

**Otsus**

Tallinn

08.05.2009.a. nr 5.1-5/09-0022

**Clear Channel Estonia OÜ avalduse alusel JCDecaux Eesti OÜ ja Tartu Linnavalitsuse tegevuse suhtes alanud haldusmenetluse lõpetamine**

**1. Menetluse alustamine**

Clear Channel Estonia OÜ (edaspidi – CC) esitas 21.07.2004.a Konkurentsiametile avalduse nr 2-01.09/592 kaubaturu piiramise ja eriõiguse andmise kohta. Avaldaja esitas Konkurentsiametile Tartu Linnavalitsuse (edaspidi Tartu LV) ja Osauhingu UNICOM Eesti (alates 12.09.2005 ärinimi JCDecaux Eesti OÜ, edaspidi – JCD) vahel sõlmitud lepingud, mis puudutasid bussiootepaviljonide paigaldamist ja hooldamist ning reklaamialuste paigaldamist.

Avaldaja väitel on Tartu LV ja JCD vahel sõlmitud lepingutega piiratud välireklaamiturgu Tartu linnas, millega on oluliselt kahjustatud konkurentsi. Samuti on Tartu linn kehtestanud täiendavaid piiranguid reklaamiettevtõtjatele, eesmärgiga takistada teiste välireklaamiettevtõtjate tegevust Tartu välireklaamiturul.

Avaldaja arvates saab nimetatud lepingute sõlmimist vaadelda kui eriõiguse andmist JCD-le ning ta palub kontrollida Tartu LV ametnike ning JCD juhtivisikute tegevust konkurentsi kahjustamisel Tartu linna välireklaamiturul ning võtta tarvitusele abinõud olukorra lahendamiseks.

**2. Menetlusosalised**

1) Clear Channel Estonia OÜ: äriregistri kood 10717472, aadressiga Pärnu mnt 20, Tallinn 10141.

Ettevõtja põhitegevusala on reklaamindus (tänavareklaami tootmine ja müük, reklaami kujundus- ja disainitööd, reklaamivahendite ja nendega seonduvate muude vahendite tootmine, ost-müük ja eksport-import).

2) JCDecaux Eesti OÜ: äriregistri kood 10348263, aadressiga Tartu mnt 18, Tallinn 10115.

Ettevõtja põhitegevusala on reklaamindus (kaubanduslik vahendustegevus, välireklaamide tegemine, reklaamiteenuse osutamine, kinnisvaratehingud, transporditeenuste osutamine, toitlustamine).

3) Tartu Linnavalitsus: reg. kood 75006546, aadressiga Raekoda, Tartu 50089.

### 3. Faktilised asjaolud

#### 3.1 Välireklaam

Üheks enimlevinud reklaami eksponeerimise liigiks on välireklaam ehk reklaam, mida eksponeeritakse väljaspool ehitiste siseruume peamiselt tänavate ja teede vahetus läheduses ja ehitiste välispindadel. Välireklaamide asukohad on väga erineva suuruse ja kujuga, alates näiteks tänavapostidest ja prügikastidest kuni majaseinte ja sõidukiteni. Sealjuures kasutatakse väga erineva suuruse ja kujuga spetsiaalselt reklaami eksponeerimiseks ette nähtud aluseid (vitriinid, tulbad jne).

Kohalikud omavalitsused reguleerivad oma pädevuse piires välireklaamikandjate paigaldamist oma territooriumil.

JCD andmetel tegutsevad välireklaamiettevõtjad Eestis 40-es kohalikus omavalitsuses. Valdav osa reklaamiks renditavaid pindu kuulub 7-le suuremale ettevõtjale. Kokku oli Eestis 2008. aasta suve seisuga [...] väljarenditavat välireklaamipinda, mis jaotusid ettevõtjate vahel järgmiselt: [...].

Tartus on kokku 751 reklaamipinda, mis jaotuvad ettevõtjate vahel järgmiselt: [...].

Tartu LV 29.09.2008.a. kirja kohaselt on alates 2003.aastast Tartu linnas toimunud kahel korral konkursid välireklaamikandjate paigaldamiseks. 2004. aastal lubati paigaldada 177 reklaamikandjat (8-s asukohas Megameedia Grupp OÜ-l ja 35-s asukohas JCD-l), millest käesolevaks ajaks on leping lõpetatud 134 reklaamikandja osas Reklaamibüroo AD OÜ-ga. 2006.aastal CC-ga (OÜ Aristex õigusjärglasena) sõlmitud lepingu alusel on lubatud 300 reklaamikandja (prügiurnid) paigaldamine. 2002.aastal ja 2003.aastal JCD-ga sõlmitud lepingute alusel sai JCD õiguse paigaldada 40 reklaamialust (linnateabesüsteem) ning 20+15 reklaamkappi bussiootepaviljonide koosseisu. Lisaks on JCD-l (T-STOPP OÜ õigusjärglasena) 1997. aastal sõlmitud lepingu alusel antud õigus paigaldada bussiootepaviljonidele 30 konstruktsiooni kuulutuste eksponeerimiseks. Reklaamialuste paigaldamise tähtaeg Tartu LV arhitektuuri ja ehituse osakonna poolt väljastatud lubade puhul ei ületa üldjuhul ühte aastat. Konkursiga sõlmitud ja lisandväärtusega lepingute tähtaeg on kuni 10 aastat.

#### 3.2 Lepingud

Tartu LV 11.10.2001 korraldusega nr 4692 kinnitati avalike läbirääkimiste tingimused 60 bussiootepaviljoni paigaldamiseks. Läbirääkimiste kutse avaldati ajalehes „Postimees”. Linnavalitsuse korraldusega nr 4692 kinnitati ka läbirääkimiste tingimused, millega pakkujad pidid oma pakkumise tegemisel arvestama. Läbirääkimistele esitas oma pakkumise 1 ettevõtja – JCD, kelle pakkumine ei vastanud siiski 100%-liselt kehtestatud tingimustele. Linnavalitsuse poole pöördus avaldusega ka OÜ Megameedia Grupp, kuid nimetatud ettevõtja ei teinud Tartu LV hinnangul 11.10.2001 korralduse nr 4692 tingimustele vastavat pakkumist. Seda arvestades tunnistas Tartu LV senised avalikud läbirääkimised nurjunuks ja asus 60 bussiootepaviljoni paigaldamiseks otseläbirääkimistesse selleks ettepaneku teinud JCD-ga. Läbirääkimiste tulemusena sõlmiti JCD ja Tartu LV vahel 08.01.2002 leping,

mida on alljärgnevalt detailsemalt kirjeldatud ning mis sisaldab konkurentsipiiranguid, mida CC oma 21.07.2004 avalduses silmas pidas.

3.2.1 „Tartu Linna omandis olevatele tänavatele ja tänavate kaitsevööndisse 60 bussiootepaviljoni paigaldamise ja nende hooldamise kohta”, sõlmitud 08.01.2002.a. (edaspidi – leping 1).

Lepingu objektiks on koostöö ühistranspordi infrastruktuuri arendamiseks 60 uue bussiootepaviljoni (mis võivad olla kas reklaamkapiga või ilma) paigaldamise ja nende edasise hooldamise korraldamise teel. Bussiootepaviljonid paigaldatakse Tartu linna omandis olevatele tänavatele ja tänavate kaitsevööndisse tähtajaga 20 aastat. Paigaldatud bussiootepaviljonid kuuluvad UNICOMile (p 2.1). Lepingu järgi on UNICOMil õigus müüa bussiootepaviljonide seintel reklaampinda (p 4.2.1) ja lisada bussiootepaviljoni koosseisu reklaamkapp, kui bussiootepaviljon on paigaldatud ilma reklaamkapita (p 4.2.2).

Lepingu kohaselt on Tartu linn kohustatud mitte andma lepingu tähtaja jooksul kolmandatele isikutele luba või muus vormis nõusolekut enda omandis olevatele kinnistutele või muule enda valduses olevale maale, enda omandis olevatele hoonetele või rajatistele (sh teedele) EURO-suurusel (118.5x175 cm) või ligilähedase suurusega (erinevusega pindalas kuni 25%) reklaamplakatite eksponeerimiseks või reklaamplakatite eksponeerimiseks mõeldud reklaamialuste paigaldamiseks. Piirang ei hõlma asukohajärgset enesereklaami ja/või kommertseesmärgil kujundatud viitesüsteemi elemente. Nimetatud piirang ei kehti, kui reklaamiplakati või –aluse paigaldamine on kooskõlastanud UNICOM (p 3.1.8).

Vastavalt lepingule ei pea UNICOM lepingu objektiks olevate bussipaviljonide aluse maa kasutamise eest maksma Tartu linnale maamaksu või muud tasu (p 2.3).

Leping kehtib 20 aastat (p 7.1).

3.2.2 „Tartu linna omandis olevatele teedele ja maale reklaamialuste paigaldamise kohta”, sõlmitud 04.07.2003.a. (edaspidi – leping 2 ).

Lepingu 1 rakendamise käigus ilmnes, et osa bussipeatusi asetses reklaamide paigaldamise seisukohalt väheatraktiivsetes asukohtades, mistõttu JCD pöördus 27.05.2003 Tartu Linnavalitsuse poole ettepanekuga võimaldada JCD-le paigaldada 40 reklaamialust bussiootepaviljonide koosseisu asemel mujale Tartu linna omandis olevale varale. JCD tegi ühtlasi ettepaneku arendada nimetatud reklaamialuste põhjal välja linnateabesüsteem.

Tartu LV otsustas 17.06.2003 teha JCD-le omakorda ettepaneku Tartu linna territooriumile 15 uue bussiootepaviljoni paigaldamiseks lepingus 1 kirjeldatud tingimustel. JCD nõustus oma 30.06.2003 kirjas 15 uue bussiootepaviljoni paigaldamisega leping 1 tingimustel.

Eeltoodu asjaolude tulemusena sõlmiti 04.07.2003 leping 2, mille objektiks on Tartu linna omandis olevatele teedele ja maale 40 reklaamialuse paigaldamine, nende edasise hooldamise korraldamine ja reklaamialuste ühe külje linnateabesüsteemi tarbeks võimaldamine tasuta (2.1 ja 3.1.7). Lepingu järgi kuuluvad paigaldatavad reklaamialused UNICOMile (p 2.2) ning nende asukohad fikseeritakse lepingu 2 lisas

3, mida võib poolte kokkuleppel muuta või täiendada, kui asukoha efektiivsus linnakeskkonnas alaneb (2.5).

Lepinguga 2 muudeti lepingu 1 punkti 4.2.2 selliselt, et seoses Tartu linna omandis olevatele teedele ja maale 40 reklaamialuse paigaldamise lepingu sõlmimisega kaotab UNICOM õiguse lisada bussiootepaviljoni koosseisu seni paigaldamata jäänud 40 reklaamkappi ( p 1).

Lisaks eeltoodule sätestati lepinguga 2, et UNICOM paigaldab Tartu linna territooriumile leping 1 tingimustel täiendavalt 15 uut bussiootepaviljoni (p 2), kusjuures uute paigaldatavate bussiootepaviljonide osas on UNICOMil õigus lisada nende koosseisu reklaamkapid lepingus 1 toodud tingimustel (p 6).

Leping 2 sisaldas samalaadset konkurentsipiirangut kui leping 1. Leping 2 kohaselt on Tartu linnal kohustus mitte anda lepingu tähtaja jooksul kolmandatele isikutele luba või muus vormis nõusolekut enda omandis olevatele kinnistutele või muule enda valduses olevale maale, enda omandis olevatele hoonetele või rajatistele (sh teedele) EURO-suurusel (118.5x175 cm) või ligilähedase suurusega (erinevusega pindalal kuni 25%) reklaamplakatite eksponeerimiseks või reklaamplakatite eksponeerimiseks mõeldud reklaamialuste paigaldamiseks. Piirang ei hõlma asukohajärgset enesereklaami ja/või kommertseesmärgil kujundatud viitesüsteemi elemente. Nimetatud piirang ei kehti, kui reklaamiplakati või –aluse paigaldamine on kooskõlastanud UNICOM (p 3.2.6).

UNICOM ei pea lepingu 2 objektiks olevate reklaamialuste aluse maa kasutamise eest maksma Tartu linnale maamaksu või muud tasu (p 2.6).

Leping 2 sõlmiti kümneks aastaks (p 6).

### **3.3 Tartu LV selgitused**

#### 3.3.1 Konkurentsiamet küsis Tartu LV-lt selgitusi (04.08.2004 teabenõue nr 2-01.09/631) JCD-ga sõlmitud lepingute ja Tartu välireklaamituru kohta.

Tartu LV otsustas lepingu 1 sõlmimise oma 08.01.2002 korraldusega nr 106. Samal Tartu LV istungil kiideti heaks ka JCD-ga sõlmitava lepingu tekst. Lepingupunktis 3.1.8 sätestatu oli üheks läbirääkimiste objektiks ja linnavalitsus nõustus sellise piirangu sisseadmise põhjusel, et tagada JCD poolt tehtava investeeringu tasuvus. Lepingupunktis kirjeldatud euro-formaati ei kasutanud peale JCD Tartu linnas ükski välireklaami ettevõtja. Samas võimaldab lepingu sõnastus anda ka teistele ettevõtjatele õiguse sellises formaadis reklaamplakatite või reklaamikandjate paigaldamiseks, kuid sellise nõusoleku andmine allub erimenetlusele. Käesoleva ajani pole ükski teine ettevõtja Tartu linnalt sellises formaadis reklaamplakatite või reklaamikandjate paigaldamiseks nõusolekut küsinud. Nimetatud piirang kehtib vaid Tartu linna omandi suhtes.

JCD esitas 27.05.2003 linnavalitsusele taotluse, milles tegi ettepaneku anda talle õigus bussiootepaviljonide koosseisu 40-ne reklaamkapi paigaldamise asemel paigaldada Tartu linna territooriumile (omandile) 40 reklaamikandjat. Nimetatud ettepanek tähendas 40 paviljoni koosseisu reklaamkappide mittepaigaldamist. Ettepaneku

tegemise ajaks olid kõik 60 bussiootepaviljoni juba paigaldatud. Nimetatud ettepaneku tegemine oli ajendatud asjaolust, et osad linnavalitsuse poolt fikseeritud bussiootepaviljonide asukohtadest ei olnud reklaamikandja paigaldamise seisukohast atraktiivsed. JCD sõlmis kõnealuse lepingu eeldusel, et bussiootepaviljonide asukohad on reklaamikandja paigaldamiseks atraktiivsed, kuid lõplik paviljonide asukohtade loetelu selgus alles pärast lepingu 1 sõlmimist. Antud juhul oli reklaamipinna müük ainsaks võimalikuks katteallikaks investeringute tasateenimisele. Tartu LV rahuldab JCD taotluse oma 17.06.2003 korraldusega nr 2165, kuna linnavalitsus mõistis, et ei ole paviljonide asukohtade määramisel piisavalt arvestanud JCD õigustatud huve. Tartu LV võttis arvesse ka asjaolu, et JCD oli nõus võimaldama reklaamikandjate ühe külje linnateabesüsteemi (teatrite, kinode, muuseumite, näituste, kultuuri-, spordi- ja heategevuslike ürituste reklaam) tasuta eksponeerimiseks. Linnavalitsus leidis, et linnas tegutsevatele ettevõtjatele ülalnimetatud reklaami eksponeerimiseks tasuta võimaluse andmine on avalikes huvides. Seega on linnavalitsus täitnud Tartu linnavara eeskirja § 10 lg 1 p-is 4 sätestatud nõude, et linnavara võib kasutusse anda otsustuskorras lähtudes põhjendatud avalikust huvist.

Tartu LV ei pidanud vajalikuks korraldada linnateabesüsteemi reklaamikandjate paigaldamiseks avatud pakkumist, kuna selliste reklaamikandjate paigaldamine tulenes leping 1 muutmise objektiivsest vajadusest ning leping 1 sõlmimisele eelnevalt viidi sisuliselt läbi avalik pakkumine. Avalikku pakkumist ei kohustanud läbi viima ka Tartu linnavara eeskiri. Eeskirja kohaselt võis linnavalitsus sõlmida linnavara kasutamiseks lepingu tähtajaga kuni 10 aastat. Kuna 40 reklaamikandja paigaldamise leping kasvas välja 60 bussiootepaviljoni paigaldamise lepingust, mille tähtaeg oli 20 aastat, asus linnavalitsus seisukohale, et lepingu periood peaks olema vähemalt 10 aastat. Nimetatud leping ei ole linnale kaasa toonud mingeid kohustusi. Linnateabesüsteemi reklaamikandjatele tasuta reklaami paigaldamine on populaarne ning 40 reklaamikandjat linnateabesüsteemis on ilmselgelt vähe. Seetõttu on linnavalitsus olnud alati valmis teistele ettevõtjatele sarnastel tingimustel lepingut pakkuma.

Tartu LV ei pea lepingut 1 eri- või ainuõiguse andmiseks. Õigus paigaldada reklaamikandja bussiootepaviljoni koosseisu ei võimalda ettevõtjal olla kaubaturul võrreldes teiste ettevõtjatega eelisseisundis.

Tartu LV leidis, et bussiootepaviljonide paigaldamiseks tehtud investeringute tasuvusaeg võrreldes teistsuguste reklaamikandjate konstruktsioonidega on ajaliselt kümnetes kordades pikem. Ühe bussipaviljoni maksumus koos paigaldusega on kuni 60 000 krooni ning keskmine hooldustasu aastas ulatub kuni 7000 kroonini. Võrdlusena, piilari maksumus on kõigest 5000 krooni ja nimetatud reklaamikandjad on ka suhteliselt hooldusvabad. Seega on JCD Tartu LV sõnul valinud välireklaamiturul tegutsemiseks tunduvalt riskantsema ja vähemtasuvama tee.

Õigus paigaldada Tartu linna omandile 60 bussiootepaviljoni ei anna ettevõtjale õigust olla ainsaks ettevõtjaks sellel reklaamiturul. Bussiootepaviljoni näol on tegemist ühe võimaliku reklaamikandja tüübiga. Tartu linnas on linna omandile paigaldatud kordades rohkem välireklaami kandjaid. Iseseisva kaubaturuna pole võimalik vaadelda ka ainult bussipeatusi. Tartu LV on seisukohal, et põhjendatud oleks kaubaturu piiritlemine kogu Eesti territooriumiga. Seda eelkõige põhjusel, et välireklaami kampaniad on üldjuhul üleriigilised. Mitte mingil juhul ei ole aga

linna valitsuse hinnangul võimalik välireklaami kaubaturgu piiritleda Tartu linna omandiga. Tartu linna omandis olevale varale paigaldatud välireklaamikandjad ei moodusta iseseisvat kaubaturgu. Tartu linna omandi osatähtsus linna haldusterritooriumil on väike. Maa pindala poolest kuulub linnale umbes 10% linna haldusterritooriumist. Linna omandis (ainuomandis) on umbes 180 hoonet. Hoonete üldarv ületab linnas aga seitset tuhandet. Seega ei saa linna varal toimuv oluliselt mõjutada välireklaami kaubaturul toimuvat.

Tartu Linnavolikogu 04.10.2001 otsusega nr 424 lubati Tartu LV-l sõlmida valitud ettevõtjaga leping Tartu linna omandis olevatele tänavatele ja tänavate kaitsevööndisse bussiootepaviljonide paigaldamiseks maksimaalse kehtivusajaga kuni kahekümneks aastaks. Sellise tähtaja lubamisel oli otsustavaks soov tagada ettevõtja poolt tehtava investeeringu tasuvus ja kindlustada võimalikult pikaks tähtajaks linnaelanikele bussiootepaviljonide olemasolu ning nende pidev hooldamine. Teistes Euroopa riikides on sellised lepingud sõlmitud 15-30 aastaks.

### 3.3.2 Konkurentsiamet saatis Tartu LV-le 10.01.2005 teabenõude nr 2-01.09/28, milles paluti teavet ja materjale antud juhtumis kaubaturu määramiseks ning JCD poolt tehtud pakkumise kohta 60 bussiootepaviljoni paigaldamiseks.

25.01.2005 Konkurentsiametile saadetud vastuskirjas nr 7-4.3/668 teatas linnasekretär Jüri Mölder, et Tartu LV-l on raskendatud anda ammendavat loetelu ettevõtjatest, kes omavad Tartu linnale kuuluval territooriumil välireklaami paigaldamise lube. Selliseid lube või muus vormis nõusolekuid on väljastatud erinevatel aegadel linnavalitsuse erinevate struktuuriüksuste poolt ja nende üle ei ole korrektset arvestust peetud.

Linnavalitsusele teadaolevalt omab linna omandil kõige suuremal arvul välireklaamikandjaid OÜ Aristex 200 reklaamikandjaga (prügikastidel). JCD on linna omandile paigaldanud 116 välireklaamikandjat. 2004. aastal läbi viidud avalike eelläbirääkimistega pakkumise tulemusena said õiguse paigaldada reklaamikandjaid veel: JCD - 35 reklaamikandjat, Megameedia Grupp OÜ - 8 reklaamikandjat ja Reklaamibüroo AD OÜ - 135 reklaamikandjat tähtajaga 10 aastat. Tartu LV 05.08.2004 määruse nr 19 järgi antakse linna omandile reklaami paigaldamiseks reeglina luba tähtajaga kuni 3 aastat. Pikemaks tähtajaks on antud nõusolekuid vaid avalike pakkumiste (konkursside) tulemusena.

Tartu Linnavalitsus edastas Konkurentsiametile koopia JCD poolt linnavalitsuse 11.10.2001 korralduse nr 4692 alusel korraldatud avalike läbirääkimiste menetluse raames tehtud pakkumisest, mille järgi JCD andis 31.10.2001.a. oma kinnituse vastavalt Tartu LV korralduse punktile 3.5.1, millega kehtestati tingimused edasisteks läbirääkimisteks. Materjalid sisaldavad muuhulgas ka 60-ne paigaldatava bussiootepaviljoni prognoositavaid paigalduskulusid ja tasuvusarvestust. Tasuvusarvestuse kohaselt oleks bussiootepaviljonide paigaldamine JCD-l ära tasunud 12 aastaga. Sealjuures oli JCD tasuvusarvestuse koostamisel eeldanud, et esimesed 4 aastat üldse tulu ei teenita.

## **3.4 JCDecaux Eesti OÜ seisukohad**

### 3.4.1 Konkurentsiametile suuliselt esitatud seisukoht.

JCD arendusdirektori Jaanus Kadak'i 27.10.2004 Konkurentsiametis antud seisukohtade järgi on JCD ainus ettevõtja Eestis, kes pakub bussipaviljonide paigaldamise ja hoolduse teenust Eestis. Ainult paviljonide paigaldamine, hooldus ja nendel reklaami eksponeerimine pole ettevõtjale tulus tegevus. Tegemist on nn missiooniga, millel on ajalooline taust. Et nimetatud tegevus end ka ära tasuks, on osahing proovinud sõlmida selliseid lepinguid, nagu seda on leping Tartu LV-ga ning leida võimalusi ka teiste reklaamaluste paigaldamiseks. Bussipaviljonide hooldust saabki teostada ainult seetõttu, et tegelik reklaamitulu tuleb teistelt reklaamikandjatelt. Bussipaviljonil eksponeeritav reklaam pole sama atraktiivne kui eraldi reklaamikandjale paigutatud reklaam. JCD-l on ainuõigus ainult linnamaale paigaldatavate euro-suuruseliste aluste paigaldamise osas. Aina atraktiivsemaks muutuvad aga eraomandis olevate kaubanduskeskuste juures asuvad maad ja pinnad. Tuleb olla ise aktiivne ja teha pakkumisi.

Kaubaturuks tuleks määrata kogu Eesti reklaamitur, millest välireklaamikandjad moodustavad 5-6%.

#### 3.4.2 Konkurentsiamet esitas JCD-le 29.11.2004 teabenõude nr 2-04.09/592, milles palus esitada oma seisukohad CC 21.07.2004 avalduses toodud väidete kohta kaubaturu piiramise ja erioiguse andmise osas Tartu linna välireklaamiturul.

JCD selgitas 24.12.2004 vastuses, et on ettevõtja, kelle peamiseks tegevusalaks on sotsiaalselt kasuliku infrastruktuuri paigaldamine ja haldamine linnades. Eestis on osahingu poolt paigaldatud [...] ühistranspordi ootepaviljoni ning [...] linnateabe rajatist. Lisaks on tehtud investeeringud sotsiaalselt kasulikku infrastruktuuri ning jooksvad hoolduskulud kaetakse reklaamimüügi tuludest. Lisaks bussiootepaviljonidele ja linnateaberajatistele omab JCD ka puhtalt kommertsfunktsiooni täitvaid reklaamikandjaid. JCD opereerib Eesti reklaamiturul ning konkureerib otseselt televisiooni, raadio ning trükimeedia ettevõtetega. Välimeedia osakaal Eesti reklaamiturust moodustab ca 6% (Emori andmed 2003. a kohta) ning iga protsendipunkti tõus või langus välimeedia kasuks mõjutab otseselt JCD konkurentsivõimet Eesti reklaamiturul. JCD viib läbi peamiselt üle-eestilisi reklaamikampaaniaid, eksponeerides neid samaaegselt kõigis suuremates linnades.

Kõik Tartu LV ja JCD vaheliste lepingutega võetud kohustused on JCD täitnud. Ainuüksi bussipaviljonide paigaldamine ja opereerimine reklaamikandjatena ei ole ettevõtjatele rentaabel, vaid teenib puhtalt linna huve. JCD eristubki teistest reklaamiettevõtjatest selle poolest, et on ainukesena olnud nõus paigaldama sotsiaalselt kasulikke konstruktsioone ja konkureerima nendega teiste reklaamiettevõtjate mitmeid kordi tulusamate kommertsreklaamikandjate vastu. CC pole JCD teada üheski Eesti linnas näidanud üles huvi paigaldada bussiootepaviljone ning kasutada neid reklaamikandjatena, millest saadava tuluga paviljone ka hooldada. Samuti ei avaldanud CC soovi osaleda Tartu LV poolt korraldatud 60 bussiootepaviljoni konkursil, mistõttu JCD leiab, et ei tema ega Tartu LV ei ole mingil moel kahjustanud CC huve ega konkurentsi üldiselt.

### **3.5 Clear Channel Estonia OÜ seisukohad**

CC esindaja poolt 21.10.2004 Konkurentsiametis toimunud vestluse käigus antud seisukohtade järgi on CC arvamisel, et Tartu LV sõlmib oma lepinguid

reklaamikandjate paigaldamise osas ühe ettevõtja (JCD) huvidest lähtuvalt. Peamiseks probleemiks on see, et Tartu LV on andnud ainuõiguse JCD-le euro-suurusel reklaamialuste paigaldamisel Tartu linnas. Ainuõiguslik säte laieneb ka muudele reklaamialustele, mille paigaldamisel peab olema JCD nõusolek. Sellised lepingusätted võivad sulgeda turu teistele ettevõtjatele. Kindlasti peaks eraldi kaubaturuna määratlema Tartu linna kesklinna territooriumi, kui ettevõtjatele tunduvalt atraktiivsema piirkonna. Samuti on kesklinna piirkond enamuses linna maa. Linna omandis olev maa ja eramaa pole reklaamiettevõtjatele asendatavad, kuna viimasel juhul on renditasud tunduvalt kõrgemad.

Konkurentsiamet palus 19.08.2005.a. teabenõudes nr 2-04.09/677 CC-lt arvamust välireklaamikandjate liigitamise ja sellega seotud kaubaturu määratlemise osas.

CC esindaja leidis 01.09.2005.a. vastuskirjas nr 57, et euro-formaadis ja mõõtudega reklaamikandjaid on suhteliselt keeruline ja tehniliselt kulukas asendada mõne muu formaadi ja mõõtmetega reklaamikandjatega, sest need asetsevad kohtades, millised on välja valitud just reklaamikandja suurust ning reklaami sihtgruppi silmas pidades. Euro-suurusel reklaamikandjad eristuvad selgelt teistest reklaamikandjatest, sest on kujundatud ja välja töötatud eelkõige linnakeskkonna tarbeks ning on seetõttu kõige levinumaks suuruseks linnakeskkonnas. Samuti on näiteks reklaamplakatite tootjad ja muu sellega seotud tööstus orienteeritud just sellele formaadile. Välireklaamikandjaid on oma formaadi ja suuruse järgi võimalik teatud määral asendada samas suurusjärgus ja formaadis olevate reklaamikandjatega, kuid sellega kaasnevad täiendavad kulutused reklaami tellijale ning seetõttu on CC esindaja arvamus, et erinevad välireklaamikandjate formaadid ei ole tellija seisukohalt kergesti asendatavad.

### **3.6 Kolmandate reklaamiettevõtjate arvamus**

Konkurentsiamet palus 19.08.2005.a. teabenõudes nr 2-04.09/677 OÜ-lt MegaMeedia Grupp, OÜ-lt Reklaamibüroo AD ja Eesti Reklaamiagentuuride Liidult arvamust välireklaamikandjate liigitamise ja sellega seotud kaubaturu määratlemise osas.

OÜ MegaMeedia Grupp avaldas 30.08.2005.a. vastuskirjas nr 1/107 arvamust, et kogu Euroopas ja mujal maailmas on levinud just nn euro-suurusel välireklaami plakatid. OÜ Megameedia Grupp omab Tallinnas 100 euro-suurusel reklaamvitriini, kuid ahistavate lepingute tõttu JCD ja linnade vahel puudub neil võimalus vitriinide paigaldamiseks näiteks Tartus ja Pärnus.

Reklaamibüroo AD OÜ avaldas 23.08.2005.a. vastuskirjas arvamust, et euro-suurusel välireklaamikandja on tellija seisukohast vaadatuna asendatav teistes formaatides ja suurustes välireklaamikandjatega. See suurus on mugav eelkõige välireklaamiteenuseid osutavale ettevõtjale, kes haldab ulatuslikumaid ja ka piiriüleseid välireklaamikette. Eeltoodu võimaldab toota suuri koguseid plakateid kokkuvõttes odavama hinnaga. Tellija seisukohast vaadatuna on turul olemas mitmeid alternatiive, millest igaüks eeldab erinevat lähenemist. Euro-suurusel välireklaamikandjad ei oma iseenesest mingeid selliseid erisusi, mis tarbija seisukohalt vaadatuna muudaksid välireklaami kui sellise olemust. Enamasti on tellija soovil kasutusel erineva suurusega välireklaamikandjad.

Euro-suurus on kujunenud standardiks, kus reklaami märgatavuse, eksponeerimisekulude ja kasumi suhe on kõige optimaalsem.



Eesti Reklaamiagentuuride Liit avaldas 25.10.2005.a. vastuskirjas arvamust, et ei poolda mistahes suuruses reklaampindade monopolset haldust avalikul linna territooriumil. Reklaamide eksponeerimise seisukohast on aga mistahes meediaväljundid asendatavad alternatiivsetega.

#### **4. Konkurentsiameti esialgne seisukoht**

Konkurentsiamet teavitas 12.07.2006. a. kirjaga nr 2-01-09/536 Tartu LV-d ja JCD-d Konkurentsiameti esialgselt seisukohast. Konkurentsiamet leidis, et leping 1 ja leping 2 olid vastuolus konkurentsiseaduse (KonkS) § 4 lg 1 punktidega 2 ja 3, sest nende lepingute sätetega piiratakse kolmandate isikute (teiste välireklaamiettevõtjate) kaubaturule pääsu ja nende isikute tegutsemisvabadust kaubaturul. Sellega olid Tartu LV ja JCD rikkunud KonkS § 4 lg-s 1 sätestatud ettevõtjatevahelise konkurentsi kahjustava kokkuleppe sõlmimise keeldu. Konkurentsiamet esitas Tartu LV-le ja JCD-le vastavasisulise ettekirjutuse eelnõu, millele palus vastavalt haldusmenetluse seaduse §-le 40 lg 1 vastuväiteid esitada.

Konkurentsiamet teavitas Tartu LV-d ja JCD-d ühtlasi sellest, et KonkS § 6 lg-s 1 on toodud kolm tingimust, mille täitmise korral kokkuleppe, tegevuse või otsuse suhtes KonkS § 4 lg-s 1 sätestatud keeldu ei kohaldata. KonkS § 6 lg-s 2 on sätestatud, et nimetatud tingimusi kasutatav ettevõtja on kohustatud tõendama, et lõikes 1 toodud kõik tingimused on täidetud. Konkurentsiamet palus Tartu LV-l ja JCD-l esitada soovi korral põhjendused lepingute KonkS § 6 lg-s 1 toodud tingimustele vastavuse kohta

##### **4.1 Tartu LV vastuväited Konkurentsiameti esialgsele seisukohale**

Tartu LV esitas 31.08.2006 a kirjaga nr 21.3-4/14119 vastuväited Konkurentsiameti esialgsele seisukohale, esitades järgmised omapoolsed seisukohad:

- 1) Tartu LV leidis, et Konkurentsiameti kitsas kaubaturu määratlus ei ole mõistlik ning asus seisukohale, et Tartu linna omandis olevate teedele ja tänavatele paigaldatud välireklaamikandjad ei moodusta iseseisvat kaubaturgu ning põhjendatud oleks kaubaturu piiritlemine kogu Eesti territooriumiga;
- 2) Tartu LV leidis, et konkurentsialane regulatsioon kohaldub kohaliku omavalitsuse suhtes juhul, kui viimane osaleb äritegevusega kaubaturul teenuse pakkumisega. Kõnealuste lepingute näol ei ole tegemist linnavalitsuse poolt teenuse osutamisega. Lepingute kaudu tagatakse linna elanikele bussipaviljonide olemasolu või linnateabesüsteem, st neil on avalikkusele suunatud funktsioon;
- 3) Tartu LV-le jäi arusaamatuks, milles täpselt seisneb lepingupunktide vastuolu konkurentsiseaduse § 4 lg 1 punktides 2 ja 3 sätestatuga, sest Konkurentsiamet ei ole iga väljatoodud lepingupunkti eraldi analüüsinud ega välja toonud selle vastuolu seaduse vastava sättega. Kuigi Tartu LV väitel ei saa Tartu LV-d ja JCD-d pidada konkurentideks ega nõustuda KonkS § 4 lg 1 p-de 2 ja 3 kohaldamisega, esitas linnavalitsus siiski selgitused ja vastuväited vaidlusaluste lepingute iga punkti kohta.
- 4) Lisaselgitusena pidas Tartu LV oluliseks märkida, et kuigi mõlema lepingu puhul on tegemist linnavara kasutusse andmisega, täitis Tartu LV bussiootepaviljonide lepingu kaudu ühistranspordiseaduse § 5 lg 1 punktis 4 sätestatud ülesannet. Reklaamialuste lepingu puhul on eesmärgiks arendada välja linnateabesüsteem, mis tähendab, et leping on sõlmitud küll avalikes huvides, aga mitte otseselt seaduses sätestatud ülesande täitmiseks. Tartu LV-l on õigus ja kohustus määrata linnapildi

kujunemist ning seejuures on Tartu LV pakkunud täiendavaid soodustusi vaid neile ettevõtjatele, kes on linnapilti rohkem investeerinud ja aidanud seeläbi kaasa avalike ülesannete (antud juhul bussiootepaviljonide rajamine) täitmisele. Muudel juhtudel on linn andnud oma vara kasutusse reklaamialuste paigaldamiseks ainult tulu teenimise seisukohast lähtuvalt.

5) Lõppjärelendusena ei nõustunud Tartu LV Konkurentsiameti poolt esitatud kaubaturu määratlusega ning leidis, et Tartu LV ja JCD ei ole 08.01.2002.a. ja 04.07.2003.a. sõlmitud lepingutega rikkunud konkurentsiseaduse § 4 lg 1 punkte 2 ja 3, mistõttu ettekirjutuse tegemine ei ole põhjendatud.

#### **4.2 JCDecaux Eesti OÜ vastuväited Konkurentsiameti esialgsele seisukohale**

31.08.2006.a kirjaga nr 12/06-H esitas JCD Konkurentsiameti esialgsele seisukohale omapoolsed järgmised vastuväited:

1) Tartu LV ja JCD vahel 08.01.2002.a ja 04.07.2003.a. sõlmitud lepingud on halduslepingud ning nende lepingute sõlmimisel on Tartu LV tegutsenud avaliku ülesande täitmise raames ja mitte majandustegevuse raames ning seega ei ole Tartu LV ettevõtja konkurentsiseaduse § 2 lg 2 mõttes, kuna Tartu LV neid lepinguid sõlmides ei osalenud kaubaturul. Tartu LV ja JCD vahel 08.01.2002.a ja 04.07.2003.a. sõlmitud lepingud ei ole tehingud, mis oleks tehtud ettevõtjate vahel kaubaturul ning seega ei kuulu need tehingud konkurentsiseaduse reguleerimisalasse vastavalt konkurentsiseaduse §-le 1.

2) JCD esindaja hinnangul on Konkurentsiamet ebaõigesti määratlenud kaubaturgu ning ta ühineb Tartu LV seisukohaga, et kaubaturg peaks olema piiritletud kogu Eesti territooriumiga, kuna tarbijate poolt tehtavad reklaamikampaaniad hõlmavad reeglina kogu Eesti Vabariiki. Samuti tuleks kaubaturuks määrata kogu Eesti reklaamitur, millest välireklaamikandjad moodustavad 5-6%. Välireklaamiturgu pole võimalik vaadelda eraldi kaubaturuna.

3) JCD hinnangul on Konkurentsiameti esialgne seisukoht ettekirjutuse osas piisavalt põhjendamata ning seega õigusvastane haldusmenetluse seaduse § 56 lg 1 järgi.

4) JCD esindaja taotles Tartu LV ja JCD vahel 08.01.2002.a ja 04.07.2003.a. sõlmitud lepingute osas konkurentsiseaduse § 6 lg 1 kohaldamist, kuna on täidetud järgmised tingimused:

- nimetatud lepingud aitavad parandada teenuse pakkumist ja turustamist läbi sotsiaalselt kasulike reklaamikandjate turule toomise ning tasuta reklaamimise võimaldamise. Juurdepääs tasuta reklaamile on ka tarbijale kasulik põhjusel, et tasuta reklaamimise võimalus võistleb turul nn kommertsreklaamiga ja omab sellega otsest mõju reklaamide turuhinnale, sundides alandama hindu selleks, et olla atraktiivne ja konkurentsivõimeline kõigile tarbijatele. Samuti tagatakse nende lepingute kaudu kohaliku omavalitsuse kohustuste täitmine ühistranspordi arendamisel;

- 08.01.2002.a ja 04.07.2003.a. lepingutega Tartu LV-le ja JCD-le kehtestatud piirangud on vajalikud selleks, et JCD oleks huvitatud täitma talle lepingutega pandud avalikke ülesandeid ning et JCD poolt Tartu LV huvides ja eest tehtud investeeringud saaksid tasutud;

- Tartu LV ja JCD vahel sõlmitud lepingud ei võimalda lepingupooltele kõrvaldada konkurentsi kaubaturu olulise osa suhtes, kuna kogu välireklaami maht kogu Eesti reklaamiturust on ligikaudu 6,6% ning seega on Tartu LV ja JCD ühine turuosa tühiselt väike selleks, et nende tegevus võiks olulisel määral kõrvaldada konkurentsi kaubaturul.

## **5. JCDecaux Eesti OÜ ja Tartu LV põhjendused konkurentsiseaduse § 6 lg-s 1 toodud tingimuste täitmise kohta**

Konkurentsiamet palus 16.07.2007.a. teabe nõuetes nr 5-04/482 Tartu LV-l ja JCD-l esitada oma seisukohad KonkS § 6 kohaldamise osas.

Tartu LV selgitas 18.10.2007.a. esitatud vastuses, et vaatamata sellele, et lepingute 1 ja 2 puhul ei ole Tartu LV hinnangul tegemist KonkS §-s 4 sätestatud konkurentsi kahjustavate kokkulepetega, esitas ta täiendavad põhjendused, miks need lepingud vastavad KonkS § 6 lõikes 1 esitatud tingimustele.

JCD ei esitanud lisaks Tartu LV poolt esitatud seisukohtadele täiendavalt omi seisukohti.

### **5.1 KonkS § 6 lg 1 p 1 kohaselt ei kohaldata KonkS § 4 lg-s 1 sätestatud keeldu kokkuleppe suhtes, mis aitab parandada toodete tootmist või turustamist või edendada tehnilist või majanduslikku progressi või kaitsta keskkonda, võimaldades tarbijatel saada sellest tulenevast kasust õiglase osa.**

Lepingute hindamisel tuleb arvestada JCD poolt bussiootepaviljonide ja linnateabesüsteemi paigaldamiseks tehtud investeeringutega, mis on vaadeldavad esmase efektiivsuse tõstmise komponendina. Kui ühe bussiootepaviljoni maksumus koos paigaldamisega on kuni [...] krooni ja aastane hoolduskulu [...] krooni, siis 60-ne bussiootepaviljoni paigaldamise esialgseks investeeringuks tuleb lugeda kuni [...] krooni ning iga-aastaseks hoolduskulukuks [...] krooni.

Tarbijad saavad kasu uuest teenusest, mis seisneb selles, et uue teenuse abil kujundatakse reklaamiturul tegutsejate jaoks uus lähenemine, mille kohaselt ettevõtjal tuleb reklaamiturul efektiivselt tegutsemiseks linna avalikus ruumis lisaks oma ärihuvidele arvestada ka avalike huvidega. Uue teenuse turul juurutamise tulemusena tõuseb tõenäosus, et ka teised ettevõtted hakkavad analüüsima sarnaste toodete turule toomise võimalusi, mis läbi muutub ka uute teenuste turg konkurentsivõimelisemaks. Objektiivne majanduslik kasu seisneb selles, et mida rohkem ettevõtjaid uute toodetega turule tulevad, seda suuremal määral saavad tarbijad ka uutest toodetest tekkivaid hüvesid kasutada ning seeläbi vabaneb linnal ressursse, mida on võimalik kasutada majanduslikult oluliste otsuste tegemisel avalikkuse, sh tarbijate huvides.

Tarbijad saavad õiglase osa lepingutest tulenevast kasust, kuna lepingute sõlmimisega tagas linn tarbijatele võimalikult kiiresti võimaluse hakata kasutama bussiootepaviljonide ja linnateabesüsteemist tulenevaid hüvesid. Kui Tartu LV ei oleks JCD-ga lepinguid sõlminud, siis oleks ka eelmärgitud hüvede kasutamise võimalus tulevikku lükkunud.

Kuna lepingutes sätestatud konkurentsi puudutavad sätted ei puuduta mitte tarbijaid kui isikuid, kellele välireklaam on suunatud, vaid JCD konkurente, siis ei ole ka lepingutel tarbijatele otsest negatiivset mõju. Kaudse võimaliku negatiivse mõjuna tarbija jaoks võib vaadelda vaid lepingute vastavates punktides 3.1.8 ja 3.2.6 tulenevat piirangut euro-suurusel välireklaami paigaldamiseks Tartu linna omandile, mis tähendab, et tarbijatele võib olla mõnevõrra vähem võimalik tarbida euro-

suuruses välireklaami. Kuna tarbija selle tegevuse eest tasu maksma ei pea, siis ei saa kõnealuste lepingute puhul rääkida ka tarbijate jaoks tekkivast negatiivsest mõjust seoses välireklaami hinna muutumatuna püsimise või tõusmisega.

Konkurentsiameti poolt välja toodud lepingute punkte ei saa pidada kaudselt tarbijate huve riivavateks, nende punktide eesmärk on luua võimalused JCD poolt avalikest huvidest tehtud investeeringu tasuvuseks. Kui selliseid piiranguid ei oleks kehtestatud, siis oleks teistel ettevõtjatel JCD ees konkurentsieelis, kuna teised ettevõtjad ei pea täitma kõnealustest lepingutest tulenevaid avalikest huvidest lähtuvaid kohustusi. Tarbijate jaoks oleks lepingute sõlmimata jätmine võimaldanud tõenäoliselt vaadata Tartu linna omandil rohkem euro-suuruses välireklaami, jäädes samal ajal ilma võimalusest kasutada bussiootepaviljonide ning linnateabesüsteemide kasutamisest tulenevaid hüvesid.

Arvestades uue toote turule toomisega tekkinud efektiivsuse kasvu, selle vajalikkust tarbijale, JCD algseid pöördumatuid investeeringuid ja toote tarbijale võimalikult kiiresti kättesaadavaks muutmist ning võttes arvesse, et lepingute täitmisest said tarbijad uue teenuse näol õiglase osa ning lepingutega tarbijatele tekkiv positiivne mõju ületab ilmselgelt negatiivse mõju, asub Tartu LV seisukohale, et lepingud vastavad KonkS § 6 lg 1 p-s 1 sätestatud tingimustele.

## **5.2 KonkS § 6 lg 1 p 2 kohaselt ei kohaldata KonkS § 4 lg-s 1 sätestatud keeldu kokkuleppe suhtes, mis ei kehtesta kokkulepet sõlmivatele ettevõtjatele piiranguid, mis ei ole hädavajalikud käesoleva lõike punktis 1 nimetatud eesmärkide saavutamiseks**

Lepingutega võetud kohustuste täitmiseks ja uue toote turule toomiseks pidi JCD tegema olulisi investeeringuid ning nende investeeringute tasuvusaeg oli ajaliselt piiritletud lepingute kehtivusega. Tartu LV-l ei olnud võimalik lepinguid sõlmida ettevõtjatele väiksemaid piiranguid seades, s.t lepingu eesmärkide täitmiseks olid kehtestatud piirangud vajalikud. Lepingutes kehtestatud piirangute seadmiseta ei oleks linnal õnnestunud kohustada JCD-d uut toodet turule tooma, sest sellisel juhul ei oleks JCD-l avalikes huvides tehtud investeering ennast ära tasunud.

Konkurentsiameti poolt esitatud väidetavalt konkurentsi piiravad lepingute punktid olid hädavajalikud JCD-le tehtud investeeringu tagasiteenimise võimaldamiseks. Investeeringu tasuvust tagavad lepingute sätted 2.3 ja 2.6, mis vabastab JCD maamaksust ja muudest tasudest ning 3.1.8 ja 3.2.6, mis kajastavad JCD-le antud õigust kooskõlastada euro-suuruses välireklaami paigaldamine Tartu linna omandile. See on vajalik tagamaks JCD-le ajutise konkurentsieelise teiste ettevõtjate suhtes, kellel ei lasu avalikest huvidest lähtuvat investeeringukohustust. Mõlemad investeeringu tasuvust tagavad lepingute sätted on vajalikud, kuna vaid nende koosmõju tagab JCD-le kindlustunde uue toote turule toomiseks tehtud investeeringute tasumiseks.

Tartu LV on asunud seisukohale, et kõik lepingute sätted, v.a uuendamist käsitlevad punktid, vastavad konkurentsiseaduse § 6 lõike 1 punktis 2 sätestatud tingimustele.

### **5.3 KonkS § 6 lg 1 p 3 kohaselt ei kohaldata KonkS § 4 lg-s 1 sätestatud keeldu kokkuleppe suhtes, mis ei anna kokkulepet sõlmivatele ettevõtjatele võimalust kõrvaldada konkurentsi kaubaturu olulise osa suhtes**

Euro-suuruses välireklaami tuleb vaadelda välireklaami ühe olulise osana, sest selle puhul on tegemist tüüpilise välireklaami vormiga, mida on võimalik asendada teiste välireklaamis kasutatavate vormidega. Kuna välireklaami pakkujad võivad kasutada kõiki välireklaami vorme, st euro-suurusega välireklaami suhtes asendatavaid tooteid, siis ei ole kaubaturu piiritlemine vaid euro-suuruses välireklaamiga põhjendatud.

Välireklaami pakkuvatel turuosalistel enamuse tegevusulatus hõlmab kogu Eesti territooriumi. Seepärast on ka konkurentsi seisukohast oluline lähtuda põhimõttest, et välireklaamitur, sh euro-suuruses välireklaamid, hõlmab kogu Eesti territooriumi. Tartu linna omandile paigaldatud euro-suuruses välireklaami osakaal Eesti välireklaami turust on tühine, s.t lepingutes sätestatud piirangud ei mõjuta oluliselt välireklaamikandjate kaubaturul tegutsevaid turuosalisi.

Uue teenuse puhul võib kaubaturuna vaadelda reklaamikandjaid, mille abil lisaks reklaami avaldamisele täidetakse ka avalikest huvidest lähtuvaid eesmärke. Sellisena saab vaadelda lepingutes määratletud bussiootepaviljone ning reklaamikandjaid, mille kaudu avaldatakse tasuta avalikkusele huvipakkuvat informatsiooni. Sellisel puhul ei saa rääkida konkurentsi vähenemisest, vaid uue toote eeskuju kaudu loodud võimalusest ka teiste uute toodete turule toomiseks ja seeläbi ka nendevahelise konkurentsi tekkimiseks.

Arvestades, et uute toote eeskuju kaudu luuakse eeldused ka teiste uute toodete loomiseks ja nendevahelise konkurentsi tekkimiseks ja et euro-suuruses välireklaami tuleb käsitleda ühe asendatava välireklaami vormina ning et välireklaamitur, sh euro-suuruses välireklaam, hõlmab kogu Eesti territooriumi ja et Tartu linna omandile paigaldatud euro-suuruses välireklaami osakaal Eesti välireklaamiturust ei ole oluline, asub Tartu LV seisukohale, et lepingud vastavad KonkS § 6 lg 1 p-s 3 sätestatud tingimustele.

## **6. JCDecaux Eesti OÜ kulude ja tulude arvestus**

Konkurentsiamet asus peatükis 5. esitatud Tartu LV ja JCD põhjenduste alusel esialgsele seisukohale, et kuigi lepingud võivad iseenesest vastata KonkS § 6 tingimustele, ei ole osapooled esitanud piisavalt veenvaid argumente ning tõendeid selle tõestamiseks. Eelkõige oli tõendamata väide selle kohta, et lepingutes sisalduvad konkrentsi piirangud olid vältimatult vajalikud JCD investeeringute tasuvuse tagamiseks. Konkurentsiamet palus sel eesmärgil 19.05.2008 teabenõudega nr 5.1-1/08/131 JCD-l esitada kõnealuste lepingutega hõlmatud bussiootepaviljonide ja reklaamikandjate kulude ja tulude andmed ja arvestused.

Oma 19.06.2008.a. vastuses Konkurentsiametile palus JCD tegevdirektor Kristiina Kõiv enne ärisaladust sisaldavate konfidentsiaalsete andmete avaldamist, Konkurentsiametilt selgitusi järelevalvemenetluse sisu ja läbiviimise kohta.



Tallinn	396 375	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Tartu	101 97	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Narva	67 355	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Viljandi	20 422	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Rakvere	16 851	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Kuressaare	14 898	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Haapsalu	11 876	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Jõhvi	11 600	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
<b>Kokku</b>	640 674	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

JCD selgitas, et bussiootepaviljonide arendamine ja hooldamine on märkimisväärselt kulukam teistest reklaampindadest. Ettevõtjatele on äriiselt kõige tasuvam paigaldada väikest investeringut nõudvad reklaamikandjaid, sest sellisel juhul on äririskid kõige madalamad. Näiteks on bussiootepaviljonil ja valgusvitriinil sama suured reklaampinnad, mida müüakse sama hinnaga. Samas on aga nende hoolduse kuludes märkimisväärne vahe: bussiootepaviljonil on pestavat ja lõhkumise korral asendatavat klaasipinda 3 korda rohkem, suurem on valgustuse kulu ning hoolitseda tuleb katuse, istepingi ning infotahvli eest. Investeering valgusvitriini on umbes viis korda väiksem kui bussiootepaviljoni. Lisaks on valgusvitriinis võimalik perioodidel, mil reklaami müüa ei õnnestu, erinevalt bussiootepaviljonist kulud miinimumini viia – näiteks võib siis valgustuse välja lülitada ning reklaamimaksu ei pea tasuma. Selleks, et tagada avalikes huvides tehtud investeringute tasuvust, oli vajalik konkurentsipiirangute kasutamine – vastupidisel juhul ei oleks bussiootepaviljonidesse investeeritud.

JCD esitas Konkurentsiametile andmed bussiootepaviljonide lepingutega seotud majandustegevuse ning muu, kommertsreklaamide eksponeerimise käibe ja kasumlikkuse kohta Eestis tervikuna. 2007. a. oli JCD bussiootepaviljonide lepingutega seotud majandustegevuse käive [...] krooni ning kasum [...] krooni (rentaablus [...]). Samas kommertsreklaamide eksponeerimise käibe oli [...] krooni ja kasum [...] krooni (rentaablus [...]). JCD põhjendas [...].

JCD hindas 15.09.08 kirjas ka võimalikke kulusid Tartu linnale juhul, kui vaadeldavaid lepinguid sellisel kujul sõlmitud ei oleks. JCD hinnangul oleks Tartu linn pidanud sel juhul bussiootepaviljonidesse investeerimiseks ja nende hooldamiseks perioodil 2002-2007 kulutama 6,7 mln krooni. Samal perioodil oli lepingute alusel JCD poolt Tartu linnale tasuta kasutada antud reklaampindade turuväärtus (hinnakirja hind 55%-se allahindlusega) 3,7 mln krooni.

Vastavalt JCD poolt Konkurentsiametile esitatud ettevõtja raamatupidamise reeglite punktis 1.15 sätestatule, amortiseeruvad paviljonid 10 aastaga.

## 7. Lepingute muutmine

Konkurentsiametis toimus detsembris 2008. a. suuline arutelu Tartu linnasekretär Jüri Mölder'i, JCD tegevdirectori Kristiina Kõiv`u ja Konkurentsiameti ametnike vahel. Konkurentsiameti esindajad selgitasid osapooltele, et vaadeldavad lepingud küll vastavad põhiosas JCD poolt esitatud täiendava teabe valguses KonkS § 6 tingimustele, kuid mitte kogu 20-aastase kestuse ulatuses. Konkurentsiamet tegi

osapooltele ettepaneku lühendada lepingute konkurentsi piiravate sätete kestust kaks korda, st. kümne aastani.

Oma 05.03.2009 kirjaga nr 7-4.3/20303 edastas Tartu LV Konkurentsiametile järgmised lepingute ära kirjad:

1) Tartu linna omandis olevatele tänavatele ja tänavate kaitsevööndisse 60 bussiootepaviljoni paigaldamise ja nende hooldamise kohta 08. jaanuaril 2002.a. Tartu linna ja JCDecaux Eesti OÜ vahel sõlmitud lepingu muutmise leping, sõlmitud Tartus 11. veebruaril 2009.a., milles pooled leppisid kokku, et muudetava lepingu punktis 3.1.8 asendatakse sõnad „lepingu tähtaja jooksul“ sõnadega „kümne aasta jooksul lepingu sõlmimisest“;

2) Tartu linna omandis olevatele teedele ja maale reklaamialuste paigaldamise kohta 04. juulil 2003.a. Tartu linna ja JCDecaux Eesti OÜ vahel sõlmitud lepingu muutmise leping, sõlmitud Tartus 11. veebruaril 2009.a., milles pooled leppisid kokku, et muudetavast lepingust jäetakse välja punkt 3.2.6;

3) Tartu linna ja T-Stopp OÜ vahel 27. jaanuaril 1997.a. bussiootepaviljonide paigaldamiseks ja haldamiseks sõlmitud lepingu muutmise leping, milles pooled leppisid kokku, et muudetavast lepingust jäetakse välja punkt 3.4.

Eeltoodust nähtub, et Tartu LV ja JCD lühendasid vaadeldavate lepingute konkurentsi kahjustavate sätete kestust kaks korda, st. kümne aastani.

## **8. Õiguslik hinnang**

### **8.1 Ettevõtja mõiste ja Tartu LV tegevus ettevõtjana (KonkS § 2 lg 2)**

Nii JCD kui ka Tartu LV on väljendanud seisukohta, et Tartu LV ei ole antud haldusmenetluse asjaoludel käsitletav ettevõtjana, mistõttu vaadeldavatele lepingutele ei laiene ka konkurentsiseaduse ettevõtjate tegevust reguleerivad sätted. Seega, lepingutele konkurentsiõigusliku hinnangu andmisel tuleb esmalt lahendada küsimus, kas Tartu LV tegevus on antud juhul käsitletav ettevõtja tegevusena.

Konkurentsiseaduse subjektiks on eelkõige ettevõtja. KonkS § 2 lg 1 sätestab, et ettevõtja on konkurentsiseaduse tähenduses äriühing, füüsilisest isikust ettevõtja või muu majandus- või kutsetegevuses osalev isik või juriidiliseks isikuks mitteolev ühendus või ettevõtja huvides tegutsev isik. KonkS § 2 lg 2 kohaselt kohaldatakse avalik-õiguslikku funktsiooni täitevale isikule, riigile või kohaliku omavalitsuse üksusele ettevõtjate kohta käivaid sätteid, kui eelnimetatud isikud osalevad kaubaturul.

Käesolevas juhtumis on JCD äriühing ning seega ka ettevõtja KonkS § 2 lg 1 tähenduses.

Tartu LV on kohaliku omavalitsuse (edaspidi – KOV) üksus, kes ühelt poolt täidab talle õigusaktidega pandud ülesandeid, s.t teostab avalikku võimu ning teiselt poolt võivad laieneda talle konkurentsiseaduse ettevõtjate tegevust reguleerivad sätted juhul, kui linn osaleb kaubaturul sarnaselt ettevõtjaga (tegeleb majandustegevusega), eelkõige müües tooteid või pakkudes teenuseid.



Kohaliku omavalitsuse üksuse tegevuse hindamiseks tuleb igal konkreetsel juhul määratleda, millisesse kategooriasse (kas avaliku võimu teostamine või majandustegevus) vastav tegevus kuulub<sup>1</sup>. Tegevuse määratlemisel on oluline teha kindlaks, kas vastav tegevus on osa avaliku võimu esindaja olulistest funktsioonidest ning kas selline tegevus on tüüpiline avaliku võimu esindaja jaoks<sup>2</sup> või saavad sellega tegeleda ka muud isikud, sealhulgas ettevõtjad.

Põhiseaduse §-s 154 on sätestatud KOV-e üksuse universaalpädevus ja iseseisvus kohaliku elu puudutavate küsimuste otsustamises ja korraldamises. KOV-e peamised ülesanded tulenevad eelkõige kohaliku omavalitsuse korralduse seadusest (edaspidi – KOKS) ja paljudest muudest erinevaid valdkondi reguleerivatest õigusaktidest.

Ühistranspordiseaduses on omavalitsusüksusele ette nähtud mitmeid ülesandeid omavalitsusüksuse territooriumil ühistranspordi kavandamise ja korraldamise vallas, sealhulgas § 5 lg 1 punktis 4 sätestatud ühistranspordi infrastruktuuri objektide planeerimise, rajamise, korrashoiu ja kasutamise korraldamine. Eelnimetatud ühistranspordi infrastruktuuri objektide rajamiseks, KOKS-e ja Tartu linnavara eeskirja alusel, otsustas Tartu LV (11.10.2001.a korraldus nr 4692) alustada läbirääkimisi Tartu linna omandis olevatele tänavatele ja tänavate kaitsevööndisse 60 bussiootepaviljoni paigaldaja ja hooldaja leidmiseks, mille tulemusena sõlmiti ettevõtjaga ka vastav eksklusiivse sisuga leping (leping 1).

Riigikohtu haldus- ja tsiviilkolleegiumi vaheline erikogu asus 20. detsembri 2001. a määruses nr 3-3-1-8-01<sup>3</sup> ning 20. detsembri 2001. a otsuses nr 3-3-1-15-01<sup>4</sup> järgmisele seisukohale:

"Avalik-õigusliku juriidilise isiku vara käsutamist reguleerivate eriseaduste ja alamalseisvate õigusaktide sätted on samuti üldjuhul avalik-õiguslikud. /---/ Põhiseaduse § 114 kehtestab, et riigivara valdamise, kasutamise ja käsutamise korra sätestab seadus. KOKS § 34 lg 2 sätestab: "Oma vara valdamise, kasutamise ja käsutamise korra sätestab valla või linna volikogu vastavalt seadusele valla või linna põhimääruses." Nendel sätetel puuduks mõte, kui neis peetaks silmas vaid vara valdamist, kasutamist ja käsutamist puudutavat eraõiguslikku regulatsiooni, mis laieneb kõigile isikutele.

/---/ Nii riigi kui ka KOV-e vara moodustab peaasjalikult vara, mis on mõeldud avalike ülesannete täitmiseks. Valides mitme huvitatud isiku seast välja vara kasutusse saaja, teostab linn avalikku võimu. Linn peab vara rendile andmisel arvestama avalike huvidega, mis ei pruugi alati seisneda varalise tulu saamises. Samuti peab linn vara kasutusse saaja välja valimisel lähtuma põhjendatud kaalutlustest, et vältida isikute ebavõrdset kohtlemist. Seetõttu erineb KOV-e seisund oma vara kasutusse andmisel olukorrast, milles on oma vara kasutusse andvad eraisikud.

Eelnevast ei tohi järeldada, et sõlmitav leping ise või lepingu poolte vaheline õigussuhe muutuks avalik-õiguslikuks. Poolte vahelised lepinguõiguslikud vaidlused jäävad tsiviilõiguslikuks ka siis, kui üheks pooleks on avalik-õiguslik juriidiline isik.“

<sup>1</sup> Eelnimetatud põhimõtet on Euroopa Kohus väljendanud asjas nr 118/85, *Commission v Italian Republic*, ECR 1987, lk 2599, p 7.

<sup>2</sup> Asi C-343/95, *Diego Cali & Figli Srl v Servizi ecologici porto di Genova SpA (SEPG)*, ECR 1997, lk I-547, punkt 16, ja punktid 22-24.

<sup>3</sup> RT III 2002, 4, 33, punktid 15-17.

<sup>4</sup> RT III 2002, 4, 34, p-d 13-15. Sama seisukohta on Riigikohtu erikogu väljendanud ka 1. juuli 2004. a määruses nr 3-2-4-1-04 punktis 8.

Seega on Riigikohus asunud seisukohale, et KOV-e üksuse vara käsutamist reguleerivate eriseaduste ja alamalseisvate õigusaktide sätted on üldjuhul avalik-õiguslikud ning et valides mitme huvitatud isiku seast välja vara kasutusse saaja, teostab linn avalikku võimu. Samas sõlmib linn vara kasutusse saajaga tsiviilõigusliku lepingu.

Riigikohtu tsiviilkolleegium on asjas nr 3-2-1-49-04<sup>5</sup> öelnud järgmist: „KOKS § 6 lg 1 järgi on omavalitsusüksuse ülesandeks korraldada antud vallas või linnas muuhulgas valla- või linnasisest ühistransporti. Ühistranspordi korraldamine eelnimetatud tähenduses on avalik-õiguslik ülesanne. KOKS § 35 lg 5 järgi on vallal või linnal õigus oma ülesannete täitmiseks sõlmida lepinguid.

Avalik-õigusliku ülesande täitmise saavutamiseks võib avaliku võimu kandja sõlmida eraõigusliku isikuga nii tsiviilõiguslikke lepinguid kui halduslepinguid. Tsiviilõigusliku lepingu sõlmimine on võimalik juhul, kui seadus seda ei keela ega näe ette üksnes halduslepingu sõlmimist. Tsiviilõigusliku lepinguga ei saa reguleerida avaliku teenuse kasutaja või muu kolmanda isiku õigusi ega kohustusi. Samuti ei saa sellise lepinguga avaliku võimu kandja anda eraõiguslikule isikule üle oma kohustusi ja avaliku võimu volitusi. Lepingu olemuse kindlakstegemisel tuleb lähtuda lepingu sisust.“

Ühistranspordiseaduses on omavalitsusüksuse ülesandeks ühistranspordi infrastruktuuri rajamise ja hooldamise korraldamine. Leping, millega Tartu LV annab oma vara (maa) JCD-le kasutada bussiootepaviljonide paigaldamiseks, ei ole haldusõigussuhteid reguleeriv haldusleping (haldusmenetluse seaduse tähenduses), millega oleks JCD-le antud täitmiseks avaliku halduse ülesandeid või antud üle avaliku võimu volitusi, vaid tsiviilõiguslik kokkulepe. See, et JCD paigaldas ja hooldab Tartu linnas bussiootepaviljone ei tähenda veel seda, et ta ettevõtjana täidab avalikku võimu ülesandeid

Samuti on tsiviilõiguslikuks lepinguks Tartu LV ja JCD vahel sõlmitud leping reklaamialuste paigaldamiseks (leping 2).

Oma vara teisele isikule erinevatel eesmärkidel tasuta või tasu eest kasutada andmist võib üldistatult lugeda teenuse pakkumiseks. Sarnaselt KOV üksustega annavad loa oma kinnisasjale (maatükile või sellel asuvale hoonele) reklaamialuste paigaldamiseks ka teised omanikud, sõlmides reklaamiettevtjatega vastavasisulisi lepinguid. Seega ei saa vara käsutamist (sealhulgas teisele isikule ärilisel otstarbel kasutada andmist) lugeda tegevuseks, mis on iseloomulik üksnes avaliku võimu kandjale.

Arvestades Riigikohtu praktikat, võib omavalitsusüksuse tegevuse oma vara käsutamisel jagada tinglikult kahte etappi, millest esimesel juhul tegutseb ta avalik-õiguslike sätete alusel, teostades avalikku võimu (vara kasutusse saaja valiku menetlus), ning seejärel osaleb ühe poolena tsiviilõiguslikus suhtes (konkreetses tsiviilõigusliku lepingu sõlmimine väljavalitud isikuga). Konkurentsioiguslikust aspektist on oluline eelkõige teine etapp, sest just KOV üksuse teise etapi käitumist võib peamiselt lugeda majandustegevuseks.

<sup>5</sup> RKTko, 27.aprill 2004.a määrus.- RT III, 2004, 12, 157.

Tartu LV on JCD-ga sõlminud lepingud linna omandis olevale varale (kinnisasjadele) bussipaviljonide (reklaamkappidega või ilma) ja reklaamialuste paigaldamiseks. Sarnase sisuga lepingu oma kinnis- või vallasajale reklaamialuste paigaldamiseks oleks võinud sõlmida Tartu LV asemel ka mõni teine isik (sealhulgas ettevõtja).

Lähtuvalt eeltoodust ning arvestades Euroopa ja Eesti kohtute ja liikmesriikide konkurentsialase järelevalve organite praktikat, tuleb Tartu LV tegevust eelnimetatud asjaoludel lugeda majandustegevuseks, kus ta osaleb kaubaturul sarnaselt ettevõtjaga ning hinnata tema tegevust juhindudes KonkS § 2 lg-st 2.

## **8.2 Eri-või ainuõigus**

CC on oma avalduses asunud seisukohale, et Tartu LV ja JCD vahel kõnealuste lepingute sõlmimist saab vaadelda kui eriõiguse andmist JCD-le, kuivõrd Tartu LV andis ühele ettevõtjale õiguse, milline võimaldab tal olla kaubaturul teiste ettevõtjatega võrreldes eelisseisundis. Vastavalt KonkS § 14 lg 1-le käsitatakse eri- või ainuõigusena riigi või kohaliku omavalitsuse üksuse poolt ettevõtjale antud õigust, mis võimaldab tal olla kaubaturul teiste ettevõtjatega võrreldes eelisseisundis või ainsaks ettevõtjaks sellel kaubaturul.

Konkurentsiameti hinnangul ei saa Tartu LV ja JCD vaheliste lepingute sõlmimist vaadelda ei sisuliselt ega vormiliselt eri- või ainuõiguse andmisena, kuna Tartu LV lähtus lepingute sõlmimisel muudest kaalutlustest, mis ei olnud seotud spetsiifiliste õiguste võimaldamisega KonkS § 14 ja Vabariigi Valitsuse 25.09.2001. a määruse nr 303 „Eri- või ainuõiguse andmiseks avaliku konkursi korraldamise kord” tähenduses. Vastavalt eelmises peatükis selgitatule tegutses Tartu LV JCD-ga lepinguid sõlmides ettevõtjana, mistõttu tema tegevus ei ole käsitletav eri- või ainuõiguse andmisena kohaliku omavalitsuse üksuse poolt.

## **8.3 Kaubaturu määratlus**

KonkS § 3 kohaselt on kaubaturg hinna, kvaliteedi, tehniliste omaduste, realiseerimis- ja kasutustingimuste ning tarbimis- ja muude omaduste poolest ostja seisukohalt omavahel vahetatavate või asendatavate kaupade käibimise ala, mis hõlmab muu hulgas kogu Eesti territooriumi või selle osa.

Käesolevas juhtumis on vaadeldud Tartu LV ja JCD vahel sõlmitud lepingut 1, mille esemeks on punkti 2.1 järgi bussiootepaviljonid koos nende paigaldamise ja hooldamise teenusega ning teiseks lepingut 2, mille esemeks on punkti 2.1 järgi reklaamialused (reklaamikandjad). Lepingu 1 punktis 3.1.8 ja lepingu 2 punktis 3.2.6 on ära määratletud reklaamikandjate formaat/suurus, mida nimetatud lepingud puudutavad, milleks on nn euro-suurus (118,5 x 175 cm) või sellele ligilähedase suurusega (erinevusega pindalas kuni 25%) reklaamikandjad. Lepingud sisaldavad klausleid, mis piiravad konkurentsi nimetatud suurusega reklaamide avaldamisel. Antud juhtumi asjaoludel on eristatavad kaks omavahel tihedalt seotud kaubaturgu. Esimesel kaubaturul käibivaks kaubaks on erinevad maa-alad, seinapinnad, laternapostid jms kohad, kuhu on võimalik välireklaamikandjaid paigutada. Lepingute 1 ja 2 esmaseks eesmärgiks ongi Tartu LV ja JCD suhete reguleerimine esimesel kaubaturul. Teiseks kaubaturuks on välireklaamide avaldamise kaubaturg, kusjuures kaubaks, millest lähtudes seda kaubaturgu detailsemalt määratleda tuleb, on euro-

suuruses reklaamikandjate avaldamine. Lepingutes 1 ja 2 sisalduvat piirangute konkurentsi kahjustav mõju avaldub just nimelt teisel kaubaturul, mistõttu tähtsust omab selle kaubaturu detailsem analüüs. Esimese kaubaturu eraldiseisev määratlus ei oma juhtumi lahendamisel tähtsust - selle kaubaturu nimetamine kannab siinkohal üksnes eesmärki kinnitada asjaolu, et Tartu LV tegutses endale kuuluvaid maa-alasid JCD kasutusse andes kaubaturul ettevõtjana osaledes. Konkurentsiolukorda esimesel kaubaturul arvestatakse sisuliselt teise kaubaturu konkurentsiolukorda analüüsides, kuivõrd konkurentsiolukord teisel kaubaturul sõltub paljuski sellest, millised on välireklaame paigaldavate ettevõtjate võimalused paigaldada neid reklaame mujale, kui Tartu linnale kuuluvatesse asukohtadesse.

Tartu LV, ostes JCD-lt sisuliselt bussiootepaviljonide ning linnateabe teenust, tasus selle eest muu hulgas omapoolse *de facto* eksklusiivsusega esimesel kaubaturul. Teiste sõnadega, Tartu LV kohustus mitte müüma teistele ettevõtjatele esimesel kaubaturul kaupu ilma JCD poolse nõusolekuta. Selline kokkulepe on peatükis 8.4 toodud kaalutlustel vastuolus §-ga 4 lg 1 p 3 ja seda sõltumata kokkuleppe osapoolte turuosadest. See asjaolu on täiendav põhjus, miks esimese kaubaturu detailne määratlus ei oma otsest tähtsust. Küll aga omab tähtsust teise kaubaturu määratlus KonkS § 6 kohaldamisel, kuivõrd erandi kohaldamiseks ei tohi kokkuleppega kõrvaldada konkurentsi kaubaturu olulises osas. Nagu eelpool selgitatud, avaldub lepingute konkurentsi kahjustav mõju just nimelt teisel kaubaturul, mistõttu tuleb hinnata, kas kokkuleppega kõrvaldati konkurents selle kaubaturu olulises osas.

CC hinnangul on nimetatud euro-suurus on üks levinumaid ja otstarbekamaid reklaamiformaate just linnakeskkonnas ning ei ole oma suuruse ja reklaamplakatite valmistamise ja reklaami tajutavuse seisukohast asendatav teiste reklaamiformaatidega. CC leiab ühtlasi, et geograafiline turg tuleks määratleda ainult Tartu linna omandis oleva (kesklinna) maaga. Tartu LV ja JCD on seevastu seisukohal, et kaubaturuks on kogu Eesti reklaamiturg (sh raadio, televisioon ja printmeedia), kus tellija seisukohast on asendatavad omavahel kõik reklaamitüübid, millest välireklaamikandjad moodustavad 5-6%. Samuti on JCD hinnangul kaubaturu geograafiliseks ulatuseks kogu Eesti riigi territoorium, mitte üksnes Tartu linna omandis olev maa. Seega, osapoolte seisukohad kaubaturu määratluse osas on ulatuslikult lahknevad.

Nii JCD kui ka CC müüvad oma teenuseid antud kontekstis reklaamiantjatele. Reklaamiantjad valivad erinevate reklaamikanalite vahel lähtudes oma spetsiifilistest eelistustest. Kuigi selliste valikute tegemise põhimõtted ei ole kindlasti üks-üheselt sõnastatavad ja mõõdetavad, on ilmne, et teatud tüüpi reklaame on pigem mõistlik reklaamida välimeedias ning teisi pigem näiteks televisioonis. Kuigi erinevad reklaamikanalid võivad osutada ja tõenäoliselt osutavadki üksteisele teatud määral konkrentsisurvet, ei ole see surve Konkrentsiameti hinnangul tõenäoliselt siiski niivõrd intensiivne, et neid samale kaubaturule paigutada. Seega, kaubaturul käibivaks kaubaks on vähemalt välireklaamikandjad, kuid tõenäoliselt mitte teised reklaamikanalid. Peatükist 8.5.3 nähtub, et lõpliku vastuse andmine küsimusele, kas ka teised reklaamikanalid asuvad välireklaamikandjatega samal kaubaturul, ei oma käesoleva haldusmenetluse seisukohast otsustavat tähtsust, mistõttu Konkrentsiamet jätab selle küsimuse lahtiseks.

Reklaamiandja, kes on otsustanud avaldada oma reklaami välireklaamikandjal, seisab küsimuse ees, millist konkreetset välireklaami formaati kasutada. Sellisel reklaamiandjal on valida euro-suurusel reklaamikandjate, prügikastidel paiknevate reklaamikandjate ning paljudes teistes formaatides välireklaamide vahel. Kuigi CC leiab, et euro-suurus on üks efektiivsemaid reklaamikandja suurusi linnakeskkonnas ja reklaamitööstus on optimeeritud sellises suuruses reklaamide tootmisele, ei leia Konkurentsiamet siiski, et teises formaadis reklaamikandjate kasutamine oleks reklaamiandjatele seetõttu mingil viisil olemuslikult või tehniliselt arvestataval määral takistatud. Reklaamiandja seisukohalt ei ole tehniliselt arvestatavat vahet, millises formaadis reklaamid valmistada ja eksponeerida lasta, Eestis leidub trükitehnilisi võimalusi mis tahes formaadis reklaamide valmistamiseks. Kuigi erinevas formaadis välireklaamide tajumine võib tarbija seisukohalt olla erinev, on selline erinevus usutavasti arvestatud reklaamikandja hinda, sest reklaamitööstuses sõltub reklaamikanali hind otseselt selle reklaamikanali mõjuvusest tarbijale. Seega, reklaamiandja saab samasuguse tasu eest erinevatel välireklaamikandjatel eelduslikult samaväärse hulga vaatajakontakte sõltumata konkreetse reklaamikandja konkreetsetest omadustest. Lähtudes eeltoodust tuleb asuda seisukohale, et kuigi erinevatel välireklaamikandjatel võib esineda teatud määral erisusi, on nendevaheline konkurents piisavalt intensiivne paigutamaks neid samale kaubaturule. Seda seisukohta kinnitavad ka Reklaamibüroo AD OÜ ja Eesti Reklaamiagentuuride Liit, kelle arvates euro-suurusel reklaamikandjad on tellija seisukohast vaadatuna asendatavad teistes formaatides ja suurustes välireklaamikandjatega (nn. tänavareklaam).

Teiseks küsimuseks, mis kaubaturgu määratledes lahendada tuleb, on selgitada, millised on kaubaturu geograafilised mõõtmed. Ka selles osas on poolte seisukohad märkimisväärselt erinevad – CC hinnangul on piirneb kaubaturg Tartu linnale kuuluva (kesklinna) maa-aladega, samas kui Tartu LV ja JCD hinnangul on kaubaturuks kogu Eesti territoorium. Konkurentsiamet leiab alljärgnevalt esitatud põhjustel, et kaubaturg piirneb siiski Tartu linna haldusterritooriumiga. Tartu LV on põhjendanud oma seisukohta asjaoluga, et osa reklaamikampaaniatest on üle-eestiliste mõõtmetega, kus Tartus avaldatud välireklaamid moodustavad üksnes väikese osa.

Konkurentsiamet leiab, et tegelikkuses konkurents sellisel viisil Tartus välireklaamide avaldamise ei toimi siiski üle-Eestilisel tasandil.

Esiteks, kuigi Tartus asuvad välireklaamid võivad moodustada väikese osa kõigist Eesti välireklaamidest, ei ole reklaamiandjal võimalik asendada Tartus reklaamimist näiteks mõnes muus linnas reklaamimisega.

Teiseks, üle-Eestilisi kampaaniaid tellivad reklaamiandjad on vaid üks reklaamiandjate segment – eksisteerib ka Tartu kohalike reklaamiandjate segment, kelle jaoks ei ole teistes linnades asuvad reklaamid ilmselgelt asenduskaupadeks. Kolmandaks, JCD suhteliselt erinev kasumlikkus erinevates linnades (vt tabel peatükis 6) viitab sellele, konkurentsitingimused eri linnades ei ole homogeensed, mis viitab erinevate kaubaturgude eksisteerimisele.

Neljandaks, Tartu LV ja JCD vahel kokku lepitud eksklusiivsuse olemus ise tõendab seda, et ka poolte endi hinnangul ei avalda muud piirkonnad välireklaamide avaldamisele Tartu linnas konkurentsipurvet. Nimelt, kui Tartu linna välireklaamid konkureeriksid tõepoolest intensiivselt ülejäänud Eestiga, ei kujutaks kokku lepitud eksklusiivsus JCD jaoks mitte mingisugust väärtust, sest konkurentsipiirangust tõusetuva tulu neutraliseeriks mujalt pärinev konkurentsipurvet. Et aga pooled

konkurentsipiirangus siiski kokku leppisid, tuleb eeldada, et sellisel konkurentsipiirangul on kaubaturule reaalne mõju, mis omakorda tõendab, et kaubaturg piirneb Tartu linnaga. Lähtudes eeltoodust leiab Konkurentsiamet, et kaubaturg piirneb geograafiliselt Tartu linnaga.

Arvestades Tartu LV esitatud andmeid selle kohta, et ta ei reguleeri kuidagi reklaamialuste paigaldamist Tartu linna piirides olevale eramaale või muule eraomandile (hooned), mistõttu välireklaamiettevõtjatel on võimalus lisaks linna omandis olevale maale paigaldada ilma eriliste piiranguteta reklaamikandjaid ka eramaale, leiab Konkurentsiamet, et käesolevas juhtumis on tuleb vaadelda geograafilise turuna kogu Tartu linna territooriumit, mitte üksnes Tartu linna omandis olevaid alasid.

#### **8.4 Konkurentsi kahjustava kokkuleppe keeld (KonkS § 4 lg 1)**

KonkS § 4 lg 1 järgi on keelatud konkurentsi kahjustava eesmärgi või tagajärjega ettevõtjatevaheline kokkuleppe, kooskõlastatud tegevus ja ettevõtjate ühenduse otsus, sealhulgas kolmandale isikule kaubaturule pääsu piiramine (p 3).

Käesolevas menetluses on vaatluse all olnud lepingu 1 p 3.1.8 ning lepingu 2 p 3.2.6, milliste kohaselt Tartu LV kohustub mitte andma lepingu tähtaja jooksul kolmandatele isikutele luba või muus vormis nõusolekut enda omandis olevatele kinnistutele või muule enda valduses olevale maale, enda omandis olevatele hoonetele või rajatistele (sh teedele) euro-suuruses (118.5x175 cm) või ligilähedase suurusega (erinevusega pindalas kuni 25%) reklaamplakatite eksponeerimiseks või reklaamplakatite eksponeerimiseks mõeldud reklaamialuste paigaldamiseks. Piirang ei hõlma asukohajärgset enesereklaami ja/või kommertseesmärgil kujundatud viitesüsteemi elemente. Eelnimetatud piirang ei kehti, kui reklaamiplakati või –aluse paigaldamise on kooskõlastanud JCD.

Nimetatud lepingupunktid sisaldavad eksklusiivset õigust, mis annab võimaluse JCD-le sisuliselt ainukesena paigaldada euro-suuruses reklaamikandjaid Tartu linna omandis olevatele kinnistutele või muule Tartu linna valduses olevale maale, Tartu linna omandis olevatele hoonetele või rajatistele (sh teedele) euro-suuruses reklaamplakatite eksponeerimiseks või reklaamplakatite eksponeerimiseks mõeldud reklaamialuste paigaldamiseks. Lepingupunkti sisust nähtub, et tegemist on piiranguga, mis ei kehti üksnes juhul, kui JCD ise annab vastava kooskõlastuse reklaamialuste paigaldamise osas kolmandale isikule. Lepingupunkt annab JCD-le seega õiguse otsustada, kas ja kes tema konkurentidest saab paigaldada teatud tüüpi reklaamialuseid Tartu linna omandis olevale maale. Konkurentsiamet leiab, et kuigi konkureerivatel ettevõtjatel oleks iseenesest JCD nõusoleku korral võimalik reklaamikandjaid paigaldada, tuleb selline võimalus antud juhul tähelepanuta jätta, sest JCD-l pole ratsionaalselt käituva ettevõtjana eelduslikult mingisugust huvi konkurentide tegevust soodustada. Nimetatud piirang piirab seega otseselt kolmandate reklaamiettevõtjate võimalust paigaldada euro- või ligilähedases formaadis reklaamialuseid Tartu linna omandis olevale maale ning sellest tulenevalt konkureerida välireklaamide avaldamise kaubaturul. Konkurentsiamet leiab eeltoodu põhjal, et lepingu 1 punktiga 3.1.8 ja lepingu 2 punktiga 3.2.6 on Tartu LV ja JCD otseselt piiranud kolmandatele isikutele (teiste reklaamiettevõtjatele) kaubaturule pääsu, takistades euro-suuruses ja sellel ligilähedase suurusega reklaamialuste paigaldamist

Tartu linna omandis olevatele tänavatele, tänavate kaitsevööndisse, teedele ja maale. Selline tegevus on KonkS § 4 lg 1 p 3 järgi keelatud.

## **8.5 Kokkulepete lubatavus (KonkS § 6)**

Juhuks, kui Konkurentsiamet asub seisukohale, et lepingud on vastuolus KonkS §-ga 4, on osapooled esitanud omapoolsed argumendid KonkS § 6 lg-s 1 sisalduva erandi kohaldamise põhjendamiseks. Konkurentsiamet on neid argumente hinnanud järgmises peatükis.

KonkS § 6 lg 1 järgi ei kohaldata KonkS § 4 lõikes 1 sätestatud keeldu kokkuleppe suhtes, mis:

- 1) aitab parandada kaupade tootmist või turustamist või edendada tehnilist või majanduslikku progressi või kaitsta keskkonda, võimaldades tarbijatel saada sellest tulenevast kasust õiglase osa;
- 2) ei kehtesta kokkulepet sõlmivatele ettevõtjatele piiranguid, mis ei ole hädavajalikud käesoleva lõike punktis 1 nimetatud eesmärkide saavutamiseks;
- 3) ei anna kokkulepet sõlmivatele ettevõtjatele võimalust kõrvaldada konkurentsi kaubaturu olulise osa suhtes.

KonkS § 6 lg 2 järgi on käesolevast paragrahvist tulenevaid tingimusi kasutav ettevõtja kohustatud tõendama, et lõike 1 kõik tingimused on täidetud.

### 8.5.1 KonkS § 6 lg 1 p 1:

KonkS § 6 lg 1 p 1 järgi ei kohaldata KonkS § 4 lõikes 1 sätestatud keeldu kokkuleppe suhtes, mis aitab parandada kaupade tootmist või turustamist või edendada tehnilist või majanduslikku progressi või kaitsta keskkonda, võimaldades tarbijatel saada sellest tulenevast kasust õiglase osa

Konkurentsiamet nõustub osapoolte väidetega selle kohta, Tartu LV ja JCD vahel bussiootepaviljonide paigaldamiseks ja hoolduseks ning sellega seotud reklaamialuste paigaldamiseks sõlmitud kokkulepped aitavad parandada Tartu linnas ühistransporditeenusega seotud hüvede pakkumist, võimaldades tarbijatel saada sellest tulenevast kasust õiglase osa, millega on täidetud KonkS § 6 lg 1 p-s 1 sätestatud tingimus. Kokkulepete tulemusena on JCD poolt Tartusse paigaldatud bussiootepaviljonid ja linnateabesüsteem aidanud Tartu LV-l täita kohaliku omavalitsuse kohustusi, millest on tarbijatele märkimisväärset kasu tõusetunud. Kokkulepete tõttu on paranenud kaupade tootmine seeläbi, et JCD on lisaks oma põhitegevusele kohustunud paigaldama avalikke huve teenivaid bussiootepaviljone ja linnateabe kandjaid ilma, et selleks kuluks avalikke vahendeid. Antud juhtumise seega tegemist lisaks ettevõtja ärihuvidele ka suure avaliku huviga, sest Tartu linn ja sealt johtuvalt ka linna elanikkond saab sellest kokkuleppes tulenevaid hüvesid kasutada hooldatud bussiootepaviljonide ja linnateabesüsteemi näol ilma, et Tartu linn peaks kandma märkimisväärseid kulutusi nende ülalpidamiseks. JCD hinnangul oleksid Tartu linna kulud bussiootepaviljonidesse investeerimiseks ja nende hooldamiseks perioodil 2002-2007 olnud 6,7 mln krooni. Võtmata seisukohta nimetatud konkreetse summa põhjendatuse osas leiab Konkurentsiamet, et Tartu linna vastavasisulisel kulud oleks igal juhul märkimisväärsed olnud. Konkurentsiameti hinnangul on kokkulepete tulemusena tekkiv tootmise paranemine ning tarbijatele

tõusetuv kasu niivõrd ilmne, et osapoolte argumentide ülekordamine oleks siinkohal tarbetu.

Arvestades eeltoodut, nõustub Konkurentsiamet, et lepingud 1 ja 2 vastavad KonkS § 6 lg 1 p 1 nõuetele.

#### 8.5.2 KonkS § 6 lg 1 p 2:

KonkS § 6 lg 1 p 2 järgi ei kohaldata KonkS § 4 lõikes 1 sätestatud keeldu kokkuleppe suhtes, mis ei kehtesta kokkulepet sõlmivatele ettevõtjatele piiranguid, mis ei ole hädavajalikud lõike punktis 1 nimetatud eesmärkide saavutamiseks;

Lepingute 1 ja 2 KonkS § 6 lg 1 p-le 2 vastavuse kontrollimiseks tuleb hinnata, kas lepingutes sisalduvad konkurentsipiirangud (vastavalt p-d 3.1.8 ja 3.2.6) on hädavajalikud eelmises peatükis kirjeldatud positiivsete tagajärgede saavutamiseks. Teiste sõnadega tuleb vastata küsimusele, kas neid positiivseid tulemusi oleks olnud võimalik saavutada konkurentsi vähem piiravalt viisil ehk kas mõni reklaamiettevõtja oleks motiveeritud paigaldama bussiootepaviljone ilma konkurentsipiiranguteta. Konkurentsiamet leiab, et võimalus bussiootepaviljonidesse kui üldjuhul suhteliselt käidavatesse kohtadesse reklaame paigaldada kujutab endast reklaame avaldava ettevõtja jaoks väärtust ka ilma sellega kaasneva konkurentsipiiranguta, mistõttu on vähemalt teoreetiliselt võimalik, et mõni ettevõtja võib olla huvitatud vastavasisulisest kokkuleppes Tartu linnaga ka ilma konkurentsipiiranguteta.

Konkurentsiamet leiab kahele alljärgnevalt kirjeldatud asjaolule tuginedes, et lepingutes 1 ja 2 sisalduvad konkurentsipiirangud olid siiski vajalikud, et saavutada bussiootepaviljonide paigaldamine JCD poolt. Esiteks, Tartu LV poolt 11.10.2001 korralduse nr 4692 alusel läbi viidud konkurss bussiootepaviljonide paigaldamiseks nurjus. Tartu LV-l õnnestus leping bussiootepaviljonide paigaldamiseks sõlmida JCD-ga alles peale konkurentsipiirangute lisamist sõlmitavasse lepingusse. Seega, lepingu sõlmimise asjaolud annavad tunnistust sellest, et reklaamiettevõtjate seas puudus vähemalt lepingu sõlmimise hetkel aktiivne valmisolek bussiootepaviljonide paigaldamise lepinguid ilma konkurentsipiirangute kaitseta sõlmida.

Teiseks, JCD poolt esitatud andmed viitavad sellele, et JCD ei ole vaadeldavate lepingute alusel Tartu linnas äritegevusest tavapärasest suuremat kasumit teeninud. Konkurentsiamet leiab, et põhjendamatu konkurentsipiirangu üheks tunnuseks võib olla see, et sellest konkurentsipiirangust kasu saav ettevõtja teenib tavapärasest suuremat kasumit. Kui aga selline ettevõtja teenib tavapärasest kasumit, siis viitab see sellele, et konkurentsipiirang võib olla põhjendatud. Konkurentsiamet peab loogiliseks eeldada, muudes tingimustes samasuguste lepingute korral on konkurentsipiirangu olemasolul ettevõtja kasum suurem, kui ilma konkurentsipiiranguteta. Sellest tulenevalt olukorras, kus ettevõtja koos konkurentsipiiranguga teenib tavapärasest kasumit, tuleb asuda seisukohale, et ilma konkurentsipiiranguta teeniks ettevõtja väiksemat kasumit, kui tavapärane. Juhul, kui mingist lepingust tulenev kasum on väiksem, kui tavapärane, võib ettevõtja motivatsioon sellise lepingu sõlmimiseks küsitav olla ning konkurentsipiirangu lisamine lepingusse võib põhjendatud olla. Lepingute osapooled on ise leidnud, et lepingutes kehtestatud piirangute seadmiseta ei oleks linnal õnnestunud kohustada JCD-d uut toodet turule tooma, sest sellisel juhul ei oleks JCD-l avalikes huvides



tehtud investeering ennast ära tasunud. Osapooled on seega asunud sisuliselt seisukohale, et ilma konkurentsipiiranguta oleks JCD kasum lepingutest olnud ebapiisav motiveerimaks teda lepinguid sõlmima. Konkurentsiamet palus nimetatud seisukoha selgitamiseks JCD-d esitada andmed lepingutega seotud majandustegevuse rahaliste tulemuste kohta. JCD poolt esitatud andmete põhjal oli JCD vastavasisuline majandustegevus Tartus perioodil [...] krooniga kahjumis. Konkurentsiameti hinnangul tõendab asjaolu, et JCD on ka vaatamata konkurentsipiirangutele olnud kahjumis, konkurentsipiirangute vajalikkust. Vastavalt eelpool selgitatule võib eeldada, et JCD kahjum oleks ilma konkurentsipiiranguteta olnud veelgi suurem. Sellises olukorras ei oleks ratsionaalselt käituv ettevõtja nõus ilma konkurentsipiiranguteta vaadeldavaid lepinguid Tartu LV-ga sõlmima.

Konkurentsiamet peab põhjendatuks ka JCD seisukohti selle kohta, et bussiootepaviljonide arendamine ja hooldamine on märkimisväärselt kulukam, kui teiste reklaampindade puhul. Ettevõtjatele on äriiselt kõige tasuvam paigaldada väikest investeeringut nõudvad reklaamikandjaid, sest sellisel juhul on äririskid kõige madalamad. Näiteks on bussiootepaviljonil ja valgusvitriinil sama suured reklaampinnad, mida müüakse sama hinnaga. Samas on aga nende hoolduse kuludes märkimisväärne vahe: bussiootepaviljonil on pestavat ja lõhkumise korral asendatavat klaasipinda 3 korda rohkem, suurem on valgustuse kulu ning hoolitseda tuleb katuse, istepingi ning infotahvli eest. Investeering valgusvitriini on umbes viis korda väiksem, kui bussiootepaviljoni. Lisaks on valgusvitriinis võimalik perioodidel, mil reklaami müüa ei õnnestu, võimalik erinevalt bussiootepaviljonist kulud miinimumini viia – näiteks võib siis valgustuse välja lülitada ning reklaamimaksu ei pea tasuma. Selleks, et tagada avalikes huvides tehtud investeeringute tasuvust, oli JCD hinnangul vajalik konkurentsipiirangute kasutamine – vastupidisel juhul ei oleks bussiootepaviljonidesse investeeritud.

Arvestades eelpool toodud asjaolusid kogumis, nõustub Konkurentsiamet, et Tartu LV ja JCD vahel bussiootepaviljonide paigaldamiseks ja hoolduseks ning sellega seotud reklaamialuste paigaldamiseks sõlmitud kokkulepped ei kehtesta Tartu LV-le ega JCD-le sellist liiki piiranguid, mis ei ole hädavajalikud eelmises peatükis kirjeldatud tarbijatele kasulike hüvede võimaldamiseks, millega on täidetud KonkS § 6 lg 1 p-s 2 sätestatud tingimus. Samas, lisaks konkurentsipiirangute liigi aktsepteeritavusele tuleb hinnata ka konkurentsipiirangu kestuse põhjendatust. Osapooled olid algselt lepingus 1 kokku leppinud, et leping, sh punktis 3.1.8 sisalduv konkurentsipiirang kehtib 20 aastat (p 7.1). Konkurentsiamet, nõustudes, et nimetatud piirang on vajalik JCD investeeringu tasuvuse tagamiseks, leiab, et selline piirang saab põhjendatud olla üksnes investeeringu eluea vältel. Osapooled ei tohi kokku leppida põhjendamatult pikaajalises konkurentsipiirangus, arvestades siinkohal muuhulgas investeeringute eluiga. Olukorras, kus investeering, mille kaitseks konkurentsipiirang algselt kehtestati, on täielikult amortiseeritud, ei ole ka enam majanduslikku põhjust konkurentsipiirangu jätkamiseks. JCD raamatupidamise kohaselt amortiseeritakse bussiootepaviljonid 10 aastaga. Tartu LV edastas 05.03.2009.a. kirjaga Konkurentsiametile lepingu 1 muutmise lepingu, sõlmitud Tartus 11.02.2009.a., milles pooled leppisid kokku, et muudetava lepingu punktis 3.1.8 asendatakse sõnad „lepingu tähtaja jooksul“ sõnadega „kümne aasta jooksul lepingu sõlmimisest“ ning lepingu 2 muutmise lepingu, sõlmitud Tartus 11.02.2009.a., milles pooled leppisid kokku, et muudetavast lepingust jäetakse välja punkt 3.2.6. Seega on pooled vähendanud konkurentsipiirangu kehtivust kümnele aastale. Konkurentsiameti

hinnangul on konkurentsipiirangu selline kestus põhjendatud ning see täidab KonkS § 6 lg 1 p 2 nõudeid.

Arvestades eeltoodut nõustub Konkurentsiamet, et lepingud 1 ja 2 vastavad 11.02.2009.a. muudetud kujul KonkS § 6 lg 1 p 1 nõuetele.

### 8.5.3 KonkS § 6 lg 1 p 3:

KonkS § 6 lg 1 p 3 järgi ei kohaldata KonkS § 4 lõikes 1 sätestatud keeldu kokkuleppe suhtes, mis ei anna kokkulepet sõlmivatele ettevõtjatele võimalust kõrvaldada konkurentsi kaubaturu olulise osa suhtes.

Konkurentsiamet piiritles peatüki 8.3 kohaselt kaubaturuna vähemalt välireklaamikandjate pakkumise Tartu Linnas. Konkurentsiamet asus seisukohale, et muud reklaamikanalid ei asu tõenäoliselt samal kaubaturul välireklaamikandjatega, jättes lõpliku vastuse sellele küsimusele siiski andmata. Alljärgnevalt ilmneb, et kokkuleppe tulemusena ei ole kõrvaldatud konkurentsi kaubaturu olulise osa suhtes ka juhul, kui kaubaturg piiritleda üksnes välireklaamikandjatega, nagu Konkurentsiamet seda teinud on. Nimetatud asjaolu kinnitab, et muude reklaamikandjate kaubaturule paigutamise küsimus ei oma kokkuleppele hinnangu andmisel otsustavat tähtsust.

[...]. Lepingute 1 ja 2 alusel on JCD paigaldanud 75 reklaampinda. [...] % reklaampindadest on seega JCD konkurentide valduses ning lepingud 1 ja 2 käsitlevad otseselt [...] %-i reklaampindadest. Konkurentsiamet leiab eeltoodu põhjal, et kokkulepete tulemusena ei ole konkurentsi kaubaturu olulise osa suhtes kõrvaldatud. Kuigi erinevad reklaampinnad on erinevate omadustega ning erinevate ettevõtjate valduses olevad reklaampinnad ei ole üks-üheselt võrreldavad (CC valdab suures osas prügiurnidel asuvaid reklaampindu, mis on väiksemad nn. euro-suurusel), on eelpool toodud arvud siiski piisavad tõendamaks konkurentsi säilimist kaubaturul. Konkurentsiamet arvestab sellisele seisukohale asudes ka seda, et konkurentsipiirang kehtib üksnes nn. euro- või ligilähedases suuruses reklaampindade suhtes, jättes muud formaadid vabaks. Lisaks, Tartu linna valduses on üksnes 10% linna territooriumist, mistõttu sõltuvalt piirkonnast eksisteerivad võimalused paigaldada reklaame teiste isikute valduses asuvale territooriumile. Konkurentsiamet arvestab ka seda, et kuigi teised reklaamikanalid ei asu tõenäoliselt samal kaubaturul välireklaamikandjatega, võivad nad osutada siiski mõningat konkurentsi. Arvestades nimetatud asjaolusid kogumis, leiab Konkurentsiamet, et lepingud 1 ja 2 vastavad KonkS § 6 lg 1 p 3 tingimustele, sest nendega ei ole kõrvaldatud konkurentsi kaubaturu olulise osa suhtes.

## **9. Menetluse lõpetamine**

Eelpool toodust nähtub, et lepingud 1 ja 2 vastavad peale JCD ka Tartu LV poolt 11.02.2009 kokku lepitud konkurentsipiirangu kehtivuse lühendamist kümnele aastale KonkS §-s 6 sätestatud tingimustele. KonkS § 63<sup>4</sup> lg 1 p 3 kohaselt võib Konkurentsiamet menetluse lõpetada, kui ettevõtjad on oluliselt parandanud konkurentsi olukorda kaubaturul. Kuna JCD ja Tartu LV on viinud lepingud 1 ja 2 vastavusse KonkS nõuetega, on konkurentsi olukord oluliselt paranenud.

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes konkurentsiseaduse § 63<sup>4</sup> lg 1 p-st 3;

**o t s u s t a n**

**Lõpetada Clear Channel OÜ 21.07.04 avalduse alusel alanud haldusmenetlus seoses konkurentsi olukorra olulise parandamisega JCDecaux Eesti OÜ ja Tartu Linnavalitsuse poolt.**

Kristel Rõõmusaar  
Konkurentsitenistuse juhataja - peadirektori asetäitja

Käesoleva otsuse peale võib esitada haldusmenetluse seaduses sätestatud korras vaide Konkurentsiametile või halduskohtumenetluse seadustikus sätestatud korras kaebuse Tallinna Halduskohtule 30 päeva jooksul otsusest teadasaamise päevast.

Ärakiri on Konkurentsiameti 08.05.2009 otsuse nr 5.1-5/09-0022 originaaliga samane. Ärakirjas on ärisaladuseks loetud teabe asemel kasutatud tähist [...].

25.05.2009 Kristi Reichardt  
Konkurentsiameti konkurentsitenistuse  
järelevalveosakonna nõunik