandžio 28 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 2) (bylos 7 K tomas, 76 lapas).

<sup>93</sup> AS Piletilevi Group 2022 m. balandžio 28 d. raštas, Priedas Nr. 2 (lentelė Nr. 2) (bylos 7 K tomas, 88 lapas).

<sup>94</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 2) (bylos 25 K tomas, 154 lapas).

<sup>95</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 2) (bylos 27 K tomas, 37 lapas).

<sup>96</sup> 2020 m. Ticket Market internetu buvo išplatinęs apie 36 proc. bilietų, tačiau, kaip paaiškino Ticket Market, „*kadangi buvo platinami bilietai į Pakruojo dvaro festivalį renginio vietoje, tačiau mūsų komisinis mokestis buvo labai mažas, todėl bilietų parduota buvo labai daug*“. Ticket Market 2022 balandžio 12 d. elektroninis laiškas, atsakymas į 3 klausimą (bylos 27 K tomas, 174 lapas, bylos 28 NK tomas, 52 lapas).

įpročiai artimiausioje ateityje nepasikeis taip reikšmingai, kad fizinės kasos, kaip bilietų platinimo kanalas, pirkėjų požiūriu, būtų visiškai pakeičiamas vien tik internetinėmis paslaugomis.

(62) Vertinant pasiūlos pakeičiamumą, Ticket Market ir Kakava, abu turintys fizinių kasų tinklus, nurodė, kad bilietų į įvairius renginius platinimas skirtingais kanalais nesiskiria<sup>97</sup>. Ticket Market pažymėjo, kad skiriasi tik paslaugos teikimo forma, t. y. bilietus perkant kasoje – pirkėją aptarnauja kasos darbuotojas, o bilietų per fizines kasas neplatina tuo atveju, jeigu renginio vietoje nėra elektroninės bilietų kasos programos, su kuria būtų galima parduoti fizinius kasos bilietus<sup>98</sup>. Tuo tarpu Eventon bilietus per savitarnos platformą leidžia platinti tik internetu (fizinių kasų tinklo neturi<sup>99</sup>), o Paysera [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>100</sup>.

(63) Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus duomenis, darytina išvada, kad, nors mažesnei daliai atsakymus pateikusių renginių organizatorių fizinių kasų kanalas nėra reikšmingas, tačiau didžioji dalis renginių organizatorių mano, kad tai yra svarbus kanalas platinant bilietus į jų organizuojamus renginius. Kita vertus, daliai renginių organizatorių bilietų platinimas tik internetu, įskaitant ir savitarnos platformas, galėtų būti tinkama alternatyva koncentracijos dalyvių, Kakava bei Ticket Market siūlomoms paslaugoms, kurie bilietus platina abiem kanalais, t. y. teikia platesnio pobūdžio bilietų platinimo paslaugą. Šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais prekės rinka toliau nėra skaidoma pagal atitinkamus platinimo kanalus, tačiau į aptariamus aspektus atsižvelgta atliekant koncentracijos poveikio konkurencijai vertinimą.

### 2.1.5. Išvada dėl prekės rinkos apibrėžimo

(64) Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus argumentus, šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais prekės rinka apibrėžiama kaip bilietų į įvairius renginius platinimas, apimantis tiek bilietų platinimą internetu, įtraukiant bilietų platinimą per savitarnos platformas, tiek bilietų platinimą per fizines kasas nesiaurinant prekės rinkos atsižvelgiant į renginio pobūdį, dydį ar kitus kriterijus (toliau – bilietų į įvairius renginius platinimo rinka).

## 2.2. Geografinė rinka

(65) Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjekto vertinimu, geografinė rinka turėtų būti apibrėžta kaip nacionalinė, apimanti Lietuvos Respublikos teritoriją<sup>101</sup>. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė, kad bilietų platinimas vyksta fizinėse kasose ir internetu. Tiek internetu, tiek fizinėse kasose bilietus į įvairius renginius galima įsigyti vienodomis sąlygomis. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė, kad renginių organizatoriai perka bilietų platinimo paslaugas visame bilietų platintojo tinkle, neišskiriant jokios geografinės rinkos<sup>102</sup>. Koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai taip pat teigia, kad geografinė rinka nėra platesnė nei Lietuvos Respublika.

(66) Kaip minėta, NBP bilietus į įvairius Lietuvos Respublikoje vykstančius renginius platina per bilietų platinimo platformas, t. y. [www.bilietai.lt](http://www.bilietai.lt), [www.teatrix.lt](http://www.teatrix.lt), taip pat per beveik 140 fizinių kasų tinklą, išsidėsčiusį visoje Lietuvos Respublikoje (pavyzdžiui, Vilnius, Alytus, Anykščiai, Druskininkai, Elektrėnai, Gargždai, Grigiškės, Ignalina, Jonava, Jurbarkas, Kaunas, Kėdainiai, Klaipėda). TIKETA bilietus į įvairius Lietuvos Respublikoje vykstančius renginius platina per bilietų platinimo platformas, t. y. [www.tiketa.lt](http://www.tiketa.lt), [www.teatrai.lt](http://www.teatrai.lt), taip pat per beveik 130 fizinių kasų tinklą, išsidėsčiusį visoje Lietuvos Respublikoje (pavyzdžiui, Vilnius, Alytus, Anykščiai, Druskininkai, Elektrėnai, Gargždai, Grigiškės, Ignalina, Jonava, Jurbarkas, Kaunas, Kėdainiai, Klaipėda).

<sup>97</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymas į 13 klausimą (bylos 28 NK tomas, 35 lapas). Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 13 klausimą (bylos 25 K tomas, 147 lapas, bylos 26 NK tomas, 129 lapas).

<sup>98</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymas į 13.1 klausimą (bylos 28 NK tomas, 35 lapas).

<sup>99</sup> Eventon 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 13.1 klausimą (bylos 25 K tomas, 75 lapas, bylos 26 NK tomas, 76 lapas).

<sup>100</sup> Paysera 2022 m. gegužės 12 d. elektroninis laiškas, atsakymas į 2.2 klausimą (bylos 10 K tomas, 17 lapas).

<sup>101</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 11 punktą (bylos 4 K tomas, 75 lapas, bylos 43 NK tomas, 39 lapas).

<sup>102</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 11 punktą (bylos 4 K tomas, 84 lapas, bylos 43 NK tomas, 47 lapas).

(67)Kakava ir Ticket Market nurodė, kad paslaugas teikia visoje Lietuvos Respublikoje<sup>103</sup>. Kakava internetu bilietus platina per [www.kakava.lt](http://www.kakava.lt) bei per [KOMERCINĖ PASLAPTIS] fizinių kasų tinklą<sup>104</sup>, išsidėsčiusį Lietuvos Respublikoje (Vilniuje, Klaipėdoje, Panevėžyje, Alytuje, Šiauliuose, Joniškyje, Jurbarko, Palangoje, Utenoje, Ukmergėje, Molėtuose ir t.t.)<sup>105</sup>. Ticket Market bilietus internetu platina per [www.ticketmarket.lt](http://www.ticketmarket.lt) bei per 40 fizinių kasų tinklą, išsidėsčiusį<sup>106</sup> Lietuvos Respublikoje (Alytuje, Eišiškėse, Jonavoje, Joniškyje, Jurbarko, Kelmėje, Kėdainiuose, Klaipėdoje, Kretingoje, Marijampolėje, Palangoje, Pasvalyje, Šiauliuose, Vilniuje ir t.t.).

(68)Atlikus Konkurencijos tarybai pateiktų koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų, jų konkurentų, renginių organizatorių sutarčių dėl bilietų platinimo analizę, nebuvo nustatyta, kad bilietų platintojai ir renginių organizatoriai bilietus į įvairius renginius platintų, pavyzdžiui, tik konkretaus renginio vietoje ar tik konkrečioje Lietuvos Respublikos teritorijoje ar regione.

(69)Paysera ir Eventon per savitarnos sistemas bilietus platina visoje Lietuvos Respublikos teritorijoje, tačiau fizinių kasų tinklą nei vienas iš šių ūkio subjektų neturi (žr. Nutarimo 2.1.4 dalį).

(70)Vertinant, ar geografinė rinka negalėtų būti apibrėžiama plačiau nei Lietuvos Respublika, koncentracijos nagrinėjimo metu visi atsakymus pateikę renginių organizatoriai nurodė, kad bilietų platinimo į įvairius renginius paslaugų neperka iš užsienyje įsisteigusių ūkio subjektų. Pavyzdžiui, viešoji įstaiga „KINO PASAKA“ kaip priešastį nepirkti paslaugų iš užsienio tiekėjų nurodė kalbinį atitinkamos elektroninės bilietų platinimo platformos barjerą<sup>107</sup>. Keletas renginių organizatorių, kurie gastroliuoja už Lietuvos Respublikos ribų, nurodė, kad tokiu atveju patys renginių organizatoriai neužsiima bilietų platintojo paieškomis – tai daro renginio vietos ar renginio organizatoriaus, į kurio valstybę vykstama gastroliuoti, atstovai<sup>108</sup>.

(71)Atsižvelgiant į aukščiau išdėstytus argumentus, nagrinėjamos koncentracijos tikslais geografinė bilietų į įvairius renginius platinimo rinka apibrėžiama kaip nacionalinė, t. y. apimanti visą Lietuvos Respublikos teritoriją.

### 3. Koncentracijos įvertinimas

(72)Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 12 straipsnio 1 dalimi, Konkurencijos taryba, nagrinėdama pranešimus apie koncentraciją, vertina, ar dėl koncentracijos bus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis arba itin apribota konkurencija. Tais atvejais, kai nustatoma, jog nagrinėjama koncentracija gali sukurti ar sustiprinti dominuojančią padėtį arba itin apriboti konkurenciją atitinkamoje rinkoje, koncentracija gali būti leidžiama tik nustačius tam tikras koncentracijos vykdymo sąlygas ar įpareigojimus, būtinas užkirsti kelią minėtų neigiamų padarinių konkurencijai atsiradimui.

(73)Atsižvelgiant į tai, jog Konkurencijos įstatymu siekiama Lietuvos Respublikos ir Europos Sąjungos konkurencijos santykius reglamentuojančios teisės suderinimo (Konkurencijos įstatymo 1 straipsnio 3 dalis), vertinant koncentraciją taip pat atsižvelgiama į Europos Sąjungos institucijų praktiką taikant savo tikslais analogiškas teisės normas, tarp jų Gaires dėl horizontalių susijungimų vertinimo pagal Tarybos reglamentą dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (toliau – Horizontalių susijungimų vertinimo gairės)<sup>109</sup>.

<sup>103</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 5 klausimą (bylos 25 K tomas, 146 lapas, bylos 26 NK tomas, 128 lapas). Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymas į 5 klausimą (bylos 28 NK tomas, 35 lapas).

<sup>104</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 3) (bylos 25 NK tomas, 154 lapas).

<sup>105</sup> Šiuo metu bendradarbiavimas su „Maxima LT“, UAB yra sustabdytas [KOMERCINĖ PASLAPTIS], todėl dalyje kasų nėra galimybės įsigyti bilietų, į renginius, į kuriuos platina Kakava. Be fizinių kasų „Maxima“ tinklo parduotuvėse Kakava veikia [KOMERCINĖ PASLAPTIS] fizinių kasų. Prieiga internetu: <https://www.maxima.lt/paslaugos/bilietai-i-renginius/kakava> (bylos 42 NK tomas, 23-24 lapai).

<sup>106</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 3) (bylos 28 NK tomas, 48-51 lapai).

<sup>107</sup> Viešoji įstaiga „KINO PASAKA“ 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 19.2 klausimą (bylos 15 NK tomas, 145 lapas).

<sup>108</sup> Valstybinis Vilniaus mažasis teatras 2022 m. kovo 17 d. rašto Nr. R1-18, atsakymas į 19 klausimą (bylos 18 NK tomas, 104 lapas).

<sup>109</sup> OJ C 31, 5.2.2004, p. 5–18

(74) Vadovaujantis Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 24 punktu, susijungimas gali labai apriboti veiksmingą konkurenciją rinkoje, jei pašalina svarbius konkurencijos suvaržymus vienam ar keliems pardavėjams, kurių įtaka rinkoje dėl to išauga. Labiausiai tiesioginis susijungimo padarinys būtų konkurencijos tarp susijungiančių įmonių panaikinimas. Pavyzdžiui, jei iki susijungimo viena susijungiančių įmonių pakeltų savo kainą, ji prarastų kai kuriuos pardavimus kitai susijungiančiai įmonei. Susijungimas panaikina šį konkretų suvaržymą. Nesusijungiančios įmonės toje pačioje rinkoje taip pat gali gauti naudos iš konkurencinio spaudimo sumažėjimo, kuris atsiranda dėl susijungimo, kadangi susijungiančių įmonių kainos padidėjimas gali perkelti tam tikrą paklausos dalį konkuruojančioms įmonėms, kurios savo ruožtu gali nuspręsti, jog yra pelninga pakelti savo kainas. Šių konkurencinių suvaržymų sumažėjimas gali žymiai padidinti kainas atitinkamoje rinkoje.

(75) Todėl susijungimas, dėl kurio atsirado toks nekoordinuojamas poveikis, gali riboti veiksmingą konkurenciją sukuriant arba sustiprinant vieno ūkio subjekto dominuojančią padėtį, kuri paprastai turėtų žymiai didesnę rinkos dalį nei kitas konkurentas po susijungimo.

(76) Horizontalių susijungimų vertinimo gairėse apibrėžiami veiksniai, kurie gali turėti įtakos vertinant, ar susijungimas gali turėti svarbių nekoordinuojamų padarinių (pavyzdžiui, didelės susijungiančių įmonių rinkos dalys, susijungiančių įmonių, kaip konkurentų, artumas, ribotos klientų galimybės pakeisti tiekėją, svarbios konkurencinės jėgos panaikinimas). Šie veiksniai yra taikomi nepriklausomai nuo to, ar vertinama, ar dėl koncentracijos bus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis, ar itin apribota konkurencija. Be to, neigiamų koncentracijai padarinių tikėtinumui nustatyti nebūtinai turi būti visi tokie veiksniai. Šis sąrašas taip pat nelaikytinas išsamiu. Horizontalių susijungimų vertinimo gairėse taip pat nurodyta, kad neigiamą poveikį konkurencijai gali atsverti kompensacinė pirkėjo įtaka, įėjimas į rinką bei našumas.

(77) Atsižvelgiant į tai, kad koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai – NBP ir TIKETA – veikia bilietų į įvairius renginius platinimo Lietuvos Respublikoje rinkoje, šioje dalyje yra vertinamas koncentracijos poveikis minėtoje rinkoje. Atliekant vertinimą analizuojama:

- (a) koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų bei jų konkurentų atitinkamos rinkos dalys;
- (b) koncentracijos dalyvių, kaip konkurentų, artumas;
- (c) klientų galimybės pakeisti tiekėją;
- (d) konkurentų galimybės padidinti pasiūlą, jei išaugs kaina;
- (e) ar susijungęs ūkio subjektas gali trukdyti konkurentų plėtrą;
- (f) ar susijungimas panaikina svarbią konkurencinę jėgą;
- (g) ar egzistuoja kompensacinė pirkėjo įtaka;
- (h) įėjimo į rinką kliūtys bei naujos įmonės atėjimo tikimybė.

### **3.1. Koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų bei jų konkurentų atitinkamos rinkos dalys**

(78) Vadovaujantis Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 27 punktu, kuo didesnė rinkos dalis, tuo didesnė tikimybė, kad įmonė turi įtakos rinkoje. Kuo daugiau rinkos dalies pridėdama, tuo didesnė tikimybė, kad susijungimas žymiai padidins įtaką rinkoje. Nors rinkos dalys ir rinkos dalių padidėjimas nurodo tik pirmuosius įtakos rinkoje ir įtakos rinkoje padidėjimo požymius, paprastai jie yra svarbūs vertinimo veiksniai.

(79) Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 2 dalyje nurodyta, kad, jeigu neįrodoma priešingai, laikoma, kad ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį atitinkamoje rinkoje, jeigu jo rinkos dalis sudaro ne mažiau kaip 40 procentų. Jeigu neįrodoma priešingai, laikoma, kad mažmenine prekyba besiverčiantis ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį atitinkamoje rinkoje, jeigu jo rinkos dalis sudaro ne mažiau kaip 30 procentų. Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 17 punkte nurodyta, kad labai didelės rinkos dalys – 50 proc. ir daugiau – jau savaime gali rodyti dominuojančią padėtį rinkoje.

### 3.1.1. Dėl vertinamo laikotarpio, atsižvelgiant į COVID-19 pandemijos įtaką

(80)Lietuvos Respublikos Vyriausybė 2020 m. kovo 14 d. nutarimu Nr. 207 „Dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbimo“<sup>110</sup> visoje Lietuvos Respublikos teritorijoje nuo 2020 m. kovo 16 d. paskelbė karantiną, kurio metu buvo draudžiami visi atvirose ir uždaroje erdvėse organizuojami renginiai bei susibūrimai. 2020 m. gegužės 27 d. Vyriausybės nutarimu Nr. 515 „Dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbimo pakeitimo“<sup>111</sup> kultūros, pramogų, sporto ar kiti renginiai atvirose ir uždaroje erdvėse galėjo būti organizuojami ir vykdomi tik laikantis atitinkamų apribojimų, pavyzdžiui, buvo nustatyti reikalavimai atstumams tarp žiūrovų, taip pat nustatytas maksimalus žiūrovų skaičius tiek renginiams uždaroje, tiek atvirose erdvėse.

(81)Vyriausybės 2020 m. lapkričio 4 d. nutarimu Nr. 1226 „Dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbimo“<sup>112</sup> visoje Lietuvos Respublikos teritorijoje buvo paskelbtas antrasis karantinas, kurio metu uždraustas kultūros, laisvalaikio, pramogų, sporto įstaigų lankymas ir fizinis lankytojų aptarnavimas, išskyrus aukšto meistriškumo sportą bei apsilankymus bibliotekoje. 2021 m. balandžio 15 d. Vyriausybės nutarimu Nr. 229 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2020 m. lapkričio 4 d. nutarimo Nr. 1226 „Dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbimo“ pakeitimo“<sup>113</sup> draudimas lankytis ir fiziškai aptarnauti lankytojus kultūros, laisvalaikio, pramogų ir sporto įstaigose panaikintas, tačiau nustatyta, jog uždaroje erdvėse renginius buvo leidžiama organizuoti, kai užpildoma ne daugiau kaip 30 proc. sėdimų vietų, taip pat bilietai galėjo būti platinami tik elektroniniu būdu ir (arba) žiūrovai ir (ar) dalyviai turėjo būti registruojami.

(82)Vyriausybės 2021 m. gegužės 26 d. nutarimu Nr. 385 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2020 m. lapkričio 4 d. nutarimo Nr. 1226 „Dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbimo“ pakeitimo“ uždaroje ir atvirose organizuojamiems renginiams buvo nustatyti ribojimai dėl maksimalaus žiūrovų skaičiaus ir renginio vietos užpildymo, taip pat nustatyta, kad turi būti užtikrinamas bilietų platinimas elektroniniu būdu ir (arba) žiūrovų ir (ar) dalyvių registravimas<sup>114</sup>.

(83)Vyriausybės 2021 m. birželio 28 d. nutarimu Nr. 506 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2020 m. vasario 26 d. nutarimo Nr. 152 „Dėl valstybės lygio ekstremaliosios situacijos paskelbimo“ pakeitimo“<sup>115</sup> nuo 2021 m. liepos 1 d. įvesta ekstremali situacija, kurios metu renginiams uždaroje vietose buvo nustatytas maksimalus 75 proc. sėdimų vietų užpildymo reikalavimas, išskyrus atvejus, kai asmenys yra pasiskiepiję viena iš COVID-19 ligos vakcinų ar persirgę koronaviruso infekcija arba turi neigiamą tyrimo rezultatą, taip pat turėjo būti užtikrinamas bilietų platinimas elektroniniu būdu ir (arba) žiūrovų ir (ar) dalyvių registravimas.

(84)Vyriausybės 2021 m. rugpjūčio 11 d. nutarimu Nr. 651 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2020 m. vasario 26 d. nutarimo Nr. 152 „Dėl valstybės lygio ekstremaliosios situacijos paskelbimo“ pakeitimo“ panaikintas lankytojų skaičiaus ribojimas, tačiau nustatyta, kad uždaroje ir atvirose erdvėse organizuojamuose renginiuose, kuriuose žiūrovai ir (ar) dalyviai renginį stebi ne tik iš sėdimų vietų, žiūrovų ir (ar) dalyvių skaičius neribojamas, tačiau juose gali dalyvauti tik asmenys, kurie yra pasiskiepiję viena iš COVID-19 ligos vakcinų, persirgę koronaviruso infekcija arba turi neigiamą tyrimo rezultatą<sup>116</sup>. Bilietų platinimas elektroniniu būdu ir (arba) žiūrovų ir (ar) dalyvių registravimo reikalavimai buvo nustatyti Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro, valstybės lygio ekstremaliosios situacijos valstybės operacijų vadovo 2021 m. balandžio 16 d. sprendimu Nr. V-854 „Dėl renginių organizavimo būtinų sąlygų“ (su pakeitimais)<sup>117</sup>. Ekstremali situacija Lietuvoje nuo 2022 m. gegužės 1 d. buvo panaikinta 2022 m. balandžio 20 d. Vyriausybės nutarimu Nr. 378 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2020 m. vasario 26 d.

<sup>110</sup> TAR, 2020-03-14, Nr. 5466.

<sup>111</sup> TAR, 2020-05-27, Nr. 11175.

<sup>112</sup> TAR, 2020-11-05, Nr. 23062.

<sup>113</sup> TAR, 2021-04-16, Nr. 7895.

<sup>114</sup> TAR, 2021-05-28, Nr. 11862.

<sup>115</sup> TAR, 2021-06-29, Nr. 14469.

<sup>116</sup> TAR, 2021-08-13, Nr. 17455.

<sup>117</sup> TAR, 2021-04-16, Nr. 8001.

nutarimo Nr. 152 „Dėl valstybės lygio ekstremaliosios situacijos paskelbimo“ pripažinimo netekusiu galios“<sup>118</sup>. Atitinkamai, Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro, valstybės lygio ekstremaliosios situacijos valstybės operacijų vadovo 2022 m. balandžio 29 d. sprendimu Nr. 2022-08957 „Dėl kai kurių Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro, valstybės lygio ekstremaliosios situacijos valstybės operacijų vadovo sprendimų pripažinimo netekusiais galios“<sup>119</sup> Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro, valstybės lygio ekstremaliosios situacijos valstybės operacijų vadovo 2021 m. balandžio 16 d. sprendimas Nr. V-854 „Dėl renginių organizavimo būtinų sąlygų“ buvo pripažintas netekusiu galios.

(85) COVID-19 ligos plitimui suvaldyti taikytos priemonės nuo 2020 m. kovo 16 d. iki 2022 m. balandžio 30 d. Lietuvos Respublikos teritorijoje darė reikšmingą įtaką kultūros, laisvalaikio, pramogų, sporto renginių organizavimui bei bilietų į įvairius renginius platinimui. Atsižvelgiant į tai, kad bilietų į įvairius renginius platintojų veiklos rezultatams COVID-19 ligos valdymo priemonės turėjo reikšmingos įtakos, koncentracijos vertinimas atliekamas atsižvelgiant į 2017–2021 m. laikotarpį, t. y. įvertinant ne tik paskutinių trejų metų, tačiau ir trejų metų, kuriems pandemijos valdymo priemonės neturėjo įtakos (2017–2019 m.), rinkos struktūrą.

### 3.1.2. Rinkos dalys pagal pardavimų vertę (platinimo pajamas) ir išplatintų bilietų vertę

(86) Lentelėse Nr. 1 ir Nr. 2 pateikiami 2017–2021 m. duomenys apie bilietų į įvairius renginius platinimo Lietuvos Respublikoje rinkoje veikiančių ūkio subjektų<sup>120</sup> pajamas ir jų rinkos

<sup>118</sup> TAR, 2022-04-21, Nr. 8126.

<sup>119</sup> TAR, 2022-04-29, Nr. 8957.

<sup>120</sup> Paaikškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad prie konkurentų turi būti priskiriami ir IT sprendimus kuriantys ūkio subjektai, kadangi šie ūkio subjektai daro konkurencinį spaudimą koncentracijos dalyviams (*AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaikškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 2 psl. (bylos 46 K tomas, 8 lapas)). Atsižvelgiant į tai, kad SAAS nepatenka į apibrėžtą koncentracijos veikiamą atitinkamą rinką, vadovaujantis argumentais, išdėstytais, be kita ko, Nutarimo 2.1.2 dalyje, prie konkurentų IT sprendimus kuriantys ūkio subjektai nėra priskiriami, o pardavimų vertė (platinimo pajamos), išplatintų bilietų vertė ir išplatintų bilietų skaičius, naudojant SAAS, nėra įtraukiami į rinkos dalių vertinimą pagal pardavimų vertę ir pardavimų apimtis. Papildomai šiame kontekste galima pažymėti, kad apklausti IT sprendimus kuriantys ūkio subjektai, UAB „nSoft“ (2022 m. gegužės 3 d. raštas, atsakymas į 8 klausimą (bylos 29 K tomas, 85 lapas, bylos 31 NK tomas, 102 lapas)) ir MB Brand lions (2022 m. balandžio 3 d. raštas, atsakymai į 7 ir 8 klausimus (bylos 32 NK tomas, 25 lapas)), nurodė, kad bilietų platintojai nėra jų konkurentai, o MB Brand lions nurodė, kad bilietų platintojai gali būti jo konkurentai tolimoje ateityje atsižvelgiant į tai, kad MB Brand lions ketina renginių organizatoriams pasiūlyti savitarnos platformą, per kurią jie galėtų platinti bilietus (plačiau – Nutarimo 3.8.1 dalis). Tuo tarpu dar vienas IT sprendimų kūrėjas – UAB „Lexita“ – nurodė, kad laiko bilietų platintojus savo tolimalais konkurentais, kadangi renginių organizatoriai perka paslaugas iš bilietų platintojų arba IT sprendimą iš UAB „Lexita“ (2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymai į 8 ir 9.1 klausimus (bylos 29 K tomas, 68 lapas, bylos 31 NK tomas, 81-82 lapai)).

Į koncentracijos poveikio vertinimą taip pat neįtraukiami *Fienta Ticketing OÜ*, *Eventbrite Inc.* ir *Resident Advisor Ltd.*, nors koncentracijos dalyviai kaip konkurentus nurodė *Eventbrite Inc.* ir *Resident Advisor Ltd.* valdomas platformas. Koncentracijos nagrinėjimo metu apklausus renginių organizatorius, nei vienas renginių organizatorius nenurodė *Eventbrite Inc.* ar *Resident Advisor Ltd.* kaip koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų konkurentų (juo labiau, artimų konkurentų) ir tik Lietuvos parodų ir kongresų centras „Litexpo“ nurodė *Fienta Ticketing OÜ*, papildomai pakomentuodamas, kad per minėtą platformą yra platinami bilietai į seminarus ir konferencijas (Lietuvos parodų ir kongresų centras „Litexpo“ 2022 m. kovo 16 d. raštas, atsakymai 9 ir 10 klausimus (bylos 17 NK tomas, 5-6 lapai)). Pažymėtina, kad Lietuvos parodų ir kongresų centras „Litexpo“ skyrė tik vieną balą *Fienta Ticketing OÜ* pagal artimumą kiekvienam iš koncentracijos dalyvių (kuo mažesnis balas, tuo mažiau artimas yra nurodytas ūkio subjektas kiekvienam iš koncentracijos dalyvių atsižvelgiant į lyginamų ūkio subjektų teikiamas paslaugas), kas suponuoja, kad Lietuvos parodų ir kongresų centras „Litexpo“ minėto ūkio subjekto nelaiko artimu koncentracijos dalyvių konkurentu, o greičiau – tolimu konkurentu. Renginių organizatoriai per *Eventbrite Inc.* (<https://www.eventbrite.com/d/lithuania/all-events/>, 2022 m. gegužės 26 d. per platformą platinami bilietai į 56 renginius, vyksiančius Vilniuje, Kaune ir Klaipėdoje) ir *Fienta Ticketing OÜ* (<https://fienta.com/?country=lt>, 2022 m. gegužės 26 d. per platformą platinami bilietai į 12 renginių, vyksiančių Lietuvos Respublikoje) valdomas platformas platina bilietus daugiausiai į seminarus ir konferencijas, o *Resident Advisor Ltd.* (<https://ra.co/guide/lt/all>, 2022 m. gegužės 26 d. per platformą platinami bilietai į 11 renginių, vyksiančių Lietuvos Respublikoje) naudojami elektroninės muzikos organizatoriai (Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas taip pat nurodė, kad per šią platformą yra platinami bilietai į elektroninės muzikos renginių organizatorių

dalių įvertinimas<sup>121</sup>. Pranešime apie koncentraciją nurodyta, kad šios pajamos apima komisinių mokesčių, mokesčių už kitas paslaugas ir paslaugos mokesčių<sup>122</sup> (pagal susitarimą su organizatoriumi).

Lentelė Nr. 1

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	Pardavimų vertė (platinimo pajamos, Eur be PVM)				
	2017	2018	2019	2020	2021
NBP	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
TIKETA	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
<b>Koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai kartu:</b>	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Kakava	0	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Ticket Market	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Paysera	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Eventon	0	0	0	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
<b>Bendras rinkos dydis</b>	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]

Lentelė Nr. 2

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	Rinkos dalis pagal pardavimų vertę (platinimo pajamos)				
	2017	2018	2019	2020	2021
NBP	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[40-50]%	[50-60]%
TIKETA	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%
<b>Koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai kartu:</b>	<b>[90-100]%</b>	<b>[90-100]%</b>	<b>[80-90]%</b>	<b>[70-80]%</b>	<b>[70-80]%</b>
Kakava	0,00%	[0-5]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
Ticket Market	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Paysera	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%

organizuojamus renginius). 2022 m. gegužės 26 d. Faktinių aplinkybių užfiksavimo protokolas (bylos 42 NK tomas, 1-2 lapai.). Palyginimui, per Paysera savitarnos platformą 2021 m. buvo išplatinti bilietai į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginius (Paysera 2022 m. gegužės 9 d. raštas Nr. 1756/2022, Priedas Nr. 1 (Lentelė Nr. 1) (bylos 10 K tomas, 12 lapas)). Atitinkamai, *Fienta Ticketing OÜ*, *Eventbrite Inc.* ir *Resident Advisor Ltd.*, pardavimų vertė (platinimo pajamos), išplatintų biletų vertė ir išplatintų biletų kiekiai nėra įtraukiami į vertinimą atsižvelgiant į renginių organizatorių atsakymus, kiekvieno iš šių ūkio subjektų nedideles veiklos apimtį bei specializaciją Lietuvos Respublikoje. Paaikškinimuose *AS Piletilevi Group* teigė, kad aukščiau minėtos savitarnos platformos turėtų būti įtrauktos, kadangi koncentracijos nagrinėjimo metu buvo apklausti tik dalis renginių organizatorių. Kaip Konkurencijos taryba konstatavo Nutarimo 2.1.2 dalyje, koncentracijos nagrinėjimo metu buvo apklaustas reikšmingas skaičius renginių organizatorių, kurie organizuoja įvairius renginius ir kurie bendrai sudaro reikšmingą dalį vertinant visų renginių organizatorių kontekste. Atitinkamai, Konkurencijos tarybos vertinimu, pagrįsta neįtraukti *Eventbrite Inc.*, *Resident Advisor Ltd.* ir *Fienta Ticketing OÜ* į koncentracijos poveikio vertinimą. Vis dėlto, net jei šių ūkio subjektų duomenys būtų įtraukti, jie reikšmingai nepakeistų koncentracijos dalyvių rinkos dalių ir, atitinkamai, koncentracijos poveikio vertinimo.

<sup>121</sup> Šios koncentracijos nagrinėjimo metu Konkurencijos taryba neprašė duomenis pateikusių subjektų atskirti pardavimų susijusiems ūkio subjektams (renginių organizatoriams), atsižvelgiant į tai, kad tam tikri pardavimai turėjo arba turi poveikį rinkos struktūrai nagrinėjamo laikotarpiu (2017–2021 m.) ir (arba) po koncentracijos įgyvendinimo: (a) renginių organizatorius UAB „SEVEN Live“ po koncentracijos nebėra su TIKETA susijęs ūkio subjektas; (b) [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>122</sup> Taikomas galutiniam vartotojui (Pranešimas apie koncentraciją, 12.4 dalis) (bylos 4 K tomas, 90 lapas, bylos 43 K tomas, 54 lapas).



Eventon	0,00%	0,00%	0,00%	[0-5]%	[0-5]%
---------	-------	-------	-------	--------	--------

(87) Iš aukščiau pateiktų duomenų matyti, kad koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai visu nagrinėjamu laikotarpiu užėmė didžiąją atitinkamos rinkos dalį. Nors jų kartu užimama rinkos dalis kiek sumažėjo veiklą pradėjus Kakava, tačiau užimama atitinkamos rinkos dalis išliko itin didelė. Reikšmingesnis koncentracijos dalyvių užimamų rinkos dalių sumažėjimas (dėl skirtingo poveikio skirtingoms renginių kategorijoms, žr. toliau esantį vertinimą pagal išplatintų bilietų vertę) buvo matomas 2020 m., kai buvo įvesti COVID-19 ligos valdymui skirti apribojimai, tačiau jau 2021 m. koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų rinkos dalis vėl išaugo, o rinkos dalies sumažėjimas lyginant 2019 m. ir 2021 m. nebuvo reikšmingas, t. y. rinkos dalis sumažėjo mažiau nei [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. punktais.

(88) Didžiausias pagal užimamą rinkos dalį (pagal pardavimų vertę (platinimo pajamas)) koncentracijos dalyvių konkurentas – Kakava – yra bent [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kartus mažesnis už koncentracijoje dalyvavusius ūkio subjektus. Be to, Kakava platinimo pajamos [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Atsižvelgiant į tai ir vertinant tik pardavimus, dėl kurių vyksta konkurencija rinkoje, Kakava rinkos dalis būtų dar mažesnė. Papildomai paminėtina, jog Kakava akcininkai yra renginių organizatoriai, ir, kaip nurodė Kakava<sup>123</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(89) Likusių konkurentų – Ticket Market, Paysera ir Eventon – kartu užimama rinkos dalis tik 2020 m. viršijo [10-20] proc., kitais metais ji buvo dar mažesnė.

(90) Lentelėse Nr. 3 ir Nr. 4 pateikiami 2017–2021 m. duomenys apie išplatintų bilietų į įvairius renginius vertę. Pažymėtina, kad, nors koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų rinkos dalis išlieka labai didelė ir visu nagrinėtu laikotarpiu viršija 50 proc., palyginus išplatintų bilietų vertės duomenis su duomenimis apie platinimo pajamas, matomas reikšmingas Paysera rinkos dalies padidėjimas<sup>124</sup>. Tai, visų pirma, parodo savitarnos platformų paslaugų kainų galimai reikšmingus skirtumus lyginant su bilietų platinimo per bilietų platintojus paslaugų kainomis.

Lentelė Nr. 3

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	Išplatintų bilietų vertė (Eur be PVM)				
	2017	2018	2019	2020	2021
NBP	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
TIKETA	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
<b>Koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai kartu:</b>	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Kakava	0	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Ticket Market	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Paysera	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Eventon	0	0	0	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
<b>Bendras rinkos dydis</b>	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>123</sup> Kakava 2022 m. gegužės 11 d. raštas, atsakymas į 8 klausimą (bylos 38 K tomas, 8 lapas).

<sup>124</sup> Tuo tarpu remiantis Eventon 2022 m. kovo 28 d. rašto priede Nr. 1 (lentelė Nr. 10) pateiktais duomenimis, viešųjų pirmųjų atveju ši platforma naudojama [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 25 K tomas, 109 lapas).

Lentelė Nr. 4

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	Rinkos dalis pagal išplatintų bilietų vertę				
	2017	2018	2019	2020	2021
NBP	[50-60]%	[50-60]%	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%
TIKETA	[30-40]%	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%
<b>Koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai kartu:</b>	<b>[80-90]%</b>	<b>[80-90]%</b>	<b>[70-80]%</b>	<b>[50-60]%</b>	<b>[50-60]%</b>
Kakava	0,00%	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%
Ticket Market	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Paysera	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%
Eventon	0,00%	0,00%	0,00%	[0-5]%	[0-5]%

(91) Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* teigia, kad koncentracijos dalyvių įtaka rinkoje mažėja, o konkurentų įtaka auga. Tą rodo koncentracijos dalyvių bendros rinkos dalies sumažėjimas nuo [80-90] proc. 2017 m. iki [50-60] proc. 2021 m. Be to, savo rinkos dalį reikšmingai išaugino Kakava, o Paysera rinkos dalies augimas rodo, kad Paysera sėkmingai konkuruoja su koncentracijos dalyviais, nors neteikia pilnos apimties paslaugų.

(92) Kiek tai susiję su Kakava rinkos dalies augimu, atkreiptinas dėmesys, kad, kaip buvo nurodyta aukščiau, Kakava rinkos dalis pagal išplatintų bilietų vertę būtų mažesnė, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pavyzdžiui, Kakava 2019 m. išplatintų bilietų vertę į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginius siekė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. nuo visų Kakava išplatintų bilietų vertės, 2020 m. – apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., o 2021 m. – apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.

(93) Taip pat papildomai reikia įvertinti išplatintų bilietų vertės duomenis pagal atskiras renginių kategorijas, kur pastebimi akivaizdūs vyraujančių aptarnaujamų renginių kategorijų skirtumai, galintys paaiškinti Paysera rinkos dalies padidėjimą 2020–2021 m. ir Kakava rinkos dalies padidėjimą 2020 m.

(94) Bendrai atitinkamoje rinkoje<sup>125</sup> didžiausia renginių kategorija pagal išplatintų bilietų vertę yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS]: 2017–2021 m. laikotarpiu ši kategorija sudarė maždaug [30-40]–[60-70] proc. visos rinkoje išplatintų bilietų vertės<sup>126</sup>. Lyginant priešpandeminį ir pandemijos laikotarpį, ši renginių kategorija sudarė: 2017–2019 m. – maždaug [50-60]–[50-60] proc., o 2020–2021 m. – maždaug [40-50]–[40-50] proc. visos rinkoje išplatintų bilietų vertės. Antra pagal dydį renginių kategorija, lyginant visą 2017–2021 m. laikotarpį, yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – maždaug [10-20]–[20-30] proc. visos rinkoje išplatintų bilietų vertės. Tik 2020 m. prie šios kategorijos priartėjo, o 2021 m. pagal išplatintų bilietų vertę aplenkė renginių kategorija [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>127</sup> (beveik [20-30] proc. išplatintų bilietų vertės). Taip pat 2020 m. buvo beveik dvigubai išaugusi renginių kategorijos [KOMERCINĖ PASLAPTIS] išplatintų bilietų vertės dalis (nuo beveik [5-10] iki [10-20] proc.). Minėta renginių kategorija 2020 m. bendrai atitinkamoje rinkoje užėmė ketvirtą vietą pagal išplatintų bilietų vertę.

(95) Pagal NBP išplatintų bilietų vertę 2017–2021 m. laikotarpiu, renginių kategorija [KOMERCINĖ PASLAPTIS] sudarė apie [60-70]–[70-80] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – apie [10-20]–[20-30] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – iki [0-5] proc., o renginių kategorija [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – iki [5-10] proc. NBP išplatintų bilietų vertės. Vertinant tik 2020 ir 2021 m., minėtos renginių kategorijos buvo pasiskirsčiusios taip: [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [70-80] proc. ir [60-70] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [10-20] proc. ir [10-20] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [0-5] proc. ([KOMERCINĖ

<sup>125</sup> Neįtraukiant Ticket Market, kadangi ši bendrovė neišskaidė duomenų pagal renginių kategorijas. Vis dėlto, atsižvelgiant į itin mažą Ticket Market užimamą rinkos dalį, nėra pagrindo manyti, jog toks neišskaidymas ir, atitinkamai, Ticket Market duomenų nepriskyrimas atitinkamoms renginių kategorijoms galėtų iš esmės pakeisti rezultata.

<sup>126</sup> Faktiškai ši dalis, tikėtina, yra kiek mažesnė, nes Paysera pateikė duomenis ne kategorijoms [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>127</sup> Šiai kategorijai bilietų platintojai paprastai priskiria, pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

PASLAPTIS]) ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [5-10] proc. ir [5-10] proc.

(96) Pagal TIKETA išplatintų bilietų vertę 2017–2021 m. laikotarpiu, renginių kategorija [KOMERCINĖ PASLAPTIS] sudarė apie [20-30]–[50-60] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – apie [20-30]–[40-50] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – iki [0-5] proc., o renginių kategorija [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – iki [10-20] proc. TIKETA išplatintų bilietų vertės. Vertinant tik 2020 ir 2021 m., minėtos renginių kategorijos buvo pasiskirsčiusios taip: [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [30-40] proc. ir [20-30] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [40-50] proc. ir [40-50] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [0-5] proc. ir [0-5] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [5-10] proc. ir [5-10]<sup>128</sup> proc.

(97) Tuo tarpu analizuojant per Paysera savitarnos platformą renginių organizatorių išplatintų bilietų vertę 2017–2021 m. laikotarpiu, renginių kategorija [KOMERCINĖ PASLAPTIS] sudarė apie [10-20]–[20-30] proc.<sup>129</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – iki [5-10] proc. (beveik visu laikotarpiu – iki [0-5] proc.), [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – apie [10-20]–[30-40] proc., o renginių kategorija [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – apie [10-20]–[60-70] proc. per Paysera savitarnos platformą renginių organizatorių išplatintų bilietų vertės. Vertinant tik 2020 ir 2021 m., minėtos renginių kategorijos buvo pasiskirsčiusios taip: [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [10-20] proc. ir [10-20] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [0-5] proc. ir [0-5] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [20-30] proc. ir [10-20] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – atitinkamai [30-40] proc. ir [60-70] proc.

(98) Taigi, palyginus duomenis apie išplatintų bilietų vertę pagal renginių kategorijas matyti, kad nagrinėjamu laikotarpiu koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų pardavimuose išsiskiria bilietų į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginius pardavimai, tuo tarpu Paysera savitarnos platformą naudojančių renginių organizatorių atveju – bilietų į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginių kategoriją pardavimai, taip pat santykinai daug bilietų parduodama į [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(99) Didžiausių renginių organizatorių pardavimų per Paysera savitarnos platformą vertės dalį sudarančių renginių kategorijų bilietų pardavimai rinkoje COVID-19 pandemijos metu krito daug mažiau nei kitų renginių kategorijų pardavimai (apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. lyginant 2020 m. ir 2019 m., tuo tarpu [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.). Be to, renginių kategorijos [KOMERCINĖ PASLAPTIS] išplatintų bilietų vertė 2021 m. bendrai atitinkamoje rinkoje jau net daugiau kaip [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kartus viršijo 2019 m. šios kategorijos išplatintų bilietų vertę.

(100) Šie duomenys paaiškina Paysera dalies reikšmingą padidėjimą 2020–2021 m., taip pat Kakava rinkos dalies padidėjimą 2020 m. Kakava išplatintų bilietų vertė renginių kategorijose [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] 2020 m. buvo išaugusi [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (lyginant su 2019 m.). Šiose renginių kategorijose Kakava išplatintų bilietų vertė sudarė apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] visos 2020 m. šios bendrovės išplatintų bilietų vertės, tuo tarpu kai, pavyzdžiui, 2019 m. ši dalis siekė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., o 2021 m. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.

(101) Vertinant rinkos dalis tik didžiausią koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų pardavimų dalį sudarančiose renginių kategorijose [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir visą Ticket Market išplatintų bilietų vertę priskiriant šioms kategorijoms<sup>130</sup>, NBP ir TIKETA bendra rinkos dalis nagrinėjamu laikotarpiu sudarytų [60-70]–[90-100] proc.<sup>131</sup> Papildomai pastebėtina, jog minėtose renginių kategorijose mažiausią rinkos dalį (viršijančią 60 proc.)

<sup>128</sup> Įskaitant 2021 m. platintus [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bilietus, kuriuos TIKETA buvo išskyrusi į atskirą renginių kategoriją.

<sup>129</sup> Faktiškai ši dalis, tikėtina, yra kiek mažesnė, nes Paysera pateikė duomenis [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>130</sup> Ši bendrovė neišskaidė duomenų pagal renginių kategorijas.

<sup>131</sup> Faktiškai koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų rinkos dalis, tikėtina, būtų dar didesnė, kadangi nėra pagrindo manyti, jog Ticket Market parduoda tik nurodytų kategorijų renginių bilietus; be to, Paysera pateikė duomenis [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai užėmė 2020–2021 m., kai galiojo COVID-19 ligos valdymui nustatyti apribojimai, kurių metu ilgą laiką apskritai buvo uždrausti dideli renginiai. Vertinant tik 2017–2019 m. laikotarpį ši rinkos dalis sudarytų [70-80]–[90-100] proc.

(102) Apibendrinant, koncentracijoje dalyvavusieji ūkio subjektai užima labai didelę rinkos dalį tiek pagal pardavimų vertę (platinimo pajamas), tiek pagal išplatintų bilietų vertę, visu nagrinėjamu laikotarpiu viršijančią 50 proc. Nors atskirų ūkio subjektų (Paysera, Kakava) rinkos dalis pagal pardavimų vertę išaugo pandemijos laikotarpiu, tačiau toks kiekvieno iš minėtų ūkio subjektų rinkos dalių padidėjimas sietinas ne su koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų rinkos galios mažėjimu, o su faktinėmis aplinkybėmis: renginių kategorijomis, kurios nėra pagrindinės koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų aptarnaujamos kategorijos, COVID-19 pandemijos laikotarpio skirtingu poveikiu atskiroms renginių kategorijoms ar skirtingo dydžio renginiams (žr. Nutarimo 3.1.1 dalį dėl uždaroje ir atvirose erdvėse organizuotiems renginiams nustatytų ribojimų, susijusių su maksimaliu žiūrovų skaičiumi ir renginio vietos užpildymu), taip pat Kakava pardavimų [KOMERCINĖ PASLAPTIS] įtaka šios bendrovės veiklos rezultatams.

### 3.1.3. Rinkos dalys pagal pardavimų apimtį (išplatintų bilietų skaičių)

(103) Lentelėse Nr. 5 ir Nr. 6 pateikiami 2017–2021 m. duomenys apie bilietų į įvairius renginius platinimo Lietuvos Respublikoje rinkoje veikiančių ūkio subjektų išplatintų bilietų skaičių ir jų rinkos dalių įvertinimas<sup>132</sup>.

Lentelė Nr. 5

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	Pardavimų apimtį (išplatintų bilietų skaičius, vnt.)				
	2017	2018	2019	2020	2021
NBP	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
TIKETA	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
<b>Koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai kartu:</b>	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Kakava	0	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Ticket Market	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Paysera	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Eventon	0	0	0	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
<b>Bendras rinkos dydis</b>	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]

Lentelė Nr. 6

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	Rinkos dalis pagal pardavimų apimtį (išplatintų bilietų skaičių)				
	2017	2018	2019	2020	2021
NBP	[50-60]%	[50-60]%	[40-50]%	[20-30]%	[30-40]%
TIKETA	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%
<b>Koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai kartu:</b>	<b>[80-90]%</b>	<b>[80-90]%</b>	<b>[70-80]%</b>	<b>[50-60]%</b>	<b>[50-60]%</b>
Kakava	0,00%	[0-5]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
Ticket Market	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[5-10]%
Paysera	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%
Eventon	0,00%	0,00%	0,00%	[0-5]%	[0-5]%

<sup>132</sup> Kaip ir vertinant rinkos dalis pagal pardavimų vertę (žr. paaiškinimą 121 išnašoje), Konkurencijos taryba neprašė duomenis pateikusių subjektų atskirti pardavimų susijusiems ūkio subjektams (renginių organizatoriams).

(104) Iš lentelėje Nr. 6 pateiktų duomenų matyti, kad koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai užima didžiąją rinkos dalį ir pagal išplatintų bilietų skaičių, visu laikotarpiu viršijančią 50 proc. Didžiausi konkurentai – Paysera ir Kakava – pagal išplatintų bilietų skaičių yra, atitinkamai, bent [KOMERCINĖ PASLAPTIS] karto ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kartus mažesni už koncentracijoje dalyvavusius ūkio subjektus.

(105) Ticket Market rinkos dalis visu nagrinėjamu laikotarpiu išliko beveik nepakitusi, išskyrus vienkartinį padidėjimą 2020 m.<sup>133</sup>, ir yra nedidelė, bent [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kartų mažesnė nei koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų bendrai užimama rinkos dalis. Tuo tarpu likusio konkurento – Eventon – rinkos dalis nesiekia [0-5] proc.

(106) Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* teigia, kad koncentracijos dalyvių bendros rinkos dalies (vertinant pagal išplatintų bilietų skaičių) kritimas nuo [80-90] proc. 2017 m. iki [50-60] proc. 2021 m. yra aiškintinas atsižvelgiant į tas pačias aplinkybes, nurodytas Nutarimo (91) pastraipoje, t. y. Kakava ir Paysera rinkos dalių išaugimą.

(107) Vertinant *AS Piletilevi Group* poziciją, pažymėtina, kad Paysera ir Kakava rinkos dalių padidėjimas gali būti paaiškintas tais pačiais argumentais, kaip ir vertinant rinkos dalis pagal pardavimų vertę (nors procentai nėra visiškai identiški) ir nedaro įtakos išvadai dėl koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų užimamos labai didelės rinkos dalies. Taip pat pažymėtina, kad Kakava rinkos dalis pagal išplatintų bilietų skaičių mažėtų, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pavyzdžiui, Kakava 2019 m. išplatintų bilietų skaičius į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginius siekė apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. nuo visų Kakava išplatintų bilietų, 2020 m. – apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., o 2021 m. – apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.

(108) Vertinant rinkos dalis tik didžiausią koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų pardavimų dalį sudarančiose renginių kategorijose [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir visą Ticket Market išplatintų bilietų vertę priskiriant šioms kategorijoms<sup>134</sup>, NBP ir TIKETA bendra rinkos dalis nagrinėjamu laikotarpiu sudarytų [60-70]–[80-90] proc.<sup>135</sup> Papildomai pastebėtina, jog minėtose renginių kategorijose mažiausią rinkos dalį (viršijančią 60 proc.) koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai užėmė 2020–2021 m., kai galiojo COVID-19 ligos valdymui nustatyti apribojimai, kurių metu ilgą laiką apskritai buvo uždrausti dideli renginiai. Vertinant tik 2017–2019 m. laikotarpį, ši rinkos dalis sudarytų [70-80]–[80-90] proc.

(109) Apibendrinant, 2017-2021 m. koncentracijos dalyvių bendra užimama rinkos dalis pagal pardavimų apimtį (išplatintų bilietų skaičių) buvo didesnė nei 50 proc. Nors Paysera ir Kakava rinkos dalys išaugo pandemijos laikotarpiu, tačiau jų rinkos dalių augimas yra sietinas su tuo, kad minėti ūkio subjektai pandemijos laikotarpiu bilietus platino į renginių kategorijas, kurios nebuvo populiariausios koncentracijos dalyvių veikloje, tuo tarpu koncentracijos dalyvių didžiausią pardavimų dalį sudarančių renginių kategorijų organizavimas (ir atitinkamai bilietų platinimas į tokius renginius) buvo reikšmingai ribojamas COVID-19 pandemijos metu taikytų ribojimų (žr. Nutarimo 3.1.1 dalį dėl uždaroje ir atvirose erdvėse organizuotiems renginiams nustatytų ribojimų, susijusių su maksimaliu žiūrovų skaičiumi ir renginio vietos užpildymu). Be to, vertinant Kakava rinkos dalį, turi būti atsižvelgiama į Kakava pardavimų [KOMERCINĖ PASLAPTIS] įtaką šios bendrovės veiklos rezultatams.

<sup>133</sup> Kaip teigia Ticket Market, „2020 m. <...> buvo platinami bilietai į Pakruojo dvaro festivalį renginio vietoje, tačiau mūsų komisinis mokestis buvo labai mažas, todėl bilietų parduota buvo labai daug, o uždarbis buvo labai mažas. Buvo tokios sutarties sąlygos.“ Ticket Market 2022 m. balandžio 12 d. el. laiškas, atsakymas į 3 klausimą (bylos 27 K tomas, 174 lapas, bylos 28 NK tomas, 52 lapas).

<sup>134</sup> Ši bendrovė neišskaidė duomenų pagal renginių kategorijas.

<sup>135</sup> Faktiškai koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų rinkos dalis, tikėtina, būtų dar didesnė, kadangi nėra pagrindo manyti, jog Ticket Market parduoda tik nurodytų kategorijų renginių bilietus; be to, Paysera pateikė duomenis [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

### 3.2. Koncentracijos dalyvių, kaip konkurentų, artumas

(110) Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 28 punkte nurodyta, kad kuo labiau susijungiančių įmonių produktai gali būti tarpusavyje pakeičiami, tuo didesnė tikimybė, kad susijungiančios įmonės žymiai pakels kainas. Labiau tikėtina, kad susijungiančių įmonių noras pakelti kainas bus suvaržytas, jei konkuruojančios įmonės gamina artimus pakaitalus susijungiančių įmonių produktams, nei tada, kai jų siūlomi produktai yra mažiau artimi pakaitalai.

(111) Paaškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad koncentracijos nagrinėjimo metu surinktų duomenų rezultatai nėra pakankami siekiant įvertinti koncentracijos dalyvių artumą, kadangi buvo maža apklaustų renginių organizatorių imtis<sup>136</sup>, be to, renginių organizatorius, kuris nėra naudojėsis visų bilietų platintojų paslaugomis, negali pateikti tinkamo artumo vertinimo, taip pat abejotina tokių duomenų interpretacija<sup>137</sup>. Pagal *AS Piletilevi Group* atliktą vertinimą, didžiajai daliai apklaustų renginių organizatorių artimiausi konkurentai yra abu koncentracijos dalyviai ir Kakava<sup>138</sup>.

(112) Vertinant *AS Piletilevi Group* teiginį, kad tik tų renginių organizatorių, kurie yra išbandę visų bilietų platintojų paslaugas, apklausos rezultatai gali būti naudojami artumo vertinimui, pažymėtina, kad su tokia pozicija nėra pagrindo sutikti. Konkurencijos tarybos vertinimu, jei renginių organizatorius, remdamasis savo turima informacija, mano, kad tam tikras bilietų platintojas negalės jam pasiūlyti tokios pačios paslaugos kaip kitas bilietų platintojas, jis net nesirinks išbandyti tokios paslaugos. Nėra pagrindo teigti, kad toks renginių organizatorius negebėtų tinkamai palyginti bilietų platintojų ir tą galėtų padaryti tik pasinaudojęs visų platintojų paslaugomis.

(113) Didžioji dalis apklaustų renginių organizatorių, pateikusių koncentracijoje dalyvaujančių ūkio subjektų ir jų konkurentų artumo įvertinimą, NBP ir TIKETA įvertino kaip artimiausius konkurentus, t. y. kitiems į palyginimą įtrauktiems ūkio subjektams skyrė mažesnius balus<sup>139</sup> nei, atitinkamai, NBP ar TIKETA. Apie 55 proc. daugiau renginių organizatorių artimiausiais konkurentais laiko NBP ir TIKETA, lyginant su renginių organizatoriais, kurie vienodai artimais laiko ir Kakava ar, pavieniais atvejais, ir Ticket Market<sup>140</sup>. Dar mažesnio skaičiaus renginių organizatorių vertinimu, Kakava yra artimiausia konkurentė vienam iš koncentracijos dalyvių<sup>141</sup>. Tuo tarpu Ticket Market nei vienu atveju nebuvo išskirta kaip artimiausia konkurentė bent vienam iš koncentracijos dalyvių.

(114) Atskirai vertinant renginių organizatorių balus, suteiktus NBP konkurentams ir TIKETA konkurentams, rezultatai rodo, kad:

- (a) vertindami NBP konkurentus, 18 renginių organizatorių mano, jog artimiausias konkurentas yra TIKETA (t. y. kitiems konkurentams skiria mažesnę balą ar jo apskritai neskiria), 13 renginių organizatorių laiko Kakava bent tiek pat artimu ar artimesniu

<sup>136</sup> Konkurencijos tarybos argumentai dėl apklausto reikšmingo renginių organizatorių skaičiaus yra pateikti Nutarimo 2.1.2 dalyje.

<sup>137</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 8 psl. (bylos 46 K tomas, 10 lapas).

<sup>138</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 8 psl. (bylos 46 K tomas, 10-12 lapai).

<sup>139</sup> Koncentracijos nagrinėjimo metu apklausiamų renginių organizatorių buvo prašoma įvertinti pačių koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų nurodytų konkurentų artumą balais (nuo 0 (nėra artimas) iki 5 (yra artimas)). Konkurencijos tarybos 2022 m. kovo 3 d. raštas Nr. (2.41Mr-46)6V-261 (bylos 15 NK tomas, 1-14 lapai).

<sup>140</sup> Tuo atveju, jeigu renginių organizatorius pateikė NBP ir TIKETA konkurentų artumo vertinimo lenteles, kuriose vertinimai skyrėsi, konservatyvaus vertinimo tikslais naudota koncentracijos dalyviams naudingesnė lentelė (t. y. ta, kurioje konkurentai vertinami palankiau).

<sup>141</sup> Uždaroji akcinė bendrovė „BLIKAS“, Koncertinės įstaigos Lietuvos nacionalinės filharmonijos ir VšĮ „Geros muzikos ekspertai“ vertinimu, Kakava yra už NBP artimesnė TIKETA konkurentė. Tuo tarpu NBP konkurentų atžvilgiu šių renginių organizatorių nuomonės išsiskiria: uždaroji akcinė bendrovė „BLIKAS“ vertinimu, TIKETA yra už Kakava artimesnė NBP konkurentė, tuo tarpu Lietuvos nacionalinė filharmonija ir VšĮ „Geros muzikos ekspertai“ vertina Kakava ir TIKETA kaip lygiavertes konkurentes NBP atžvilgiu. UŽDAROSIOS AKCINĖS BENDROVĖS RADIJO STOTIES „ULTRA VIRES“ ir Lietuvos krepšinio federacijos vertinimu, Kakava yra už TIKETA artimesnė NBP konkurentė, taip pat lygiavertė su NBP konkurentė TIKETA atžvilgiu.

konkurentu (t. y. skiria tokį patį (11) ar didesnę (2) balą nei TIKETA atžvilgiu), o 6 renginių organizatoriai bent tiek pat artimu konkurentu laiko Ticket Market<sup>142</sup>;

- (b) vertindami TIKETA konkurentus, 20 renginių organizatorių mano, jog artimiausias konkurentas yra NBP (t. y. kitiems konkurentams skiria mažesnę balą ar jo apskritai neskiria), 13 renginių organizatorių laiko Kakava bent tiek pat artimu ar artimesniu konkurentu (t. y. skiria tokį patį (10) ar didesnę (3) balą nei TIKETA atžvilgiu), o 2 renginių organizatoriai bent tiek pat artimu konkurentu laiko Ticket Market.

(115) Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė savo vertinimą, pagal kurį koncentracijos dalyviai ir Kakava yra artimiausi konkurentai, tačiau pasirinkta metodika kelia abejonių. Pažymėtina, kad minėta *AS Piletilevi Group* išvada yra paremta tuo, kad net jei renginio organizatoriaus įvertis skiriasi vienu balu, pavyzdžiui, renginių organizatorius skyrė Kakava 4, o koncentracijos dalyviams po 5 balus, tai tokiu atveju *AS Piletilevi Group* laiko, kad tiek koncentracijos dalyviai, tiek Kakava yra vienodai artimi<sup>143</sup>. Vis dėlto, neaišku, kodėl bent vienu balu mažesnis įvertinimas turėtų reikšti, kad renginių organizatoriai laiko Kakava tiek pat artimu konkurentu. Darytina išvada, kad tokia metodika yra nepagrįsta, kadangi neatsižvelgia į renginių organizatorių nuomonę, todėl pritaikius tokią metodiką gauti rezultatai nėra pagrįsti.

(116) Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* taip pat nurodė, kad Kakava yra pagrindinis NBP konkurentas, nes Kakava turi reikalingą patirtį, renginių organizatorių teigiamai vertinamą bilietų platinimo sistemą, o fizinių kasų tinklo dydis nėra svarbus vertinant artumą. Taip pat tai, kad Kakava gali konkuruoti su NBP, parodo Kakava rinkos dalies išaugimas per jos veiklos laikotarpį<sup>144</sup>.

(117) Vertinant aukščiau minėtus argumentus, pažymėtina, kad, kaip nustatyta koncentracijos nagrinėjimo metu, NBP ir TIKETA teikia iš esmės analogiško pobūdžio bilietų į įvairius renginius platinimo per centralizuotus platintojus paslaugas, įskaitant teikiamas papildomas paslaugas, ir turi beveik vienodo dydžio fizinių kasų tinklą (NBP turi apie 140 kasų, o TIKETA – apie 130 kasų). Tuo tarpu Kakava turi [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kasas<sup>145</sup>, o atsižvelgiant į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] sustabdytą bendradarbiavimą su MAXIMA LT, UAB<sup>146</sup>, šios bendrovės faktinis fizinių kasų tinklas yra mažesnis ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] kasų). Rinkos dalių dinamika 2017–2021 m. laikotarpiu atspindi nuolatinę didelį NBP ir TIKETA bendrą atotrūkį nuo Kakava, kuris būtų dar didesnis vertinant tik didžiausią koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų pardavimų dalį sudarančias renginių kategorijas [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Be to, kaip minėta, reikšmingai mažesnis skaičius renginių organizatorių Kakava pagal teikiamas paslaugas laiko artimiausiu koncentracijos dalyvių konkurentu. Galiausiai, vertinant Kakava rinkos dalį, reikia atsižvelgti ir į pardavimus [KOMERCINĖ PASLAPTIS], kadangi jos rinkos dalis vertinant pagal pardavimų apimtį ir pardavimų vertę mažėtų, jeigu nebūtų įtraukti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (žr. Nutarimo 3.1.2 ir 3.1.3 dalis). Atsižvelgiant į šiuos duomenis, daroma išvada, kad Kakava yra tolimesnis koncentracijos dalyvių konkurentas, negu koncentracijos dalyviai vienas kitam.

(118) Kiek tai susiję su Ticket Market, Eventon ir Paysera artumu koncentracijos dalyviams, Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* pakartojo renginių organizatorių apklausos metodikos trūkumus, kuriuos Konkurencijos taryba jau įvertino<sup>147</sup>. *AS Piletilevi Group* taip pat nurodė, kad fizinių kasų

<sup>142</sup> Tuo atveju, jei artimu konkurentu būtų laikomas tik 5 arba, nesant tokio įvertinimo, 4 balus gavęs ūkio subjektas, NBP konkurentų vertinimas pasiskirstytų taip: 6 renginių organizatorių nuomone, NBP neturi artimų konkurentų (daugiausia balų surinkęs konkurentas gavo 3 arba mažiau balų), 16 renginių organizatorių artimiausiu konkurentu laiko TIKETA, 11 renginių organizatorių laiko Kakava bent tiek pat artimu ar artimesniu konkurentu (t. y. skiria tokį patį (9) ar didesnę (2) balą nei TIKETA atžvilgiu), o 4 renginių organizatoriai bent tiek pat artimu konkurentu laiko Ticket Market.

<sup>143</sup> Pavyzdžiui, VŠĮ „Vabalo filmai“ skyrė koncentracijos dalyviams po 5, o Kakavai – 4 pagal artumą kiekvienam koncentracijos dalyviui (bylos NK 15 tomas, 109 lapas).

<sup>144</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 11-12 psl. (bylos 46 K tomas, 13-14 lapai).

<sup>145</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 3) (bylos 25 K tomas, 154 lapas).

<sup>146</sup> MAXIMA LT, UAB 2022 m. balandžio 1 d. raštas, atsakymas į 8.2 klausimą (bylos 30 K tomas, 10 lapas).

<sup>147</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 12-13 psl. (bylos 46 K tomas, 14-15 lapai).

svarba yra pervertinama, o Paysera rinkos dalies augimas suponuoja, kad daliai renginių organizatorių platinant bilietus nėra svarbu savitarnos sistemos sėdimų vietų funkcionalumo neturėjimas.

(119) Vertinant *AS Piletilevi Group* teiginius, pažymėtina, kad iš nurodytų trijų ūkio subjektų tik Ticket Market yra bilietų platintojas, turintis 40 fizinių kasų tinklą<sup>148</sup>. Vis tik turint omenyje galimą Ticket Market veiklos lokalumą<sup>149</sup>, mažesnę fizinių kasų tinklą, Konkurencijos taryba vertina, kad Ticket Market yra dar tolimesnis koncentracijos dalyvių konkurentas nei Kakava.

(120) Kiek tai susiję su Paysera artumo koncentracijos dalyviams vertinimu, pažymėtina, kad Konkurencijos taryba Nutarimo 3.1.2 ir 3.1.3 dalyse įvertino Paysera rinkos dalies augimo priežastis. Tačiau vertinant kitus *AS Piletilevi Group* teiginius, atkreiptinas dėmesys, kad koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, jog didžiajai daliai renginių organizatorių yra svarbu bilietų platintojų teikiamos papildomos paslaugos ir galimybė platinti bilietus per fizines kasas. Beveik visi renginių organizatoriai, kurie vertindami Paysera artumą koncentracijos dalyviams, skyrė Paysera vienokį ar kitokį balą<sup>150</sup>, taip pat nurodė, jog jiems yra reikalingas bilietų platinimas fizinėse kasose – paslauga, kurios Paysera faktiškai neteikia<sup>151</sup>. Todėl vien tik dėl šio aspekto Paysera (ar kiti savitarnos platformas valdantys ūkio subjektai) nėra laikoma artima koncentracijos dalyvių konkurente. Atsižvelgiant į pateiktus argumentus, Paysera nesudarys konkurencinio spaudimo koncentracijoje dalyvavusiems ūkio subjektams tų renginių organizatorių ar bent dalies jų organizuojamų renginių atveju, ypač jei toks renginių organizatorius pats nevaldo fizinių kasų ar valdomas fizinių kasų skaičius jam yra nepakankamas.

(121) Didžioji dalis balą Paysera skyrusių renginių organizatorių taip pat nurodė, kad nepereitų prie bilietų platinimo savitarnos platformų, jei bilietų platinimo paslaugų kainos pakiltų 5–10 proc., arba (pavieniai) – kad nėra susipažinę su atitinkama paslauga, todėl negali atsakyti į klausimą.

(122) Taip pat atsižvelgiant į tai, kad renginių organizatoriai per Paysera platformą gali [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>152</sup>, Paysera šiuo metu negalėtų suteikti paslaugų didesnių renginių su sėdimomis vietomis organizatoriams.

(123) Paysera paslaugomis besinaudojantis renginių organizatorius VšĮ „Metų pramogos“ taip pat pažymėjo<sup>153</sup>: „Beveik visada naudojames tik bilietų platintojais. Paysera.lt naudojames tik rengdami ypač mažo kalibro koncertus“ (iki 500 žiūrovų).

(124) Kakava teigimu<sup>154</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Nors Kakava nurodė [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Papildomai paminėtina, jog [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>155</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(125) Ticket Market nurodė laikanti Paysera savo konkurente „vertinant pagal jų teikiamą, vykdomą paslaugą – renginių bilietų platinimą“, tačiau nepriskyrė šios bendrovės prie artimesnių konkurentų, tarp kurių pateko NBP, TIKETA ir Kakava<sup>156</sup>.

(126) Savo konkurentais Paysera nurodė laikanti<sup>157</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>148</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 3) (bylos 28 NK tomas, 48-51 lapai).

<sup>149</sup> Vilniaus teatras „Lėlė“ 2022 m. kovo 17 d. raštas Nr. R2-23, atsakymas į 17 klausimą (bylos 18 NK tomas, 149 lapas).

<sup>150</sup> Absoliuti dauguma iš jų skyrė 3 ar mažiau balų iš 5 galimų. Vienas renginių organizatorius skyrė 5 balus, tačiau jis apskritai nebeperka bilietų platinimo paslaugų.

<sup>151</sup> Paysera platforma nesudaro galimybės įsigyti bilietus fizinėse kasose, tačiau suteikia galimybę organizatoriams susikurti Paysera platformoje kasininkams prisijungimus ir pardavinėti bilietus, sugeneruotus Paysera platformoje, savo fizinėse vietose patiems. Paysera 2022 m. gegužės 9 d. raštas Nr. 1756/2022, atsakymas į 5 klausimą (bylos 9 NK tomas, 59 lapas, bylos 10 K tomas, 10-11 lapai). Paysera nurodė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 10 K tomas, 17 lapas).

<sup>152</sup> Paysera 2022 m. gegužės 9 d. raštas Nr. 1756/2022, atsakymas į 2 klausimą (bylos 10 K tomas, 10 lapas).

<sup>153</sup> VšĮ „Metų pramogos“ 2022 m. kovo 15 d. raštas, atsakymai į 12.2 ir 13 klausimą (bylos 16 NK tomas, 42 lapas).

<sup>154</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 52.1 klausimą (bylos 25 K tomas, 152 lapas).

<sup>155</sup> Pavyzdžiui, *Eventbrite Inc.*, IT sprendimus (įskaitant bilietų platinimo IT sprendimus) kuriančios bei siūlančios bendrovės (pavyzdžiui, *OÜ Markus Software*, *KoobinEvent S.L.*, *FCR Media Lietuva*, *UAB*, *UAB NFQ Technologies*, uždaroji akcinė bendrovė „Nsoft“). Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 51 klausimą (bylos 25 K tomas, 152 lapas).

<sup>156</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymai į 51 ir 52.1 klausimus (bylos 28 NK tomas, 42 lapas).

<sup>157</sup> Paysera 2022 m. gegužės 9 d. raštas Nr. 1756/2022, atsakymas į 7 klausimą (bylos 10 K tomas, 10 lapas).



(127) Eventon pažymėjo laikanti Paysera savo konkurente, kadangi pastaroji „*orientuojasi į nišinius renginius ir jų platforma pagrįsta savitarnos principu su platesniu funkcionalumu kaip ir mūsų*“; tuo tarpu, pavyzdžiui, NBP, TIKETA, Kakava ir Ticket Market nebuvo priskirti prie konkurentų, nes yra „*orientuoti į areninius renginius, o mes į nišinius renginius be sėdimų vietų. Be to Eventon platforma yra pagrįsta savitarnos principu*“<sup>158</sup>.

(128) Atitinkamai, atsižvelgiant į aukščiau pateiktus argumentus, Paysera teikiamos paslaugos skiriasi nuo koncentracijos dalyvių teikiamų paslaugų.

(129) Kiek tai susiję su Eventon artumo koncentracijos dalyviams vertinimu, Eventon nurodė, kad gali bilietus platinti tik internetu, negali platinti bilietų į sėdimas vietas, kadangi tam reikėtų papildomo funkcionalumo<sup>159</sup>. Tik du renginių organizatoriai, vertindami Eventon, skyrė šiai bendrovei 1 balą – vienas be jokio komentaro, o kitas nurodė: „*Nežinome tokios sistemos*“. Galiausiai, Kakava ir Ticket Market nurodė nelaikanti Eventon konkurente.

(130) Be to, Paysera ir Eventon kainodara skiriasi nuo NBP, TIKETA, Kakava ir Ticket Market. Pastarųjų bilietų platintojų veiklos modelis yra pagrįstas kainodara, pagal kurią renginių organizatoriui yra taikomas komisinis mokestis ir mokestis už papildomas paslaugas (pavyzdžiui, kvietimų spausdinimą), o vartotojui (pirkėjui) – fiksuotas paslaugos mokestis (Eur) ir galimi papildomi mokesčiai (pavyzdžiui, jei taip pat mokamas mokestis renginio vietai ar kt.). Tuo tarpu Paysera nurodo<sup>160</sup> taikanti komisinį mokestį, kurio dydis (proc. su nustatyta minimalia ir maksimalia riba Eur) priklauso nuo sistemos naudotojo paskutinių 30 d. operacijų skaičiaus ir paskutinių 30 d. apyvartos. Eventon turi dviejų tipų kainodarą: abonentinį mokestį arba mokestį už parduotą bilietą, kuris priklauso [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>161</sup>. Eventon taip pat nurodė, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(131) Apibendrinant, Paysera ir Eventon laikytini itin tolimais koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų konkurentais. Paysera ir Eventon teikia savitarnos platformų paslaugas su apribojimais dėl renginių su sėdimomis vietomis (Paysera) ar apskritai be galimybės naudotis platforma renginiams su sėdimomis vietomis (Eventon), labiau ribotomis papildomomis paslaugomis, itin ribota galimybe platinti bilietus per fizines kasas (Paysera) ar apskritai be tokios galimybės (Eventon), jų abiejų kainodara skiriasi nuo bilietų platintojų. Minėtų bendrovių veikloje dominuoja renginių kategorijos [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir (arba) [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Tai rodo, kad Paysera ir Eventon orientuojasi ir renginių organizatoriai jų paslaugomis naudojami kitų kategorijų renginių bilietų platinimui, lyginant su koncentracijos dalyvių paslaugomis.

(132) Pranešime apie koncentraciją<sup>162</sup> buvo pateikti duomenys apie renginių organizatorius, 2018–2021 m. pradėjusius ar nutraukusius bendradarbiavimą su koncentracijoje dalyvavusiais ūkio subjektais. Vis dėlto, šie duomenys negali būti panaudoti konkurencinio artumo vertinimui. Visų pirma, Pranešime apie koncentraciją yra pateikiami tik duomenys apie bendrą tokių renginių organizatorių skaičių ir bendras iš jų gautas pajamas, taip pat, kokia dalis šių renginių organizatorių atėjo iš vieno koncentracijoje dalyvavusio ūkio subjekto pas kitą. Minėti duomenys neparodo, ar visi vadinamieji „nauji organizatoriai“ prieš tai naudojami koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų konkurentų (ir kokių) paslaugomis, o ne, pavyzdžiui, tiesiog atitinkamu laikotarpiu pradėjo renginių organizavimo veiklą ir (arba) bilietų platinimą į savo organizuojamus renginius; šie duomenys neparodo ir to, ar, pavyzdžiui, visi „nauji organizatoriai“ naudojami NBP ar TIKETA paslaugomis visiems savo organizuojamiems renginiams, ar tik siekdami organizuoti tam tikrą renginį (renginius) tam tikroje renginių vietoje (vietose). Atitinkamai ir „išėjusių kitur“ organizatorių atveju nėra aišku, ar jie pasirinko kažkurį NBP ir TIKETA konkurentą, pakeitė bilietų platinimo būdą, apskritai nustojo organizuoti renginius, o gal nustojo platinti bilietus į savo organizuojamus renginius. Konkurencijos

<sup>158</sup> Eventon 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 51 klausimą (bylos 25 K tomas, 82 lapas, bylos 26 NK tomas, 83 lapas).

<sup>159</sup> Eventon 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 13.1 klausimą (bylos 25 K tomas, 75 lapas, bylos 26 NK tomas, 76 lapas).

<sup>160</sup> Informacija apie Paysera įmokų surinkimo per el. bankininkystę ir kitas sistemas įkainiai nuo 2022 m. balandžio 11 d. Prieiga internetu: <https://www.paysera.com/v2/lt/kainos/imoku-surinkimas-internetu>

<sup>161</sup> Eventon 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 43.5 klausimą (bylos 25 K tomas, 81 lapas).

<sup>162</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 12.2 dalis (bylos 4 K tomas, 105-106 lapai).

tarybai paprašius<sup>163</sup> pateikti duomenis apie konkrečius renginių organizatorius, kurie 2017–2021 m. pradėjo bendradarbiauti ar nutraukė bendradarbiavimą su NBP ir TIKETA, be kita ko, atspindinčius ir ankstesnio ar naujo bilietų platintojo pavadinimą (jei jis žinomas), taip pat perėjimo pobūdį (dėl visų renginių, dėl tam tikrų renginių, dėl konkretaus renginio), koncentracijoje dalyvavę ūkio subjektai pateikė<sup>164</sup> kiek patikslintus tuos pačius bendrus skaičius, kurie buvo nurodyti Pranešime apie koncentraciją. Atsižvelgiant į tai, koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų pateikti duomenys apie renginių organizatorius, pradėjusius ar nutraukusius bendradarbiavimą su koncentracijoje dalyvavusiais ūkio subjektais, nėra tinkami vertinant konkurentų artumą. Konkurencijos taryba laiko nepagrįstais *AS Piletilevi Group* teiginius, kad aukščiau minėti duomenys buvo reikalingi siekiant visapusiškai įvertinti koncentracijos pasekmes<sup>165</sup>, o be jų – vertinimas yra nepagrįstas. Pažymėtina, kad konkurentų artumą pagrindžiančių aplinkybių sąrašas nėra baigtinis, o aukščiau pateiktų argumentų pakanka siekiant nustatyti, kad būtent koncentracijos dalyviai yra artimiausi konkurentai (koncentracijos dalyvių artumas vienas kitam ir galimas artumas su kiekvienu konkurentu buvo vertinamas atsižvelgiant į aukščiau aptartų ūkio subjektų teikiamas paslaugas, jų pačių vertinimus apie kitų ūkio subjektų teikiamas paslaugas, renginių organizatorių vertinimą ir kitas aplinkybes).

(133) Atsižvelgiant į aukščiau išdėstytus argumentus, darytina išvada, jog NBP ir TIKETA yra artimiausi vienas kito konkurentai. Kakava yra tolimesnis tiek NBP, tiek TIKETA konkurentas, o Ticket Market – dar tolimesnis. Tuo tarpu Paysera ir Eventon laikytini itin tolimesniais koncentracijoje dalyvavusių ūkio subjektų konkurentais; Paysera ir Eventon iš esmės negali patenkinti daugumos renginių organizatorių poreikių – pavyzdžiui, platinti bilietus per fizines kasas, bilietus į renginius su sėdimomis vietomis (tam tikro dydžio renginius ar apskritai) ir pan. – todėl didelei daliai renginių organizatorių nėra alternatyva koncentracijos dalyviams.

### 3.3. Klientų galimybės pakeisti tiekėją

(134) Vadovaujantis Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 31 punktu, klientai turi ribotas galimybes pakeisti tiekėją, jeigu rinkoje yra mažai alternatyvių tiekėjų arba jie susidurtų su didelėmis keitimo išlaidomis. Susijungimas gali paveikti tokių klientų gebėjimą apsiginti nuo kainų padidinimo. Taip ypač gali įvykti, jei klientai naudojami abiejų susijungiančių šalių pasiūla taip siekdami konkurencinių kainų.

(135) Atsižvelgiant į koncentracijos nagrinėjimo metu nustatytus ūkio subjektus, veikiančius bilietų į įvairius renginius platinimo Lietuvos Respublikoje rinkoje, po koncentracijos iš šešių atitinkamoje rinkoje veikusių ūkio subjektų liko penki. Vis tik vertinant, kad prieš koncentraciją tik keturi, t. y. NBP, TIKETA, Kakava ir Ticket Market, iš šešių atitinkamoje rinkoje veikusių ūkio subjektų siūlė plačiausią spektrą bilietų platinimo paslaugų – bilietų platinimą internetu ir per fizines kasas, su sėdimomis vietomis ir į įvairaus dydžio renginius – darytina išvada, kad klientams (renginių organizatoriams) pasirinkimas sumažėjo nuo keturių iki trijų bilietų platintojų.

(136) Po koncentracijos renginių organizatorių galimybes keisti tiekėją labiausiai ribos tai, kad susijungę du artimiausi konkurentai, o likę konkurentai yra tolimesni arba itin tolimi konkurentai koncentracijos dalyviams ir nesudaro tokio konkurencinio spaudimo kaip iki koncentracijos vienas kitam sudarė koncentracijos dalyviai (žr. Nutarimo 3.2 dalį).

(137) Renginių organizatorių galimybes riboja ne tik tai, kad dėl koncentracijos susijungę du artimiausi konkurentai, kuriems po koncentracijos likusių konkurentų daromas konkurencinis

<sup>163</sup> 2022 m. balandžio 4 d. raštas Nr. (2.41Mr-46)6V-402, klausimai Nr. 31 ir 32 (bylos 5 K tomas, 5 lapai, bylos 6 NK tomas, 5 lapai).

<sup>164</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. balandžio 28 d. raštas. Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 8 ir Nr. 9) (bylos 7 K tomas, 82 lapas) ir Priedas Nr. 2 (lentelė Nr. 8 ir Nr. 9) (bylos 7 K tomas, 98 lapas).

<sup>165</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 10 psl. (bylos 46 K tomas, 12 lapas).

spaudimas yra ribotas, tačiau ir tai, kad renginių organizatoriai su koncentracijos dalyviais turi išimtinus susitarimus dėl bilietų platinimo<sup>166</sup>.

(138) Kiek tai susiję su TIKETA, Pranešime apie koncentraciją<sup>167</sup> nurodyta, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS] TIKETA išsiuntė pranešimą visiems savo renginių organizatoriams, įskaitant ir tuos renginių organizatorius, kurių atžvilgiu toks įpareigojimas nebuvo nustatytas, jog TIKETA vienašališkai atsisako išimtinių nuostatų. Tuo pačiu Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė, kad sutarčių, kuriose yra įtvirtintas išimtinumas tarp TIKETA ir atitinkamo renginio organizatoriaus, keisti nemato poreikio<sup>168</sup>. Pranešime apie koncentraciją taip pat nurodyta, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>169</sup>. Šabloninėje sutartyje taip pat numatyta [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>170</sup>.

(139) Pažymėtina, kad nepaisant to, kad Pranešime apie koncentraciją buvo nurodyta, jog [KOMERCINĖ PASLAPTIS] TIKETA vienašališkai atsisakė išimtinumo ir nurodė, kad ateityje, jeigu reikės persirašyti sutartis, tokių nuostatų neįtrauks<sup>171</sup>, faktinis TIKETA elgesys atskleidžia priešingai. Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad 2022 m. TIKETA su [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>172</sup> pasirašė bilietų platinimo sutartį, kurioje numatyti analogiški įpareigojimai. Minėtoje sutartyje taip pat numatytos [KOMERCINĖ PASLAPTIS], kaip ir šabloninėje sutartyje. Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* dar kartą išdėstė savo nuomonę, kad ji nėra sudariusi išimtinumo susitarimų su renginių organizatoriais, o išimtinumo susitarimai su [KOMERCINĖ PASLAPTIS] buvo sudaryti per klaidą<sup>173</sup>. Vis tik vertinant *AS Piletilevi Group* teiginius, pažymėtina, kad TIKETA [KOMERCINĖ PASLAPTIS] vienašalis pareiškimas negali būti vertinamas vienareikšmiškai turint omenyje, kad po kiek daugiau nei [KOMERCINĖ PASLAPTIS] TIKETA vėl sudarė sutartį, kurioje buvo numatyti išimtinumo įsipareigojimai. Atitinkamai, negalima daryti išvados, kad TIKETA neturi išimtinumo susitarimų su renginių organizatoriais, nes jos faktinis elgesys atskleidžia kitaip.

(140) Nagrinėjimo metu, išanalizavus Konkurencijos tarybai pateiktas sutartis, galiojančias bent vienerius metus, nustatyta, kad aptarta nuostata, numatanti renginių organizatoriui apribojimus pasirenkant kitą bilietų platintoją ar platinimo būdą, buvo įtvirtinta TIKETA sutartyse [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>174</sup>. Nustatyta, kad paprastai [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>175</sup>, t. y. [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Todėl tuo atveju, jeigu renginių organizatorius pažeistų nuostatą, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Buvęs TIKETA klientas VšĮ „Metų pramogos“ patvirtino, kad TIKETA renginio organizatoriaus prisiimtų įsipareigojimų laikymąsi siekė įgyvendinti ir praktiškai: „*Su Tiketa.lt todėl ir nedirbame, kad jie vieninteliai Lietuvoje taikė šantažo principą, naudodamiesi prisirišimu prie tam tikrų renginio vietų, ir jei tu per juos nedarydavai bilietų platinimo per visus pvz atlikėjo turo koncertus, jie taikydavo tau [KOMERCINĖ PASLAPTIS], kurio tau jau nebepasiseka priimti.*“<sup>176</sup>

(141) Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad aukščiau aptarta nuostata reiškia, kad esant tam tikroms aplinkybėms sutarties šalys [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>177</sup>. Vertinant šiuos

<sup>166</sup> Išimtinis susitarimas suprantamas kaip susitarimas, pagal kuriuos bilietų platintojas ir renginio organizatorius susitaria, kad bilietų platintojas platins bent 80 proc. bilietų į atitinkamo renginių organizatoriaus renginius. Koncentracijos vertinimo tikslais buvo vertinamos ne pavieniams renginiams sudaromos sutartys. Vertintos sutartys paprastai yra sudaromos vieneriems metams su automatiniu pratęsimo galimybe neribojant pratęsimų skaičiaus.

<sup>167</sup> Pranešimas apie koncentraciją, priedas Nr. 13 (bylos 4 K tomas, 141 lapas).

<sup>168</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 13.3 dalis (bylos 4 K tomas, 102 lapas).

<sup>169</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 10 priedas, 38 punktas (bylos 4 K tomas, 141 lapas).

<sup>170</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 10 priedas, 63 punktas (bylos 4 K tomas, 141 lapas).

<sup>171</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 13.3 dalis (bylos 4 K tomas, 102 lapas).

<sup>172</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Išimtinumą numato 38 punktas, o [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – 64 punktas (bylos 11 K tomas, 4-16 lapai).

<sup>173</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 13-14 psl. (bylos 46 K tomas, 15-16 lapai).

<sup>174</sup> Pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 24 K tomas, 52-60 lapai).

<sup>175</sup> Pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 24 K tomas, 52-60 lapai).

<sup>176</sup> VšĮ „Metų pramogos“ 2022 m. kovo 15 d. raštas, atsakymas į 18 klausimą (bylos 16 NK tomas, 43 lapas).

<sup>177</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 14 psl. (bylos 46 K tomas, 16 lapas).

teiginius, atkreiptinas dėmesys, kad, vadovaujantis tipine nuostata<sup>178</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Todėl, renginių organizatoriui pažeidus išimtinumo susitarimą, renginių organizatorius [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Atitinkamai, vertinant aptariamą nuostatą ir joje numatytas pasekmes, galima daryti išvadą, kad tokios pasekmės galėtų daryti reikšmingą įtaką renginių organizatoriaus sprendimui ir jį riboti renkantis bilietų platintoją.

(142) Tuo tarpu, kiek tai susiję su NBP, Pranešime apie koncentraciją nurodyta, kad tokio pobūdžio susitarimų NBP su renginių organizatoriais nėra sudaręs, išskyrus kiek tai susiję su bilietų platinimu į konkretų renginį<sup>179</sup>. Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* savo poziciją dar kartą pakartojo bei nurodė, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>180</sup>.

(143) Vertinant *AS Piletilevi Group* poziciją, kad NBP turi išimtinumo susitarimus, kiek tai susiję dėl konkrečių renginių, pažymėtina, kad tokia pozicija neatitinka koncentracijos nagrinėjimo metu nustatytų aplinkybių. [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>181</sup>. Pažymėtina, kad Konkurencijos tarybai pateiktų sutarčių, sudarytų ne konkrečiam renginiui ar renginiams<sup>182</sup>, analizė rodo, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS] dalyje sutarčių aptariamą išimtinumo nuostatą buvo įtvirtintos ir praktiškai<sup>183</sup>. Tuo tarpu, tais atvejais, kai išimtinumo susitarimai būdavo susiję tik su konkrečiais renginiais, tai NBP sutartyse būdavo aiškiai nurodoma<sup>184</sup>. Galiausiai, pažymėtina, kad įvykus NBP ir UAB „Bilietų pasaulis“ susijungimui<sup>185</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>186</sup>. Taigi, atsižvelgiant į nagrinėjimo metu surinktus duomenis, darytina išvada, kad NBP yra sudariusi išimtinumo susitarimų su renginių organizatoriais ne tik dėl konkrečių renginių, bet ir dėl visų renginių, kurie yra organizuojami konkrečiam renginių organizatoriaus.

(144) Kiek tai susiję su [KOMERCINĖ PASLAPTIS], taikytini aukščiau nurodyti Konkurencijos tarybos argumentai, pateikti vertinant analogiškus teiginius dėl TIKETA [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Vis tik atkreiptinas dėmesys, kad koncentracijos nagrinėjimo metu apklausti koncentracijos dalyvių klientai – renginių organizatoriai – nurodė, kad išimtinumo susitarimai turėjo įtakos sprendžiant dėl bilietų platintojo pasirinkimo. [KOMERCINĖ PASLAPTIS] taip pat ribojo, pavyzdžiui, VšĮ „Reventis“ sprendimą rinktis vieną ar kitą bilietų platintoją: „*Taip, mano sutartyje yra punktas: „...kiek tai leidžia teisės aktai, be atskiro rašytinio Platintojo sutikimo Organizatorius išsipareigoja neplatinti Bilietų per jokią kitą ūkio subjektą.“ Todėl alternatyviomis platinimo priemonėmis nesinaudojau.*“<sup>187</sup> Dalis apklaustų koncentracijos dalyvių klientų (renginių organizatorių) nurodė, kad paprastai pavyksta susitarti su bilietų platintoju net ir esant sutartyje numatytoms išimtinumą numatančiomis sąlygomis. Pavyzdžiui, VšĮ „Juoko kalvė“ nurodė, kad „*NBP supranta, kad viena renginio vieta, kurioje darome renginius, dirba tik su Ticket Market, kliūčių nedaro.*“<sup>188</sup> Šie VšĮ „Juoko kalvė“ paaiškinimai, *AS Piletilevi Group* vertinimu, parodo, kad renginių organizatorius nepatiria neigiamų pasekmių, nes pavyksta susitarti su bilietų platintoju. Vis tik VšĮ „Juoko kalvė“ atsakymas atskleidžia, kad NBP leidžia platinti bilietus tik tada, kai atitinkama

<sup>178</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 10A priedas, 63 punktas (bylos 4 K tomas, 141 lapas). [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>179</sup> Pranešimas apie koncentraciją 13.3 dalis (bylos 4 K tomas, 102 lapas), *AS Piletilevi Group* 2022 m. balandžio 8 d., atsakymas į 22 klausimą (bylos 5 K tomas, 91 lapas, bylos 6 NK tomas, 93 lapas).

<sup>180</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 14 psl. (bylos 46 K tomas, 16 lapas).

<sup>181</sup> Tipinė išimtinumą numatanti nuostata yra paprastai formuluojama taip: [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pranešimas apie koncentraciją, 10B priedas, 63 punktas (bylos 4 K tomas, 141 lapas).

<sup>182</sup> Pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Šioje sutartyje taip pat yra numatytos analogiškos išimtinumą numatančios sąlygos, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] išimtinumas buvo numatytas konkrečioms renginiams, o ne visiems [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginiams.

<sup>183</sup> Pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 16 NK tomas, 12-19 lapai), [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 17 NK tomas, 50-59 lapas), [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 22 K tomas, 118-122 lapas), [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 17 NK tomas, 88-92 lapas).

<sup>184</sup> Pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 5 K tomas, 96 lapas). Tačiau pažymėtina, kad paprastai NBP ir renginių organizatorių sutartyse nėra nurodyta, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

Kitas pavyzdys – [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>185</sup> Konkurencijos tarybos 2018 m. liepos 13 d. nutarimas Nr. 1S-100 (2018).

<sup>186</sup> ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 24 K tomas, 38 lapas)). [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>187</sup> VšĮ „Reventis“ 2022 m. kovo 17 d. raštas, atsakymas į 18 klausimo d) punktą (bylos 17 NK tomas, 85 lapas).

<sup>188</sup> VšĮ „Juoko kalvė“ 2022 m. kovo 21 d. raštas, atsakymas į 18 klausimo d) punktą (bylos 18 NK tomas, 118 lapas).

renginio vieta yra sudariusi išimtinumo susitarimą su kitu bilietų platintoju (ne NBP), todėl NBP bet koku atveju negalėtų platinti bilietų toje renginio vietoje. Be to, aplinkybė, kad renginių organizatoriui reikia leidimo iš NBP, savaime suponuoja, kad renginių organizatorius nėra visiškai laisvas spręsti dėl bilietų platintojo pasirinkimo, o sprendimas priklauso nuo NBP valios.

(145) Pažymėtina, kad po koncentracijos renginių organizatoriai, turintys išimtinus susitarimus su koncentracijos dalyviais, bus dar mažiau linkę keisti susijungusį ūkio subjektą į jo konkurentus, kadangi koncentracijos dalyviai gali pasiūlyti abiejų platintojų turimas renginių vietas, su kuriomis jie yra sudarę išimtinumo susitarimus<sup>189</sup> ir kurių, kaip renginio vietos, konkurentai negali pasiūlyti (žr. plačiau Nutarimo 3.5 dalis). Pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS], turinti išimtinumo susitarimą su TIKETA, nurodė, kad tam tikros renginių vietos yra svarbesnės lyginant su kitomis renginių vietomis: [KOMERCINĖ PASLAPTIS].<sup>190</sup> Atitinkamai, net jei, renginių organizatoriaus požiūriu, tam tikros renginių vietos gali būti laikomos vienodai svarbiomis (pavyzdžiui, „Avia Solutions Group“, „Žalgirio“, „Švyturio“ arenos), iš kurių dalis gali ir neturėti išimtinumo susitarimų su koncentracijos dalyviais, renginių organizatoriai, siekdami nepažeisti išimtinumo susitarimų platinant bilietus renginių vietose (kurios turi alternatyvų renginių vietoms, kurios yra sudariusios išimtinumo susitarimus su koncentracijos dalyviais), bus linkę būtent susijungusiam ūkio subjektui suteikti teisę platinti bilietus ir kitose renginių vietose, neturinčiose išimtinumo susitarimų su koncentracijos dalyviais. Todėl koncentracijos dalyvių turimi išimtinumo susitarimai su renginių vietomis gali veikti kaip papildoma paskata renginių organizatoriui nekeisti susijungusio ūkio subjekto, jei jis gali pasiūlyti renginių organizatoriui reikalingas renginių vietas.

(146) Apibendrinant aukščiau pateiktus argumentus, po koncentracijos renginių organizatorių pasirinkimas reikšmingai sumažėjo atsižvelgiant į tai, kad susijungė du artimiausi konkurentai, o likę konkurentai yra tolimesni arba itin tolimi konkurentai koncentracijos dalyviams ir nesudaro tokio konkurencinio spaudimo kaip iki koncentracijos vienas kitam sudarė koncentracijos dalyviai. Renginių organizatoriai po koncentracijos bus nelinkę keisti bilietų platintojų, kadangi nebeliko visapusišką alternatyvą galinčių pasiūlyti ūkio subjektų, o toks keitimas renginių organizatoriui gali reikšti ne tik visapusiškos bilietų platinimo paslaugos negavimą, bet ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS], tuo atveju, jeigu renginių organizatorius pažeistų išimtinumo susitarimą. Taigi, darytina išvada, kad dėl koncentracijos renginių organizatoriai turi ribotas galimybes pakeisti tiekėją, o toks keitimas būtų susijęs su [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

### 3.4. Konkurentų galimybės padidinti pasiūlą, jei išaugs kaina

(147) Vadovaujantis Horizontalių susijungimo vertinimo gairių 32 punktu, jei rinkos sąlygos yra tokios, kad susijungiančių ūkio subjektų konkurentai greičiausiai reikšmingai nepadidins savo pasiūlos išaugus kainoms, susijungiančios įmonės gali turėti paskatas sumažinti gamybos apimtį iki žemesnio lygio nei jų bendros apimtys iki susijungimo, taip pakeldamos kainas rinkoje. Atitinkamai, jei konkurentai turi pakankamai pajėgumų ir gali pelningai padidinti savo pardavimo apimtį, dėl susijungimo veikiausiai nebus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis ar kitaip reikšmingai apribota konkurencija atitinkamoje rinkoje.

(148) Tuo atveju, jeigu koncentracijos dalyviai padidintų kainas, pavyzdžiui, padidintų komisinį mokestį ar mokesčius už papildomas paslaugas, koncentracijos dalyvių konkurentai negalėtų padidinti pasiūlos.

(149) Pažymėtina, kad būtent koncentracijos dalyviai buvo artimiausi konkurentai, todėl, renginių organizatorių požiūriu, jų teikiamos paslaugos buvo viena kitai geriausia alternatyva (žr. Nutarimo 3.2 dalyje). Atitinkamai, kitų bilietų platintojų teikiamos paslaugos ar savitarnos sprendimai nei iki koncentracijos, nei po koncentracijos nebuvo geriausia alternatyva nei vieno iš

<sup>189</sup> Išimtinis susitarimas yra suprantamas, kaip susitarimas, kuriuo vadovaujantis bilietų platintojas ir renginio vieta susitaria, kad bilietų platintojas platins bent 80 proc. bilietų (šalys gali susitarti, kad bilietų platintojas platins visus ar beveik visus bilietus), kurie yra platinami į toje renginio vietoje vykšančius renginius, nepriklausomai nuo renginio pobūdžio, dydžio ar to, kad renginius toje renginio vietoje organizuoja skirtingi renginių organizatoriai.

<sup>190</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

koncentracijos dalyvių teikiamų paslaugų atžvilgiu. Todėl darytina išvada, kad net jeigu konkurentai turėtų neribotas galimybes didinti savo pardavimų apimtį, po koncentracijos renginių organizatoriai vis tiek nesirinktų ar ribotai rinktųsi koncentracijos dalyvių konkurentų paslaugas, kas savo ruožtu neleistų konkurentams atsverti galimą neigiamą poveikį konkurencijai.

(150) Koncentracijos dalyvių konkurentai negalėtų – net jei norėtų – padidinti pasiūlos taisyklėmis, kai komisinio mokesčio ar kitų paslaugų kainų pakėlimas būtų bilietų platinimui į renginius, kurie yra organizuojami tose renginių vietose, kuriose koncentracijos dalyviai turi išimtinumą su atitinkama renginio vieta (žr. plačiau Nutarimo 154-155 pastraipos). Todėl, jei renginių organizatorius nori, kad jo organizuojamas renginys vyktų konkrečioje renginio vietoje – nes kitos renginių vietos jam nėra tinkamas pakaitalas<sup>191</sup> – renginių organizatorius neturi galimybės pasirinkti kito bilietų platintojo, jeigu koncentracijos dalyvis turi išimtinį susitarimą, sudarytą su atitinkama renginio vieta. Atitinkamai, kitas bilietų platintojas neturi galimybių padidinti pasiūlos, jei konkrečioje renginio vietoje bilietus gali platinti tik koncentracijos dalyvis.

(151) Koncentracijos nagrinėjimo metu Kakava nurodė, kad reikšmingai padidėjus renginių organizatorių, norinčių pradėti naudotis jų paslaugomis, skaičiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>192</sup>. Kakava naujo kliento aptarnavimo išlaidas vertina atsižvelgiant į [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>193</sup>. Pavyzdžiui, kaip nurodė Kakava, vien tik pradėjus aptarnauti vieną renginių organizatorių [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>194</sup>. Tuo tarpu Ticket Market nurodė, kad reikėtų papildomų finansinių ir žmogiškųjų išteklių, jeigu jų klientų skaičius padidėtų 30 proc.<sup>195</sup> Palyginimui, 2021 m. Ticket Market aptarnavo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginių organizatorių<sup>196</sup>, kai tuo tarpu tais pačiais metais koncentracijos dalyviai iš viso aptarnavo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginių organizatorius<sup>197</sup>. Pavyzdžiui, Ticket Market [KOMERCINĖ PASLAPTIS] naujų klientų skaičiaus padidėjimas pareikalautų papildomų finansinių ir žmogiškųjų išteklių (vertinant klientų skaičiaus padidėjimą 30 proc. ir nevertinant, į kiek, kokio dydžio ir per kokį laikotarpį reikėtų platinti bilietus).

(152) Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus paaiškinimus, darytina išvada, kad Ticket Market ir Kakava turėtų ribotas galimybes padidinti pasiūlą aptarnaujant renginių organizatorius, jeigu koncentracijos dalyviai pakeltų komisinio mokesčio ar kitų paslaugų mokesčių kainas. Kiek tai susiję su dar tolimesniais konkurentais, pavyzdžiui, Paysera, Eventon, šių ūkio subjektų galimybės padidinti pasiūlą yra dar reikšmingiau apribotos, kadangi jie neteikia tam tikriems renginių organizatoriams reikalingų paslaugų, t. y. bilietų platinimo per fizines kasas, bilietų platinimo į skirtingus ir įvairaus dydžio renginius, taip pat jų teikiamų papildomų paslaugų spektras yra ribotas.

### 3.5. Dėl susijungusio ūkio subjekto galimybių trukdyti konkurentų plėtrą

(153) Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 36 punkte nurodyta, kad kai kurie susijungimai, jei jiems būtų leista įvykti, žymiai apribotų veiksmingą konkurenciją suteikdami susijungusiai įmonei tokią padėtį, kurioje ji galėtų ir norėtų apsinkinti smulkesnių įmonių ir galimų konkurentų plėtrą arba kitaip apribotų konkuruojančių įmonių pajėgumą konkuruoti. Tokiu atveju konkurentai negali, nei atskirai, nei kartu, pajėgti varžyti susijungusį subjektą tokiu mastu, kad šis

<sup>191</sup> Pavyzdžiui, KK STATYBA, VšĮ 2022 m. kovo 17 d. raštas Nr. KKS0317, atsakymas į 30 klausimą „*Taip, vienodai svarbios. Nors Jeep ir Avia Solutions Group arenos ir atlieka skirtingas funkcijas, jos yra vienintelės visus reikalavimus atitinkančios arenos Vilniuje, kurios gali išpildyti šias funkcijas.*“ (bylos 17 NK tomas, 148 lapas). UAB „Aštuntas elementas“ ir 8 Days A Week Agency, UAB 2022 m. balandžio 23 d. raštas, atsakymas į 31 klausimą „*Kadangi mūsų dauguma rengiamų renginių yra vidutinio dydžio, mums labai svarbi Compena koncertų salė, nes ji vienintelė tokio dydžio Vilniuje ir Lietuvoje.*“ (bylos 20 NK tomas, 142 lapas).

<sup>192</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 60 klausimą (bylos 25 K tomas, 152 lapas).

<sup>193</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 60.1 klausimą (bylos 25 K tomas, 152 lapas).

<sup>194</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 60.1 klausimą (bylos 25 K tomas, 152 lapas).

<sup>195</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymas į 60.1 klausimą (bylos 28 NK tomas, 43 lapas).

<sup>196</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 27 K tomas, 39 lapas).

<sup>197</sup> AS Piletilevi Group 2022 m. balandžio 28 d. raštas. Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 7 K tomas, 75 lapas) ir Priedas Nr. 2 (lentelė Nr. 2) (bylos 7 K tomas, 91 lapas).

negalėtų didinti kainų ar imtis kitų konkurencijai žalingų veiksmų. Atliekant vertinimą, be kita ko, atsižvelgiama į finansinę susijungusio subjekto galią lyginant su jo konkurentais.

(154) Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad koncentracijos dalyvių turimi išimtinumo susitarimai su renginių vietomis gali trukdyti konkurentų plėtrai. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė<sup>198</sup>, kad NBP turi išimtinumo susitarimus su [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>199</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>200</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>201</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>202</sup> bei [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>203</sup>. Vertinant kitus Pranešimą apie koncentraciją pateikusių ūkio subjekto pateiktus susitarimus su renginių vietomis, nustatyta, kad NBP taip pat yra sudaręs išimtinumo susitarimą su [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>204</sup>. Pažymėtina, kad koncentracijos nagrinėjimo metu dalis apklaustų renginių organizatorių nurodė, kad, jų supratimu, koncentracijos dalyviai turi išimtinumo susitarimus ir su kitomis renginių vietomis nei paminėta aukščiau. Pavyzdžiui, Vilniaus miesto opera<sup>205</sup>, UAB „Aštuntas elementas“ ir 8 Days A Week Agency, UAB<sup>206</sup> nurodė, kad „Compensa“ koncertų salė turi išimtinumo susitarimą su NBP. Nors *AS Piletilevi Group* Paaiškinimuose nurodė, kad tokiais renginių organizatorių paaiškinimais nereikėtų vadovautis turint omenyje, kad „Compensa“ koncertų salė paneigė turinti išimtinumo susitarimą su NBP<sup>207</sup>, tačiau nėra pagrindo neatsižvelgti į renginių organizatorių paaiškinimus šiuo klausimu, kadangi jie veikia renginių organizavimo segmente ir gali pateikti savo vertinimą apie renginių organizavimo ypatumus renginių vietoje, kuri gali būti aktuali jų pačių renginių organizavimui.

(155) Pranešimą apie koncentraciją pateikusių ūkio subjekto teigimu, TIKETA turi išimtinumo susitarimus su šiomis renginių vietomis<sup>208</sup>: [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>209</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>210</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>211</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>212</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>213</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>214</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>215</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>216</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>217</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>218</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>219</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>220</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>221</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>222,223</sup>.

<sup>198</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. balandžio 28 d. raštas. Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 12).

<sup>199</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>200</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>201</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>202</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>203</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>204</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>205</sup> Vilniaus miesto opera 2022 m. balandžio 6 d., atsakymas į 5.4 klausimą (bylos 20 NK tomas, 102 lapas).

<sup>206</sup> UAB „Aštuntas elementas“ ir 8 Days A Week Agency, UAB atsakymas į 20.2 klausimą (bylos 20 NK tomas, 142 lapas).

<sup>207</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 15 psl. (bylos 46 K tomas, 17 lapas).

<sup>208</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. balandžio 28 d. raštas. Priedas Nr. 2 (lentelė Nr. 12) (bylos 7 K tomas, 102-107 lapai).

<sup>209</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>210</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>211</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>212</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>213</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>214</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>215</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>216</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>217</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>218</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>219</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>220</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>221</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 42 NK tomas, 41-52 lapai). [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 4 K tomas, 141 lapas).

<sup>222</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>223</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (bylos 4 K tomas, 141 lapas).

(156) Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad koncentracijos dalyvių išimtinumo susitarimai su renginių vietomis daugeliu atveju yra sudaryti vadovaujantis viešųjų pirkimų sutartimis, kurioms pasibaigus vėl bus galima konkuruoti dėl naujų sutarčių su tokiomis renginių vietomis sudarymo<sup>224</sup>. Vertinant šiuos teiginius pažymėtina, kad reikšminga dalis sutarčių, sudarytų viešųjų pirkimų pagrindu, numato, kad sutartis gali būti [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pavyzdžiui, tokia galimybė numatyta sutartyse, sudarytose tarp NBP ir toliau nurodytų renginių vietų: [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Taigi, tokios sutartys gali galioti reikšmingą laikotarpį, pavyzdžiui, sutartis su [KOMERCINĖ PASLAPTIS] buvo sudaryta dar [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir turėjo galioti trejus metus, tačiau faktiškai sutartis dėl [KOMERCINĖ PASLAPTIS] galioja jau [KOMERCINĖ PASLAPTIS] metų. Tuo tarpu TIKETA turi sudariusi sutartis, sudarytas viešųjų pirkimų pagrindu, t. y. su [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS], kurios taip pat gali būti [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pažymėtina, kad TIKETA sutartis su [KOMERCINĖ PASLAPTIS] galioja daugiau nei [KOMERCINĖ PASLAPTIS] metų, nors ji buvo sudaryta vieneriems metams [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Atkreiptinas dėmesys, kad daugumoje atveju su aukščiau minėtomis renginių vietomis [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Todėl, atsižvelgiant į pateiktus pavyzdžius, darytina išvada, kad net ir tuo atveju, kai sutartis yra sudaroma viešųjų pirkimų pagrindu, perkančiosios organizacijos ne visada yra linkusios organizuoti naują viešąjį pirkimą dėl bilietų platintojo pasirinkimo, todėl konkurentai bent kelerius metus gali neturėti galimybės dalyvauti konkurse ir teikti savo pasiūlymo dėl paslaugų teikimo. Atitinkamai, reikšmingos trukmės (dėl [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) koncentracijos dalyvių sutartys su minėtomis renginių vietomis gali būti kliūtis konkurentų plėtrai.

(157) Kaip nurodė Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>225</sup>, suponuojant reikšmingas kliūtis pačiam Pranešimą apie koncentraciją pateikusiam ūkio subjektui organiškai plėstis atitinkamoje rinkoje prieš koncentraciją. Pažymėtina, kad bilietų į įvairius renginius [KOMERCINĖ PASLAPTIS] platinimas TIKETA yra labai reikšmingas. Pavyzdžiui, TIKETA 2019 m. išplatintų bilietų vertė [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Ši vertė sudarė daugiau kaip [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. didžiausio konkurento – Kakava – visos 2019 m. išplatintų bilietų vertės, o lyginant su Ticket Market – išplatintų bilietų vertė viršijo daugiau nei [KOMERCINĖ PASLAPTIS] karto. Tuo tarpu 2019 m. TIKETA išplatintų bilietų skaičius į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] organizuojamus renginius sudarė apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. viso Kakava ir apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. viso Ticket Market išplatintų bilietų skaičiaus. Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė<sup>226</sup>, kad po koncentracijos TIKETA turi teisę platinti [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pažymėtina, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>227</sup>.

(158) Apklausti renginių organizatoriai nurodė, kad atitinkamos renginių vietos, turinčios susitarimus su koncentracijos dalyviais, nukreipdavo renginių organizatorius į vieną iš koncentracijos dalyvių, jeigu renginių organizatorius norėdavo organizuoti renginį toje renginio vietoje. Pavyzdžiui, viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“<sup>228</sup>, VšĮ „Metų pramogos“<sup>229</sup>, UAB „Vabalo filmai“<sup>230</sup>, KK STATYBA, VšĮ paaiškino, kad „Avia Solutions Group“ arena nurodo kreiptis į

<sup>224</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 16 psl. (bylos 46 K tomas, 18 lapas).

<sup>225</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 3 dalis (bylos 4 K tomas, 62 lapas).

<sup>226</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 15 psl. (bylos 46 K tomas, 17 lapas).

<sup>227</sup> 2019 m. TIKETA [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. *AS Piletilevi Group* 2022 m. balandžio 28 d. raštas, Priedas Nr. 2 (lentelė Nr. 2) (bylos 7 K tomas, 89 lapas).

<sup>228</sup> Viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“ 2022 m. kovo 14 d. raštas, atsakymas į 29 klausimą (bylos 16 NK tomas, 10 lapas).

<sup>229</sup> VšĮ „Metų pramogos“ 2022 m. kovo 15 d. raštas, atsakymas į 29 klausimą (bylos 16 NK tomas, 47 lapas).

<sup>230</sup> UAB „Vabalo filmai“ 2022 m. kovo 4 d. raštas, atsakymas į 29 klausimą (bylos 15 NK tomas, 110 lapas).



TIKETA<sup>231</sup>. Tuo tarpu apklausti konkurentai paaiškino, kad dėl tokių susitarimų jie negali platinti bilietų į įvairius renginius tokiose renginių vietose<sup>232</sup>.

(159) Kakava paaiškino, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>233</sup>.

(160) Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus paaiškinimus, darytina išvada, kad koncentracijos dalyvių dabar turimi ir ateityje galimi sudaryti susitarimai su renginių vietomis gali trukdyti konkurentų plėtrai, kadangi renginių organizatoriai yra iš esmės „pririšti“ prie koncentracijos dalyvių, turinčių teisę platinti bilietus į renginius atitinkamose renginių vietose, kai tuo tarpu konkurentai analogiškos galimybės neturi. Atitinkamai, susijungęs ūkio subjektas po koncentracijos turės dar didesnę reikšmingą pranašumą prieš savo konkurentus, kadangi susijungęs ūkio subjektas turės garantuotas didesnes pajamas, finansinę galią ir didesnes galimybes plėstis bei sudaryti naujus išimtinio pobūdžio susitarimus nei jo konkurentai.

(161) Pažymėtina, kad dar prieš koncentraciją koncentracijos dalyviai aptarnavo daugiausiai renginių organizatorių lyginant su kitais bilietų platintojais. Pavyzdžiui, 2021 m. NBP aptarnavo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] renginių organizatorių<sup>234</sup>, TIKETA – [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>235</sup>, Kakava – [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>236</sup>, o Ticket Market – [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>237</sup>. Taigi, nors pats aptarnaujamų renginių organizatorių skaičius savaime gali ir nebūti reikšminga kliūtimi plėtrai, tačiau turint omenyje koncentracijos dalyvių susitarimus su renginių organizatoriais dėl išimtinumo, reikšmingos dalies koncentracijos dalyvių aptarnaujamų renginių organizatorių galimybės keisti koncentracijos dalyvius į kitus bilietų platintojus dar iki koncentracijos galėjo būti reikšmingai apribotos. Atitinkamai, darytina išvada, kad ir po koncentracijos koncentracijos dalyvių konkurentams būtų sudėtinga perimti koncentracijos dalyvių klientus (renginių organizatorius), kadangi renginių organizatoriai gali susidurti su [KOMERCINĖ PASLAPTIS] pažeidus išimtinumo sąlygą. Po koncentracijos susijungęs ūkio subjektas dėl turimo bendro reikšmingai didesnio aptarnaujamo renginių organizatorių skaičiaus bei išimtinio susitarimų, turės pranašumą prieš savo konkurentus, kadangi susijungęs ūkio subjektas turės garantuotas didesnes pajamas, finansinę galią ir didesnes galimybes plėstis bei sudaryti naujus išimtinio pobūdžio susitarimus, nei jo konkurentai.

(162) Konkurentų galimybėms plėstis taip pat turės įtakos koncentracijos dalyvių turimi finansiniai pajėgumai, kadangi koncentracijos dalyviai priklauso tarptautinei įmonių grupei, kuri gali reikšmingai investuoti į koncentracijos dalyvių veiklą. *AS Piletilevi Group* kontroliuojami ūkio subjektai – bilietų į įvairius renginius platintojai – veikia ne tik Lietuvos Respublikoje, bet ir Latvijos Respublikoje, Estijos Respublikoje ir Baltarusijoje. Kaip nurodoma viešuose šaltiniuose, *BaltCap Private Equity Fund III*, vieno iš *AS Piletilevi Group* akcininkų, veiklos kryptis – investavimas į inovatyvias Baltijos šalių įmones vadovaujantis strategija „išsigyk ir augink“. Tuo tarpu *BaltCap AS*, kontroliuojanti *BaltCap Private Equity Fund III*, turi prieigas prie „Šiaurės ir Baltijos šalių rinkų galima sukurti tikrą BTH [Konkurencijos tarybos pastaba: *Baltic Ticket Holdings OÜ*] sėkmės istoriją“, taip suponuojant *BaltCap AS* finansines galimybes investuojant į bilietų platinimo veiklą. Viešuose šaltiniuose nurodoma, kad nuo 2021 m. per trejus metus į informacines technologijas buvo ketinama investuoti apie 5 mln. Eur, „o tai įmanoma tik suvienijus trijų Baltijos šalių rinkas ir pajėgumus“. Nors Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad minėta 5 mln. Eur suma [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Lyginant konkurentų galimybes plėstis, Kakava, veiklą pradėjusi 2018 m. lapkričio mėn., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>238</sup>. Kakava taip pat išvelgia kitų galimų

<sup>231</sup> KK STATYBA, VšĮ 2022 m. kovo 17 d. raštas Nr. KKS0317, atsakymas į 29 klausimą (bylos 17 NK tomas, 148 lapas).

<sup>232</sup> Pavyzdžiui, Eventon 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 32 klausimą (bylos 25 K tomas, 78 lapas, bylos 26 NK tomas, 79 lapas).

<sup>233</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 32 klausimą (bylos 25 K tomas, 149 lapas).

<sup>234</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. balandžio 28 d. raštas. Priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 7 K tomas, 75 lapas).

<sup>235</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. balandžio 28 d. raštas. Priedas Nr. 2 (lentelė Nr. 2) (bylos 7 K tomas, 86-87 lapai).

<sup>236</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 25 K tomas, 154 lapas).

<sup>237</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, priedas Nr. 1 (lentelė Nr. 1) (bylos 27 K tomas, 39 lapas).

<sup>238</sup> Kakava 2022 m. gegužės 11 d. raštas atsakymas į 16 klausimą (bylos 38 K tomas, 12 lapas).

neigiamų koncentracijos pasekmių jos veiklai, jei koncentracijos dalyviai imtūsi veiksmų siekiant ją išstumti iš rinkos: [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>239</sup>.

(163) Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus argumentus, darytina išvada, kad po koncentracijos konkurentų galimybės plėstis bus reikšmingai apribotos.

### 3.6. Dėl svarbios konkurencinės jėgos panaikinimo

(164) Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 37 punkte nurodoma, kad tam tikros įmonės turi didesnę įtaką konkurencijos procesui nei galima spręsti iš jų rinkos dalių ar panašių matų. Susijungimas, kuriame dalyvauja tokia įmonė, gali pakeisti konkurencijos dinamiką konkurencijai labai žalingu būdu, ypač jei rinka jau yra koncentruota.

(165) Po koncentracijos renginių organizatorių galimybes keisti tiekėją labiausiai ribos tai, kad susijungė du artimiausi konkurentai, o likę konkurentai yra tolimesni arba itin tolimi konkurentai koncentracijos dalyviams ir nesudaro tokio konkurencinio spaudimo kaip iki koncentracijos vienas kitam sudarė koncentracijos dalyviai (žr. Nutarimo 3.2 dalį). Koncentracijos dalyvių padėčiai atitinkamoje rinkoje neturėjo reikšmingos įtakos į rinką atėjęs naujas rinkos dalyvis Kakava, vertinimo laikotarpiu veikęs daugiau nei trejus metus. Kakava ir Ticket Market bendra rinkos dalis atitinkamoje rinkoje vertinant pagal pardavimo pajamas, išplatintų bilietų vertę ir bilietų skaičių neviršijo [10-20] proc. (išskyrus 2020 m. vertinant pagal išplatintų bilietų vertę, kai Kakava ir Ticket Market bendrai turėjo apie [20-30] proc. rinkos dalį atitinkamoje rinkoje) (žr. Nutarimo 3.1.2 ir 3.1.3 dalis). Paysera ir Eventon taip pat negalės daryti reikšmingo konkurencinio spaudimo susijungusiam ūkio subjektui, kadangi tai yra itin tolimi koncentracijos dalyvių konkurentai (žr. Nutarimo 3.2 dalį).

(166) Atsižvelgiant į išdėstytas aplinkybes, darytina išvada, kad NBP ir TIKETA iki koncentracijos darė ir ateityje būtų galėję daryti vienas kitam didelį konkurencinį spaudimą atitinkamoje rinkoje, todėl susijungimas panaikino svarbią konkurencinę jėgą.

### 3.7. Dėl kompensacinės pirkėjo įtakos egzistavimo

(167) Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 64 punkte nurodyta, kad net ir labai didelės rinkos dalis turinčios įmonės negali po susijungimo labai riboti veiksmingos konkurencijos, ypač veikdamos dideliu mastu nepriklausomai nuo savo klientų, jei pastarieji turi kompensacinę pirkėjo įtaką. Vienas kompensacinės pirkėjo įtakos šaltinis būtų, jei klientas galėtų pagrįstai grasinti per pagrįstą laikotarpį pereisiant prie alternatyvių tiekimo šaltinių, jei tiekėjas nuspręstų padidinti kainas ar kitaip pabloginti tiekimo kokybę ar sąlygas. Taip pat vadovaujantis minėtų gairių 67 punktu, negalima nustatyti kompensacinės pirkėjo įtakos tais atvejais, kai tokią įtaką turi tik tam tikras klientų segmentas, turintis didelę derėjimo galią, o kiti klientai – neturi.

(168) Pranešime apie koncentraciją nurodyta, kad derybinė galia priklauso renginių organizatoriui, o tuo atveju, jei renginių organizatorius negaus jo tenkinančio pasiūlymo, jis išeis pas kitą bilietų platintoją. Vis tik koncentracijos nagrinėjimo metu apklaustų renginių organizatorių nuomonės dėl derybinės galios turėjimo labai išsiskyrė. Kiek mažiau nei pusė atsakymus pateikusių renginių organizatorių nurodė, kad derybinė galia priklauso arba bilietų platintojui, arba bilietų platintojui ir renginių organizatoriui, arba renginių vietai (tai nurodė tik vienas renginių organizatorius bei paaiškino, kad būtent renginio vieta nurodo, koks bilietų platintojas platina bilietus atitinkamoje renginio vietoje<sup>240</sup>). Pavyzdžiui, viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“, nurodžiusi, kad derybinė galia priklauso bilietų platintojui, paaiškino, kad organizuojant spektaklį „Avia Solutions Group“ arenoje „*paslaugos buvo brangesnės ir nepavyko nusiderėti*“<sup>241</sup>. Kiek daugiau nei pusė atsakymus pateikusių renginių organizatorių nurodė, kad derybinė galia priklauso

<sup>239</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 63.2 klausimą (bylos 25 K tomas, 153 lapas).

<sup>240</sup> UŽDAROSIOS AKCINĖS BENDROVĖS RADIJOS STOTIES „ULTRA VIRES“ 2022 m. kovo 24 d., atsakymas į 20 klausimą (bylos 19 NK tomas, 53 lapas).

<sup>241</sup> Viešoji įstaiga „Anželikos Cholinos šokio teatras“ 2022 m. kovo 14 d. raštas, atsakymas į 20.4 klausimą (bylos 16 NK tomas, 9 lapas).

renginių organizatoriui. Dalis minėtų renginių organizatorių yra perkančiosios organizacijos<sup>242</sup> – jų vertinimu, pirkimo sąlygų nustatymas paslaugos teikėjui yra įrodymas, kad būtent jos turi derybinę galią. Tačiau negalima teigti, kad pirkimo sąlygų nustatymas reiškia derybinę galią, nes bilietų platintojai kainą už paslaugą nustato atsižvelgdami į savo padėtį rinkoje ir perkančioji organizacija turi pasirinkti geriausią pasiūlymą iš pateiktų. Tuo tarpu kita dalis renginių organizatorių nurodė, kad turi derybinę galią, tačiau ji paprastai yra sąlyginė ir priklausanti nuo organizuojamo renginio dydžio arba renginio vietos<sup>243</sup>. Pavyzdžiui, VšĮ „Muzikos dienos“ nurodė, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>244</sup>. Tuo tarpu, UAB „Bravo events“, vienas iš renginių organizatorių, nurodžiusių, kad derybinę galią turi bilietų platintojas, paaiškino, kad „*Jei renginio organizatorius turi galimybę rinktis tarp kelių bilietų platintojų, derybinė galią turi organizatorius. Jei, renginys daromas: „Cido arena“, „Avia Solution Group arena“ ar „Šiaulių arena“, kur privalomai reikia dirbti su arenų nurodomais platintojais, derybinė galia – bilietų platintojo.*“<sup>245</sup> Šiame kontekste paminėtina, kad dešimt renginių organizatorių nurodė, kad bilietų platintojo derybinė galia tose renginių vietose, kuriose renginių organizatorius gali pasirinkti tik vieną platintoją, skiriasi, o tai atskleidžia, kad renginių organizatoriui neturint alternatyvų, išsiderėti geresnes sąlygas yra sudėtingiau lyginant su situacijomis, kai bilietų platintojas neturi išimtinumo susitarimo su renginio vieta.

(169) Taigi, nors kiek daugiau nei pusė iš atsakymą pateikusių renginių organizatorių nurodė, kad turi derybinę galią, tačiau, darytina išvada, kad net tokių renginių organizatorių derybinės galios turėjimas yra labiau sąlyginis ir priklausantis nuo aplinkybių, pavyzdžiui, organizuojamų renginių dydžio ar renginio vietos, kurioje renginio organizatorius nori organizuoti savo renginį. Tuo tarpu kiek mažiau nei pusė renginių organizatorių nurodė, kad derybinę galią turi arba ne jie, arba ta derybine galia dalijasi su bilietų platintoju. Pažymėtina, kad net jei dalis renginių organizatorių mano, kad jie turi derybinę galią, tai savaime nereiškia, kad derybinę galią turi kiekvienas renginių organizatorius. Pirkėjai, net ir turėdami derybinę galią, ją gali prarasti, jeigu jie neturi alternatyvių tiekėjų, nes pirkėjo galios šaltinis yra susijęs su tinkamu alternatyvų buvimu rinkoje<sup>246</sup>, t. y. nesant ūkio subjektų, galinčių pasiūlyti pirkėjui tinkamą alternatyvą, pirkėjo galia negali egzistuoti. Taigi, pavienių renginių organizatorių derybinės galios turėjimas negalės atsverti potencialius neigiamus susijungimo padarinius (pavyzdžiui, komisinio mokesčio ar kitų paslaugų kainų padidėjimą).

### 3.8. Įėjimo į rinką kliūtys

(170) Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė, kad reikšmingų teisinių kliūčių patekti į rinką ar joje plėstis nėra, o planuojamos investicijos priklauso nuo norinčio pradėti veiklą ūkio subjekto, pavyzdžiui, ar jis teikia panašias paslaugas, kurios vertikalčiai susijusios, arba teikiamos paslaugos gali būti pritaikomos (perorientuojamos) bilietų platinimui. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjekto vertinimu, veiklą galėtų pradėti tas ūkio subjektas, kuris jau turi elektroninės komercijos sprendimą ir valdantis atitinkamus prekybos taškus<sup>247</sup>.

(171) Koncentracijos nagrinėjimo metu apklausti bilietų į įvairius renginius platinimo Lietuvos Respublikoje rinkoje veikiantys ūkio subjektai nurodė įvairias kliūtis, su kuriomis susiduria veiklą siekiantis pradėti ūkio subjektas. Kakava<sup>248</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Paysera<sup>249</sup> ir

<sup>242</sup> Pavyzdžiui, Lietuvos parodų ir kongresų centras „Litexpo“ 2022 m. kovo 16 d. raštas, atsakymas į 20 klausimą (bylos 17 NK tomas, 8 lapas). Lietuvos nacionalinė filharmonija 2022 m. kovo 16 d. raštas, atsakymas į 20 klausimą (bylos 16 NK tomas, 108 lapas).

<sup>243</sup> Pavyzdžiui, Viešoji įstaiga „KINO PASAKA“ 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 20 klausimą (bylos 15 NK tomas, 145 lapas). UAB „Medusa concert“ 2022 m. kovo 24 d. raštas, atsakymas į 20 klausimą (bylos 19 NK tomas, 91 lapas).

<sup>244</sup> VšĮ „Muzikos dienos“, 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 20 klausimą (bylos 23 K tomas, 5 lapas).

<sup>245</sup> UAB „Bravo events“, 2022 m. balandžio 6 d., atsakymas į 20 klausimą (bylos 20 NK tomas, 63 lapas).

<sup>246</sup> Jungtinės karalystės konkurencijos priežiūros institucijos 2021 m. kovo 18 d. Susijungimų vertinimo gairės, 4.20 para. Prieiga internetu: [Merger Assessment Guidelines \(CMA129\) \(publishing.service.gov.uk\)](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/91429/merger-assessment-guidelines-cma129.pdf).

<sup>247</sup> Pranešimo apie koncentraciją 16.1 dalis (bylos 4 N tomas, 119 lapas, bylos 43 NK tomas, 82 lapas).

<sup>248</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 50 klausimą (bylos 25 K tomas, 151 lapas).

<sup>249</sup> Paysera 2022 m. gegužės 9 d. raštas Nr. 1756/2022, atsakymas į 12.10.3 klausimą (bylos 9 NK tomas, 61 lapas, bylos 10 K tomas, 12 lapas).

Eventon<sup>250</sup> nuomone, kad išimtiniai susitarimai tarp bilietų platintojų ir renginių vietų gali būti kliūtis, tuo tarpu Ticket Market<sup>251</sup> tokius išimtinis susitarimus kaip kliūtį vertina tuo atveju, jeigu tokius išimtinis susitarimus bilietų platintojas turi su daugeliu renginių vietų. Vertinant aptariamų išimtinių susitarimų tarp bilietų platintojų ir renginių vietų reikšmingumą veiklos pradžia ar vėlesnei veiklos plėtrai, pažymėtina, kad Kakava, kuri bilietų platinimo veiklą pradėjo nuo 2018 m. lapkričio mėn. nurodė, kad „[KOMERCINĖ PASLAPTIS] [Konkurencijos tarybos pastaba: turimos omenyje renginio vietos]“<sup>252</sup>, todėl darytina išvada, kad Kakava [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pažymėtina, kad aptariamus išimtinis susitarimus, kaip esminę kliūtį siekiant pradėti bilietų platinimo veiklą, nurodė MB Brand lions<sup>253</sup> ir UAB „Medusa concert“<sup>254</sup>, kurios ketina pradėti bilietų platinimo veiklą (žr. plačiau Nutarimo 3.8.1 dalį). Taip pat aptariant išimtinis susitarimus, papildomai galima paminėti, kad Paysera, kaip įėjimo kliūtį, taip pat nurodė išimtinis susitarimus tarp bilietų platintojų ir renginių organizatorių<sup>255</sup>, kurie, kaip minėta Nutarimo 3.3 dalyje, gali būti vertinami kaip reikšminga kliūtis koncentracijos dalyvių konkurentų plėtrai, nes renginių organizatoriams yra sudėtinga keisti bilietų platintojus dėl gresiančių, be kita ko, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] pasekmių.

(172) Kita reikšminga kliūtis naujos įmonės atėjimui – tai poreikis turėti fizinių kasų tinklą visoje Lietuvos Respublikoje. Tokiai išvadai pritarė Ticket Market<sup>256</sup>, tuo tarpu Kakava šiai nuomonei [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>257</sup>. Kaip nustatyta koncentracijos nagrinėjimo metu, fizinės kasos, kaip bilietų platinimo tinklas, yra didžiajai daliai apklaustų renginių organizatorių nepakeičiamas platinimo kanalas, nepriklausomai nuo to, kad šiuo kanalu bilietų yra išplatinama reikšmingai mažiau nei internetu (žr. plačiau Nutarimo 2.1.4 dalį). Pažymėtina, kad „Maxima“ valdo reikšmingą skaičių parduotuvių, kuriose gali būti platinami bilietai, todėl galimybė platinti bilietus šiame tinkle suteiktą galimybę pasiekti daugiau potencialių klientų nei kitos galimos fizinių kasų vietos. Pavyzdžiui, NBP platina bilietus daugiau nei 80 „Maxima“ parduotuvių<sup>258</sup>, o „VAGA“ knygyno tinkle – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] prekybos vietoje<sup>259</sup>. Tačiau, kaip nurodė Kakava, fizinių kasų tinklo kūrimas gali būti [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>260</sup> ar siekiant plėsti fizinių kasų tinklą per [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>261</sup>.

(173) Koncentracijos nagrinėjimo metu „Maxima“ paaiškino, jog siekiant [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>262</sup>. Šiame kontekste pažymėtina, kad atsižvelgiant į [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>263</sup>.

(174) Pažymėtina, kad fizinių kasų tinklo plėtros sunkumai gali atsirasti ir dėl kitų priežasčių. Pavyzdžiui, kaip paaiškino UAB „Rimi Lietuva“, bendrovė vedė derybas su [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>264</sup>. Pažymėtina, kad veiksmingai konkurencijai reikia sukurti atitinkamo dydžio fizinių kasų tinklą, kuris turėtų aprėpti visą Lietuvos Respubliką. Pavyzdžiui, Eventon nurodė, kad fizinių kasų tinklas turėtų būti 10 didžiausių Lietuvos Respublikos miestų, tuo tarpu, Paysera teigimu, didžiuosiuose miestuose (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje) turėtų būti bent jau po

<sup>250</sup> Eventon 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 50 klausimą (bylos 25 K tomas, 82 lapas, bylos 26 NK tomas, 83 lapas).

<sup>251</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymas į 50 klausimą (bylos 28 NK tomas, 41 lapas).

<sup>252</sup> Kakava 2022 m. gegužės 11 d. raštas, atsakymas į 15.2 klausimą (bylos 38 K tomas, 12 lapas).

<sup>253</sup> MB Brand lions 2022 m. balandžio 5 d. raštas, atsakymas į 12.7.3 klausimą (bylos 32 NK tomas, 16 lapas).

<sup>254</sup> UAB „Medusa concert“ 2022 m. kovo 24 d. raštas, atsakymas į 24.9 klausimą (bylos 19 NK tomas, 92 lapas). UAB „Medusa concert“ 2022 m. gegužės 8 d., atsakymas į 19 klausimą (bylos 40 K tomas, 11 lapas, bylos 41 NK tomas, 12 lapas).

<sup>255</sup> Paysera 2022 m. gegužės 9 d. raštas Nr. 1756/2022, atsakymas į 12.10.2 klausimą (bylos 9 NK tomas, 61 lapas, bylos 10 K tomas, 12 lapas).

<sup>256</sup> Ticket Market 2022 m. kovo 31 d. raštas, atsakymas į 48 klausimą (bylos 28 NK tomas, 41 lapas).

<sup>257</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 48 klausimą (bylos 25 K tomas, 151 lapas).

<sup>258</sup> Pranešimas apie koncentraciją (bylos 4 K tomas, 76-79 lapas, bylos 4 K tomas, 39-42 lapai).

<sup>259</sup> Uždarnosios akcinės bendrovės „Vagos prekyba“ ir NBP sutartis, sudaryta 2018 m. liepos 12 d., Nr. NBP2018/07/12\_VAGA (AS Piletilevi Group 2022 m. balandžio 8 d. raštas. Priedas Nr. 5 (bylos 5 K tomas, 96 lapas).

<sup>260</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 48 klausimą (bylos 25 K tomas, 151 lapas).

<sup>261</sup> Kakava 2022 m. balandžio 7 d. raštas, atsakymas į 14.6 klausimą (bylos 25 K tomas, 147 lapas).

<sup>262</sup> MAXIMA LT, UAB 2022 m. balandžio 1 d. raštas Nr. SR-22-837, atsakymas į 6 klausimą (bylos 30 K tomas, 9 lapas).

<sup>263</sup> MAXIMA LT, UAB 2022 m. balandžio 1 d. raštas Nr. SR-22-837, atsakymas į 8.2 klausimą (bylos 30 K tomas, 10 lapas).

<sup>264</sup> UAB „Rimi Lietuva“ 2022 m. balandžio 1 d. raštas, atsakymas į 3.1 klausimą (bylos 30 K tomas, 120 lapas).

10–15 pardavimo vietų, Šiauliuose, Panevėžyje, Alytuje, Marijampolėje – po 3–5 pardavimo vietas, Mažeikiuose, Jonavoje, Utenoje, Kėdainiuose, Tauragėje ir kituose panašiuose miestuose – po 1–3 pardavimo vietas [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>265</sup>. Atitinkamai, siekiant naujam dalyviui veiksmingai įeiti į rinką ir veiksmingai konkuruoti su koncentracijos dalyviais, reikia fizinių kasų tinklo, tačiau jo vystymas ir plėtra yra susijęs su finansiniais, techniniais sunkumais ar renginių vietų nenoru įsileisti daugiau nei vieną bilietų platintoją, todėl darytina išvada, kad fizinių kasų tinklo kūrimas ir vystymas gali būti reikšminga kliūtis naujo ūkio subjekto įėjimui.

(175) Bilietų platinimo sistemos kūrimui reikalingos investicijos, o tai taip pat gali būti laikoma reikšminga įėjimo kliūtimi. Kakava nurodė, kad bilietų platinimo sistemą kūrė [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o jos kūrimas [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Kakava vertinimu, bilietų sistema yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>266</sup>. Kakava nurodė, kad pradinės investicijos į bilietų platinimo sistemos kūrimą siekė apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS], kai tuo tarpu pradėjus veiklą 2018 m. (lapkritį-gruodį) investavo apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur, o 2019–2021 m. – dar apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur<sup>267</sup>. Kakava nurodė, kad šiuo metu kuriant analogišką bilietų platinimo sistemą jos kaštai galėtų siekti apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur. Tuo tarpu Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas nurodė, kad pradinės investicijos į bilietų platinimo programos kūrimą (įskaitant skenerių ir spausdintuvų įsigijimą) kainuotų apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur, o paskesnius penkerius metus kiekvienais metais reikėtų skirti po [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur<sup>268</sup>. Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad didelių investicijų įeinant į rinką nereikia, o reikia plečiant veiklą<sup>269</sup>, tačiau šių savo teiginių *AS Piletilevi Group* niekaip nepagrindė. Vis tik *AS Piletilevi Group* nurodyti teiginiai neatitinka koncentracijos nagrinėjimo metu nustatytų aplinkybių – Pranešime apie koncentraciją nurodyto dydžio investicijos neatitinka nei Kakava pateiktų paaiškinimų, nei pačių koncentracijos dalyvių veiksmų, kurie kuria naują ir inovatyvią bilietų platinimo platformą, į kurią planuoja investuoti apie 5 mln. Eur (žr. plačiau Nutarimo 4.5 dalį). Atitinkamai, tinkamos bilietų platinimo platformos sukūrimas yra svarbu bilietų platintojui pradėdant veiklą, kadangi bilietų platformos atitinkami funkcionalumai ir naudojimo patogumas gali pritraukti ar padėti išlaikyti klientus (renginių organizatorius). Apibendrinant, investicijos į bilietų platinimo platformą gali būti reikšmingos, todėl, ūkio subjektas, siekiantis įeiti į rinką ir veiksmingai konkuruoti su koncentracijos dalyviais, susidurtų su reikšmingomis finansinėmis kliūtimis.

(176) Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad prie įėjimo kliūčių taip pat galima priskirti didesnių renginių vietų (arenų) keliamus reikalavimus bilietų platintojams, kad jie galėtų platinti bilietus šiose renginių vietose. Tai iš esmės atitinka ir Eventon poziciją, kad bilietų platinimas arenose gali būti kliūtis naujam bilietų platintojui įeiti į rinką<sup>270</sup>. Apklausus renginių vietas Lietuvos Respublikoje, pusė jų nurodė, kad taiko įvairius reikalavimus bilietų platintojui<sup>271</sup>. Paprastai reikalavimai yra susiję su bilietų platintojo patikimumu, paslaugų kokybe, patirtimi ar sklandžiai veikiančia bilietų platinimo sistema<sup>272</sup>, o UAB „Kauno arena“ nurodė ir poreikį turėti atitinkamą fizinių kasų tinklą ir išsidėstymą<sup>273</sup>. Taigi, apklaustos renginių vietos (arenos) iš esmės patvirtina, kad ne kiekvienas bilietų platintojas, juo labiau naujas bilietų platintojas, galėtų be kliūčių pradėti platinti bilietus atitinkamose renginių vietose (pavyzdžiui, arenose).

<sup>265</sup> Paysera 2022 m. gegužės 12 d. elektroninis laiškas, atsakymas į 2.2 klausimą (bylos 10 K tomas, 17 lapas).

<sup>266</sup> Kakava 2022 m. gegužės 11 d. raštas, atsakymas į 4.1 klausimą (bylos 38 K tomas, 11 lapas).

<sup>267</sup> Kakava 2022 m. gegužės 11 d. raštas, atsakymas į 2 klausimą (bylos 38 K tomas, 10-11 lapai).

<sup>268</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 16.1 dalis (bylos 4 K tomas, 120 lapas).

<sup>269</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 19 psl. (bylos 46 K tomas, 21 lapas).

<sup>270</sup> Eventon 2022 m. kovo 28 d. raštas, atsakymas į 48 klausimą (bylos 25 K tomas, 82 lapas, bylos 26 NK tomas, 82 lapas).

<sup>271</sup> Konkurencijos tarybos 2022 m. kovo 28 d. raštas Nr. (2.41Mr-46)6V-376 (bylos 34 KN tomas, 1-6 lapai).

<sup>272</sup> Pavyzdžiui, UAB „Panevėžio arena“, UAB „Pramogų sala“, „Avia Solutions Group“ arena.

<sup>273</sup> UAB „Kauno arena“ 2022 m. kovo 30 d. raštas, atsakymas į 9 klausimą (bylos 34 NK tomas, 27-28 lapai).

### 3.8.1. Naujos įmonės atėjimo tikimybė

(177) Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 68 punkte nurodyta, kad tam, kad naujos įmonės atėjimą būtų galima laikyti pakankamu konkurenciniu suvaržymu susijungiančioms šalims, turi būti įrodyta, kad jis yra tikėtinas, savalaikis ir pakankamas atgrasinti ar įveikti bet kokius potencialius susijungimo padarinius. Kad naujos įmonės atėjimas būtų veiksmingas, jis turi būti pakankamai pelningas. Be to, Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 74 punkte nurodyta, kad Europos Komisija tiria, ar atėjimas būtų pakankamai greitas ir ilgalaikis, kad atgrasintų nuo naudojimosi įtaka rinkoje arba jį nugalėtų. Tai, kas laikoma tinkamu laikotarpiu, priklauso nuo rinkos bruožų ir dinamikos, taip pat nuo specifinių potencialių naujų įmonių pajėgumų. Tačiau paprastai naujos įmonės atėjimas laikomas savalaikiu, jei jis įvyksta per dvejus metus.

(178) Horizontalių susijungimų vertinimo gairių 75 punkte nurodyta, kad naujos įmonės atėjimas turi būti pakankamo masto ir dydžio, kad atgrasintų nuo susijungimo padarinių ar juos atsvertų. Įėjimas į atitinkamos rinkos „nišą“ negali būti laikomas pakankamu įėjimu.

(179) Koncentracijos nagrinėjimo metu buvo apklausti ūkio subjektai, kuriuos, kaip galimus bilietų platinimo veiklą ketinančius pradėti ūkio subjektus buvo nurodę renginių organizatoriai ir kiti ūkio subjektai<sup>274</sup>, tačiau buvo nustatyta, kad tik du, t. y. MB Brand lions ir UAB „Medusa concert“, ketina artimiausiu metu pradėti bilietų platinimo veiklą. MB Brand lions ketino pradėti veiklą nuo 2022 m. birželio 1 d.<sup>275</sup>, o UAB „Medusa concert“ – konkrečiai negalėjo nurodyti, kada pradės teikti paslaugas tretiesiems asmenims, kadangi pirmiausiai sieks bilietus platinti į savo renginius<sup>276</sup>.

(180) Vertinant MB Brand lions galimybes pradėti bilietų platinimo veiklą ir veiksmingai konkuruoti su koncentracijos dalyviais, pažymėtina, kad MB Brand lions tikslinė rinka nebus Lietuvos Respublika: MB Brand lions teigimu, sunku rasti klientų (renginių organizatorių), kurie būtų linkę keisti bilietų platintojus, su kuriais bendradarbiaujama<sup>277</sup>. MB Brand lions siūlys savitarnos sprendimu grįstą bilietų platinimą, tačiau papildomų paslaugų renginių organizatoriams (skenerių nuomos, reklamos paslaugų) siūlyti neketina, be to, bilietai per fizines kasas bus platinami per klientus, kurie turėtų tokias fizines kasas savo patalpose, ir šiuo metu susitarimų dėl fizinių kasų įrengimo renginių ar kitose vietose bendrovė neturi<sup>278</sup>. Įėjimo galimybes gali apsunkinti ir tai, kad MB Brand lions neturi pakankamai žinių ir patirties apie bilietų platinimo veiklą, taip pat išimtiniai susitarimai tarp bilietų platintojų ir renginių vietų (šiuo metu MB Brand lions neturi sudaręs jokių susitarimų (pavyzdžiui, bendradarbiavimo) su renginių vietomis dėl bilietų platinimo)<sup>279</sup>. Atsižvelgiant į išdėstytas aplinkybes, MB Brand lions negalės pasiūlyti renginių organizatoriams visų reikalingų paslaugų, todėl nesudarys reikšmingo konkurencinio spaudimo koncentracijos dalyviams. Atitinkamai, MB Brand lions įėjimas nebus pakankamas siekiant atsverti koncentracijos pasekmes, net jeigu įėjimas būtų tikėtinas ir savalaikis.

(181) Vertinant UAB „Medusa concert“ galimą įėjimą į atitinkamą rinką, pažymėtina, kad nėra aišku, kada UAB „Medusa concert“ pradės teikti bilietų platinimo paslaugas tretiesiems asmenims. Atkreiptinas dėmesys, kad UAB „Medusa concert“ neketina bilietų platinti per fizines kasas, todėl šiuo metu neturi jokių susitarimų dėl fizinių kasų įrengimo renginių ar kitose vietose, taip pat dar nenusprendė, ar bus teikiamos kokios nors papildomos paslaugos renginių organizatoriams<sup>280</sup>.

<sup>274</sup> Ūkio subjektų atsakymai į koncentracijos nagrinėjimo metu Konkurencijos tarybos pateiktus klausimus dėl ketinimo pradėti bilietų platinimo veiklą: Kauno arena 2022 m. gegužės 5 d. raštas (bylos 37 NK tomas, 7 psl.), UAB „Verslo žinios“ 2022m. kovo 28 d. (bylos 31 NK tomas, 9 lapas), MB Brand lions 2022 m. gegužės 17 d. raštas (bylos 32 NK tomas, 25 lapas), Klaipėdos dramos teatro 2022 m. kovo 16 d. raštas (bylos 18 NK tomas, 9 lapas), UAB „Delfi“ 2022 m. kovo 22 d. raštas Nr. 32 (bylos 19 tomas, 69 lapas), UAB „Medusa concert“, 2022 m. gegužės 8 d. (bylos 19 tomas, 92 lapas, bylos 40 K tomas, 7-13 lapai, bylos 41 NK tomas, 8-14 lapai).

<sup>275</sup> MB Brand lions 2022 m. gegužės 17 d. raštas, atsakymas į 1.1 klausimą (bylos 32 NK tomas, 25 lapas).

<sup>276</sup> UAB „Medusa concert“ 2022 m. gegužės 8 d., atsakymas į 9 klausimą (bylos 40 K tomas, 10 lapas, bylos 41 NK tomas, 11 lapas).

<sup>277</sup> MB Brand lions 2022 m. gegužės 17 d. raštas, atsakymas į 2.2 klausimą (bylos 32 NK tomas, 25 lapas).

<sup>278</sup> MB Brand lions 2022 m. gegužės 17 d. raštas, atsakymai į 3, 4.2, 5 klausimus (bylos 32 NK tomas, 25 lapas).

<sup>279</sup> MB Brand lions 2022 m. gegužės 17 d. raštas, atsakymas į 14 klausimą (bylos 32 NK tomas, 26 lapas).

<sup>280</sup> UAB „Medusa concert“ 2022 m. gegužės 8 d., atsakymai į 3 ir 6 klausimus (bylos 40 K tomas, 9 lapas, bylos 41 NK tomas, 10 lapas).

Turint omenyje, kad UAB „Medusa concert“ yra renginių organizatorius, viena vertus, UAB „Medusa concert“ turės žinių vykdant bilietų platinimo veiklą, tačiau, kita vertus, UAB „Medusa concert“ nurodė, kad tai gali būti kliūtis siekiant pritraukti didesnius klientus (renginių organizatorius), kurie vertins UAB „Medusa concert“ kaip konkurentą<sup>281</sup>. Pažymėtina, kad UAB „Medusa concert“ bilietus į savo, kaip renginių organizatoriaus, renginius planuoja platinti ir per kitus bilietų platintojus, atsižvelgiant į tai, kad atitinkamos renginių vietos turi išimtinumo susitarimus su bilietų platintojais<sup>282</sup>. Atsižvelgiant į tai, net jeigu UAB „Medusa concert“ įėjimas galėtų būti tikėtinas ir savalaikis, t. y. bilietų platinimo paslaugą tretiesiems asmenims pradėtų teikti per artimiausius dvejus metus, tačiau UAB „Medusa concert“, įėjimas nebus pakankamas, kadangi bendrovė negalės teikti visų renginių organizatoriams reikalingų paslaugų ir galės patenkinti tik dalies renginių organizatorių poreikius, t. y. UAB „Medusa concert“ neplanuoja turėti fizinių kasų tinklo, taip pat UAB „Medusa concert“ negalėjo nurodyti, ar renginių organizatoriams teiks papildomas paslaugas, todėl reikšmingo konkurencinio spaudimo koncentracijos dalyviams nedarys, ypač turint omenyje, kad UAB „Medusa concert“, kaip renginių organizatorius, bilietus renginių vietose, kurios turi išimtinumo susitarimus su bilietų platintojais, ketina platinti per tokius bilietų platintojus, nes pati to padaryti negalės.

(182) *AS Piletilevi Group* nuomone, MB Brand lions ir UAB „Medusa concert“ įėjimas gali būti sėkmingas, atsižvelgiant į tai, kad Paysera, valdanti savitarnos platformą, pagal išplatintų bilietų vertę ir skaičių užima reikšmingą padėtį atitinkamoje rinkoje, nors ir neteikia visų renginių organizatoriams reikalingų paslaugų<sup>283</sup>. Kaip nustatyta koncentracijos nagrinėjimo metu, Paysera yra itin tolimas koncentracijos dalyvių konkurentas, kuris galės daryti labai ribotą konkurencinį spaudimą, o teikiamos paslaugos reikšmingai daliai renginių organizatoriams negalės būti visapusiška alternatyva susijungusio ūkio subjekto teikiamoms paslaugoms (žr. Nutarimo 3.2 dalį). Atitinkamai, nėra pagrindo sutikti su *AS Piletilevi Group* nurodytu Paysera pavyzdžiu, kad MB Brand lions ir UAB „Medusa concert“ galės daryti reikšmingą konkurencinį spaudimą susijungusiam ūkio subjektui.

(183) Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas, kaip sėkmingo įėjimo per pastaruosius penkerius metus pavyzdžius, nurodė Kakava, Eventon ir UAB „Dingęs planas“<sup>284</sup>. Kiek tai susiję su UAB „Dingęs planas“ įėjimo vertinimu, paminėtina, kad ji veiklą pradėjo 2017 m., tačiau iki 2021 m. pardavė tik apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>285</sup> bilietų, todėl [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>286</sup>. Atsižvelgiant į tai, nėra pagrindo šio įėjimo vertinti kaip sėkmingo ar reikšmingo. Eventon veiklą pradėjo 2020 m., renginių organizatoriams siūlo savitarnos sprendimą, tačiau neteikia bilietų platinimo per fizines kasas paslaugų, neplatina bilietų į renginius didelėse renginių vietose (arenose), o iš esmės bilietus daugiausiai platina į [KOMERCINĖ PASLAPTIS], todėl Eventon yra itin tolimas koncentracijos dalyvių konkurentas (žr. Nutarimo 3.2 dalį), užimantis nereikšmingą rinkos dalį. Dėl šių priežasčių, darytina išvada, kad Eventon įėjimas nevaržė ir negalės reikšmingai varžyti koncentracijos dalyvių ateityje.

(184) Kakava veiklą pradėjo 2018 m. lapkričio mėn., tačiau, kaip minėta, įėjimui buvo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] šios bendrovės platinimo pajamų (žr. Nutarimo 3.1.2 ir 3.1.3 dalys). Todėl Kakava įėjimo mastas galėtų būti mažesnis, jei būtų atimta Kakava pardavimų dalis [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Kita vertus, nors veiklos pradžioje Kakava [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>287</sup>. Kaip minėta, Kakava veiklą vykdo jau daugiau nei trejus metus [KOMERCINĖ

<sup>281</sup> UAB „Medusa concert“ 2022 m. gegužės 8 d., atsakymas į 17 klausimą (bylos 40 K tomas, 11 lapas, bylos 41 NK tomas, 12 lapas).

<sup>282</sup> UAB „Medusa concert“ 2022 m. gegužės 8 d., atsakymas į 15 klausimą (bylos 40 K tomas, 11 lapas, bylos 41 NK tomas, 12 lapas).

<sup>283</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 20 psl. (bylos 46 K tomas, 22 lapas).

<sup>284</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 14.1 dalis (bylos 4 NK tomas, 114 lapas, bylos 43 NK tomas, 79 lapas).

<sup>285</sup> UAB „Dingęs planas“ 2022 m. kovo 28 d., atsakymas į 9 klausimą (bylos 25 K tomas, 35 lapas).

<sup>286</sup> UAB „Dingęs planas“ 2022 m. kovo 28 d., atsakymas į 17 klausimą (bylos 25 K tomas, 35 lapas).

<sup>287</sup> Kakava 2022 m. gegužės 11 d. raštas, atsakymas į 8 klausimą (bylos 38 K tomas, 12 lapas).

PASLAPTIS]<sup>288</sup>. Atsižvelgiant į pateiktus paaiškinimus, darytina išvada, kad Kakava įėjimas per daugiau nei trejus veiklos metus nepasiekė tokio masto ir dydžio, kad ji būtų reikšmingai suvaržiusi koncentracijos dalyvius dar iki koncentracijos, todėl daroma išvada, kad Kakava negalės pakankamai varžyti koncentracijos dalyvių veiksmų ir po koncentracijos.

(185) Vadovaujantis Jungtinės Karalystės konkurencijos priežiūros institucijos išaiškinimais, netgi jei tam tikri klientai gali išvengti neigiamų koncentracijos pasekmių todėl, kad patys gali pradėti sau tiekti, tai neužkirs kelio susijungusiam ūkio subjektui pakelti kainas ar pabloginti teikiamų paslaugų kokybę kitiems klientams<sup>289</sup>. Atitinkamai, pakankama atsvara koncentracijos dalyviams negalės būti ir pačių renginių organizatorių bilietų platinimas per savas bilietų platinimo sistemas naudojant SAAS. Tokia situacija gali būti paaiškinama atsižvelgiant į įvairias priežastis, pavyzdžiui, didžiąjai daliai apklaustų renginių organizatorių nėra poreikio ir finansinių galimybių kurti tokią sistemą (žr. Nutarimo 2.1.2 dalis). Be to, jei savo bilietų platinimo sistemą turintys renginių organizatoriai, pavyzdžiui, UAB „Medusa concert“, norėtų platinti bilietus renginių vietose, kurios turi išimtinis susitarimus su bilietų platintojais, jie neturėtų kitos išeities ir turėtų bilietus platinti būtent per tokius bilietų platintojus (nagrinėjamu atveju – koncentracijos dalyvius).

(186) Apibendrinant, šioje dalyje buvo vertinama, ar naujos įmonės atėjimą būtų galima laikyti pakankamu konkurenciniu suvaržymu susijungiančioms šalims, ar jis yra tikėtinas, savalaikis ir pakankamas atgrasinti ar įveikti bet kokius galimus susijungimo padarinius. Įvertinus įėjimo į rinkas kliūtis, planuojančių pradėti ir per pastaruosius penkerius metus veiklą pradėjusių ūkio subjektų galimybes veiksmingai konkuruoti su koncentracijos dalyviais, darytina išvada, kad po koncentracijos dalyvių potencialūs ar esami konkurentai negalės varžyti jų tiek, kad būtų atsverti galimi neigiami susijungimo padariniai. Taigi, net ir naujų įmonių, kurios galės patenkinti tik dalies renginių organizatorių poreikius, atėjimas ar pačių renginių organizatorių bilietų platinimas per savas bilietų platinimo sistemas naudojant SAAS negalės atsverti galimų neigiamų pasekmių susijungusiam ūkio subjektui po koncentracijos pakėlus kainą (pavyzdžiui, komisinį mokesį) ar pabloginus teikiamų paslaugų kokybę.

### 3.9. Koncentracijos poveikio konkurencijai vertinimo išvados

(187) Vadovaujantis koncentracijos nagrinėjimo metu surinktais duomenimis, koncentracijos dalyviai po koncentracijos užima itin didelę rinkos dalį, prieš koncentraciją koncentracijos dalyviai buvo vienas kito artimiausi konkurentai, tuo tarpu renginių organizatoriai po koncentracijos turi ribotas galimybes pakeisti tiekėją (keitimas būtų susijęs su [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), o susijungusio ūkio subjekto konkurentai yra tolimesni arba itin tolimi jo konkurentai), o konkurentų plėtos galimybės yra reikšmingai apribotos. Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad kompensacinė pirkėjo įtaka ar naujos įmonės atėjimas nėra pakankami, kad galėtų atsverti galimus neigiamus susijungimo padarinius.

(188) Vadovaujantis aukščiau išdėstyta informacija, darytina išvada, kad dėl vykdomos koncentracijos buvo sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis arba itin apribota konkurencija bilietų į įvairius renginius platinimo Lietuvos Respublikoje rinkoje.

## 4. Dėl TIKETA galimo išėjimo iš rinkos

(189) Vadovaujantis Horizontaliųjų susijungimų gairių 89 punktu, konkurencijos problemų keliantis susijungimas gali būti leidžiamas, jeigu viena iš šalių yra bankrutuojanti įmonė. Taigi, koncentracija galėtų būti leidžiama, jeigu konkurencinė padėtis atitinkamoje rinkoje būtų pablogėjusi ne mažiau nei ji būtų pablogėjusi dėl koncentracijos. Vertinant, ar yra pagrindas vadovautis bankrutuojančios įmonės argumentais, atsižvelgiama į toliau nurodytas tris aplinkybes: (i)

<sup>288</sup> Kakava 2022 m. gegužės 11 d. raštas, atsakymas į 16 klausimą (bylos 38 K tomas, 12 lapas).

<sup>289</sup> Jungtinės karalystės konkurencijos priežiūros institucijos 2021 m. kovo 18 d. Susijungimų vertinimo gairės, 8.45 (b) para. Prieiga internetu: [Merger Assessment Guidelines \(CMA129\) \(publishing.service.gov.uk\)](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/94129/merger-assessment-guidelines-cma129.pdf).



bankrutuojanti įmonė artimoje ateityje būtų išstumta iš rinkos dėl finansinių sunkumų, jei jos neperimtų kita įmonė; (ii) nėra mažiau antikonkurencinio alternatyvaus įsigijimo būdo nei praneštasis susijungimas; (iii) neįvykus susijungimui, bankrutuojančios įmonės turtas neišvengiamai išeitų iš rinkos.

(190) Kaip nurodyta Horizontaliųjų susijungimų gairių 91 punkte, pranešimą apie koncentraciją teikiantis ūkio subjektas turi laiku pateikti visą informaciją, siekiant įrodyti, kad ne dėl koncentracijos pablogėtų konkurencinė struktūra.

(191) *AS Piletilevi Group* teigimu, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Kartu su Paaiškinimais *AS Piletilevi Group* Konkurencijos tarybai pateikė duomenis apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>290</sup>.

(192) Pažymėtina, kad *AS Piletilevi Group* pateikė informaciją apie, bendrovės teigimu, esančius [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tik atsakant į Koncentracijos nagrinėjimo išvadą, kuriose, be kita ko, buvo siūloma Konkurencijos tarybai atsisakyti duoti leidimą vykdyti koncentraciją, nors tokio pobūdžio informacija turėjo būti pateikta koncentracijos nagrinėjimo metu.

(193) Vertinant, ar yra tenkinama pirmoji sąlyga – bankrutuojanti įmonė artimoje ateityje būtų išstumta iš rinkos dėl finansinių sunkumų, jei jos neperimtų kita įmonė – pažymėtina, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>291</sup>. [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>292</sup>. [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(194) *AS Piletilevi Group* nurodė, kad TIKETA [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Europos Komisijos praktikoje laikini finansiniai sunkumai nelaikomi savaime rodančiais, kad atitinkamo ūkio subjekto veikla nėra tvari<sup>293</sup>. [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(195) *AS Piletilevi Group* nenurodė, kad TIKETA dėl [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>294</sup>. [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(196) Apibendrinant, darytina išvada, kad nėra pagrindo sutikti su *AS Piletilevi Group* pozicija, kad artimoje ateityje TIKETA būtų išstumta iš rinkos dėl finansinių sunkumų, jei *AS Piletilevi Group* nebūtų įsigijusi TIKETA, todėl pirmoji bankrutuojančios įmonės sąlyga nėra tenkinama.

(197) Vertinant, ar yra tenkinama antroji bankrutuojančios įmonės sąlyga, t. y. ar nebuvo mažiau antikonkurencinio alternatyvaus įsigijimo būdo nei *AS Piletilevi Group* įsigijimas, pažymėtina, kad Pranešime apie koncentraciją *AS Piletilevi Group* nurodė, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>295</sup>, tačiau Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>296</sup>. Pranešime apie koncentraciją *AS Piletilevi Group* nurodė, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Vadovaujantis Europos Komisijos praktika, vien todėl, kad koncentracijos dalyviai negali nurodyti, ar negalėjo būti alternatyvių pirkėjų, savaime negalima atmesti, kad jokių alternatyvių pirkėjų galėtų būti<sup>297</sup>. Atsižvelgiant į pateiktus argumentus, antroji bankrutuojančios įmonės sąlyga – nebuvo mažiau antikonkurencinio alternatyvaus įsigijimo būdo – nėra tenkinama.

(198) Vertinant, ar tenkinama trečioji sąlyga – neįvykus susijungimui, bankrutuojančios įmonės turtas neišvengiamai išeitų iš rinkos – turi būti nustatyta, kad visas turtas, t. y. visas materialus turtas ir nematerialus turtas (pavyzdžiui, prekės ženklas, reputacija), būtų palikęs rinką. [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>298</sup>, [KOMERCINĖ PASLAPTIS].<sup>299</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(199) Atsižvelgiant į aukščiau išdėstytus argumentus, darytina išvada, kad išnagrinėtos įgyvendintos koncentracijos atveju negalėtų būti taikomas bankrutuojančios įmonės argumentas. *AS*

<sup>290</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, Priedas Nr. 3 (bylos 46 K tomas, 27 lapas).

<sup>291</sup> Pranešimas apie koncentraciją, Priedas Nr. 1 (bylos 4 K tomas, 141 lapas).

<sup>292</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, Priedas Nr. 3 (bylos 46 K tomas, 27 lapas).

<sup>293</sup> Europos Komisijos sprendimas Case No COMP/M.5830 – Olympic/ Aegean Airlines, para (1999).

<sup>294</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>295</sup> Pranešimas apie koncentraciją, 15 dalis (bylos 4 K tomas, 115 lapas, bylos 43 KN tomas, 80 lapas).

<sup>296</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 21 psl. (bylos 46 K tomas, 23 lapas).

<sup>297</sup> Europos Komisijos 1998 m. gegužės 27 d. sprendimas byloje Nr. IV/M.993 – Bertelsmann/Kirch/Premiere, para 75.

<sup>298</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>299</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

*Piletilevi Group* neįrodė nei vienos iš trijų reikalingų sąlygų, t. y. (i) TIKETA yra bankrutuojanti įmonė, kuri artimoje ateityje būtų išstumta iš rinkos dėl finansinių sunkumų, (ii) nebuvo alternatyvaus įsigijimo būdo, o (iii) neįvykus susijungimui, TIKETA turtas neišvengiamai išėitų iš rinkos.

## 5. Dėl kitų *AS Piletilevi Group* Paaiškinimuose išdėstytų teiginių

(200) Paaiškinimuose *AS Piletilevi Group* nurodė, kad koncentracijos nagrinėjimo procesas, jos nuomone, buvo neobjektyvus, skubotas, nesuteikiant pakankamų terminų pateikti informaciją ir paaiškinimus, todėl, *AS Piletilevi Group* vertinimu, Konkurencijos taryba veikė priešingai gero administravimo principui<sup>300</sup>. Be to, *AS Piletilevi Group* nurodė, kad negalėjo pasisakyti dėl visų Koncentracijos nagrinėjimo išvadose nurodytų argumentų, kadangi didelė dalis informacijos buvo pripažinta Paysera ir Kakava komercine paslaptimi<sup>301</sup>.

(201) Vertinant šiuos *AS Piletilevi Group* teiginius, pažymėtina, kad, vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 11 straipsnio 2 dalimi, Konkurencijos taryba koncentraciją išnagrinėja ir priima Konkurencijos įstatymo 12 straipsnio 1 dalyje nurodytus nutarimus ne vėliau kaip per keturis mėnesius. Atitinkamai, koncentracijos nagrinėjimo metu koncentracijos dalyviams ir kitiems ūkio subjektams bei asmenims nustatomi terminai yra trumpi. Europos Komisija, nagrinėdama pranešimus apie koncentraciją, taip pat nustato trumpus terminus informacijai pateikti. Pavyzdžiui, atsakymui į 322 klausimus, kurių atsakymui koncentracijos dalyviai surinko daugiau nei 300 000 vienetų informacijos, buvo duotas penkių darbo dienų terminas, kurį Pirmosios instancijos teismas pripažino pagrįstu<sup>302</sup>. Atitinkamai, aplinkybė dėl trumpų terminų taikymo nesudaro pagrindo teigti, kad vykdyta koncentracijos priežiūros procedūra buvo ydinga. Nagrinėjamu atveju buvo surinkta ir įvertinta koncentracijai nagrinėti reikalinga informacija, įskaitant ir iš *AS Piletilevi Group*, jos konkurentų, reikšmingos dalies klientų.

(202) Pažymėtina, kad *AS Piletilevi Group* procedūros metu, be kita ko, turėjo teisę susipažinti su Koncentracijos nagrinėjimo išvadomis, bylos medžiaga bei pasisakyti Iš klausymo posėdyje. Iš klausymo posėdžio metu *AS Piletilevi Group* negalėjo nurodyti, kaip pasireiškė institucijos tariamas neobjektyvumas<sup>303</sup>. Priešingai – Iš klausymo posėdžio metu *AS Piletilevi Group* paaiškino, kad procesas formaliai buvo teisingas<sup>304</sup>.

(203) Vertinant *AS Piletilevi Group* teiginius, susijusius su teise į gynybą, pažymėtina, kad *AS Piletilevi Group* nenurodė ir motyvuotai nepagrindė, kodėl ir kokie konkretūs konfidencialiais pripažinti duomenys jai trukdė ginti savo teises. Konkurencijos įstatymo 21 straipsnio 1 dalis nurodo, kad Konkurencijos taryba ir jos administracijos darbuotojai privalo saugoti atliekant šio įstatymo laikymosi priežiūrą sužinotas ūkio subjektų komercines ar profesines paslaptis ir be ūkio subjekto sutikimo gali naudoti jas tik tiems tikslams, dėl kurių jos buvo pateiktos. *AS Piletilevi Group* neturėjo galimybės susipažinti su konkurentų – Paysera ir Kakava – informacija, kuri sudarė kiekvieno iš ūkio subjektų komercinę paslaptį. Paminėtina, kad *AS Piletilevi Group* negalėjo susipažinti su nedidele dalimi Koncentracijos nagrinėjimo išvadose naudotos informacijos, taip pat jai buvo pateikti užslaptintos informacijos išrašai ir aprašymai. Teismų praktikoje dėl komercinių paslapčių apsaugos ir atleidimo konkurencijos priežiūros procedūros metu nurodyta, kad teisė į gynybą nėra nepagrįstai suvaržoma, jeigu konfidencialia pripažinta medžiaga, su kuria negalėjo susipažinti ūkio subjektas, nedaro esminės įtakos teisiniam ūkio subjektų veiksmų vertinimui ir atsakomybės nustatymui, ypač, jeigu iš Konkurencijos tarybos nutarimo, kuriame nėra konfidencialių duomenų, motyvų galima

<sup>300</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 1-2 psl. (bylos 46 K tomas, 3-4 lapai).

<sup>301</sup> *AS Piletilevi Group* 2022 m. birželio 6 d. paaiškinimai dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų, 7 psl. (bylos 46 K tomas, 9 lapas).

<sup>302</sup> Pirmos instancijos teismo 2002 m. spalio 22 d. sprendimas byloje Nr. T-310/01, *Schneider prieš Europos Bendrijų Komisiją*, 79 ir 100 pastraipos.

<sup>303</sup> Iš klausymo posėdžio protokolai (bylos 47 K tomas, 37 psl.).

<sup>304</sup> Iš klausymo posėdžio protokolai (bylos 47 K tomas, 37 psl.).

aiškiai suprasti esminius Konkurencijos tarybos argumentus<sup>305</sup>. Pažymėtina, kad koncentracijos nagrinėjimo procedūros atveju negali būti analogiška apimtimi taikoma Konkurencijos įstatymo 21 straipsnio 2 dalis, kai Konkurencijos taryba turi teisę pati atskleisti pažeidimu įtariamams subjektams teisės į gynybą tikslais ir naudoti ūkio subjektų komercines ar profesines paslaptis, tik jeigu to reikia pažeidimams, už kuriuos numatyta galimybė skirti baudas pagal šio įstatymo 36 straipsnį, įrodyti. Todėl Konkurencijos taryba pagrįstai saugojo kitų ūkio subjektų komercinę paslaptį sudarančią informaciją.

(204) Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus argumentus, *AS Piletilevi Group* teiginiai atmetami kaip nepagrįsti.

Vadovaudamasi Konkurencijos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 3 punktu,

Konkurencijos taryba n u t a r i a :

1. Atsisakyti duoti leidimą vykdyti koncentraciją *AS Piletilevi Group* įsigijus 100 proc. uždarnosios akcinės bendrovės „TIKETA“ akcijų ir įgijus pastarosios bendrovės kontrolę pagal pateiktą pranešimą apie koncentraciją.

2. Įpareigoti koncentracijoje dalyvavusius ūkio subjektus ar kontroliuojančius asmenis ne vėliau kaip per 3 mėnesius nuo Konkurencijos tarybos nutarimo įteikimo dienos arba nuo jo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje *www.kt.gov.lt* dienos, atsižvelgiant į tai, kas įvyksta pirmiau, atlikti veiksmus, kad būtų atkurta ankstesnė padėtis, arba pašalinti koncentracijos pasekmes.

3. Įpareigoti *AS Piletilevi Group* ne vėliau kaip per 14 dienų nuo šio nutarimo rezoliucinės dalies 2 punkte nurodyto įpareigojimo įvykdymo apie tai informuoti Konkurencijos tarybą pateikiant patvirtinančius įrodymus.

Nutarimas gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui per vieną mėnesį nuo jo įteikimo dienos arba nuo jo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje *www.kt.gov.lt* dienos, atsižvelgiant į tai, kas įvyksta pirmiau.

Pirmininkas

Šarūnas Keserauskas

---

<sup>305</sup> LVAT 2014 m. balandžio 8 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A-502-253-14, UAB „G4S Lietuva“ ir kiti prieš Konkurencijos tarybą, 117 pastraipa; LVAT 2016 m. birželio 20 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A-741-552/2016, UAB „Maxima LT“ ir kiti prieš Konkurencijos tarybą.