



REPUBLIKA E SHQIPËRISË
AUTORITETI I KONKURENCËS
KOMISIONI KONKURENCËS

Nr. ____ prot.

Tiranë, më ____ . ____ .20 ____

VENDIM

Nr. 1250, Datë 19.12.2025

MBI MIRATIMIN E UDHËZIMIT
“MBI KUFIZIMET VERTIKALE”

Komisioni i Konkurrencës me pjesëmarrjen e:

Z.	Denar BIBA	Kryetar
Znj.	Leida MATJA	Zv/Kryetar
Znj.	Rezana KONOMI	Anëtar
Z.	Durim KRAJA	Anëtar
Znj.	Fatjola DELIJA	Anëtar

Në mbledhjen e tij të datës 19.12.2025, shqyrtoi çështjen me:

Objekt: Mbi miratimin e Udhëzimit “Mbi kufizimet vertikale”

Baza Ligjore: Neni 24, shkronja (d) dhe neni 26 i Ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”.

Komisioni i Konkurrencës, pas shqyrtimit të:

- Relacionit të Sekretarit të Përgjithshëm të Autoritetit të Konkurrencës;
- Draft - udhëzimit “Mbi kufizimet vertikale”

VENDOSI:

1. Miratimin e udhëzimit “Mbi kufizimet vertikale” sipas tekstit që i bashkëlidhet këtij vendimi.

2. Udhëzimi Nr. 352, datë 03.03.2015 "Mbi vlerësimin e kufizimeve vertikale." shfuqizohet.
3. Ngarkohet Sekretari i Përgjithshëm për zbatimin e këtij vendimi.

Ky vendim hyn në fuqi menjëherë.

KOMISIONI I KONKURRENCËS

Leida MATJA

(_____)

Zv/Kryetar

Rezana KONOMI

(_____)

Anëtar

Durim KRAJA

(_____)

Anëtar

Fatjola DELIJA

(_____)

Anëtar

Denar BIBA

Kryetar

REPUBLIKA E SHQIPËRISË
AUTORITETI I KONKURRENCËS

UDHËZIM
“MBI KUFIZIMET VERTIKALE”¹

¹ Ky Udhëzim është përafruar me Komunikimin e Komisionit Evropian “Udhëzime mbi kufizimet vertikale”, (2022/C 248/01), datë 30.6.2022. Për efekt plotësie, në këtë Udhëzim janë paraqitur edhe shembujt nga praktika e Komisionit Evropian dhe jurisprudenca e Bashkimit Evropian.

TABELA E PËRMBAJTJES

I.	HYRJE	6
I.1.	Qëllimi dhe struktura e këtij Udhëzimi	6
I.2.	Zbatimi i Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit për marrëveshjet vertikale.....	7
II.	EFEKTET E MARRËVESHJEVE VERTIKALE	8
II.1.	Efektet pozitive.....	9
II.2.	Efektet negative	12
III.	MARRËVESHJET VERTIKALE TË CILAT BIEN PËRGJITHËSISHT JASHTË FUSHËS SË ZBATIMIT TË NENIT 4(1) TË LIGJIT	13
III.1.	Marrëveshjet me rëndësi të vogël dhe marrëveshjet e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme 13	
III.2.	Marrëveshjet e agjencisë	14
III.2.1.	Marrëveshjet e agjencisë që bien jashtë fushës së zbatimit të Nenit 4(1) të Ligjit	14
III.2.2.	Zbatimi i Nenit 4(1) të Ligjit për marrëveshjet e agjencisë	19
III.2.3.	Agjencia dhe ekonomia e platformës online.....	20
III.3.	Marrëveshjet e nënkontraktimit.....	21
IV.	FUSHA E ZBATIMIT TË RREGULLORES	21
IV.1.	Mbrojtja e sigurt (safe harbour) i vendosur nga Rregullorja	21
IV.2.	Përkufizimi i marrëveshjeve vertikale	21
IV.2.1.	Sjellja e njëanshme bie jashtë fushës së zbatimit të Rregullores	22
IV.2.2.	Ndërmarrjet që operojnë në nivele të ndryshme të zinxhirit të prodhimit ose shpërndarjes	23
IV.2.3.	Marrëveshje që kanë të bëjnë me blerjen, shitjen apo rishitjen e mallrave ose shërbimeve	23
IV.3.	Marrëveshjet vertikale në ekonominë e platformës online.....	24
IV.4.	Kufijtë e zbatimit të Rregullores	25
IV.4.1.	Shoqatat e shitësve me pakicë.....	25
IV.4.2.	Marrëveshjet vertikale që përmbajnë dispozita mbi të drejtat e pronësisë intelektuale (DPI)	26
IV.4.3.	Marrëveshjet vertikale ndërmjet konkurrentëve	29
IV.4.4.	Marrëveshjet vertikale me ofruesit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet që kanë një funksion hibrid	33
IV.5.	Marrëdhënia me rregulloret e tjera të përjashtimit në bllok	35
IV.6.	Llojet specifike të sistemeve të shpërndarjes.....	35
IV.6.1.	Sistemet e shpërndarjes ekskluzive.....	36
IV.6.2.	Sistemet e shpërndarjes përzgjedhëse	41
IV.6.3.	Franchising.....	48
V.	PËRCAKTIMI I TREGUT DHE LLOGARITJA E PJESES SË TREGUT.	49

V.1.	Përcaktimi i tregut	49
V.2.	Llogaritja e pjesëve të tregut sipas Rregullores	50
V.3.	Llogaritja e pjesëve të tregut sipas Rregullores	51
VI.	ZBATIMI I RREGULLORES	51
VI.1.	Kufizimet e rënda sipas Rregullores	51
VI.1.1.	Mbajtja e çmimit të rishitjes	52
VI.1.2.	Kufizime të rënda në përputhje me nenin 5, pikat 2, 3, 4 dhe 5 të Rregullores	57
VI.1.3.	Kufizime në shitjen e pjesëve të këmbimit	67
VI.2.	Kufizimet që përjashtohen nga Rregullorja	67
VI.2.1.	Detyrimet për të mos konkurruar që kalojnë një kohëzgjatje prej pesë vjetësh	67
VI.2.2.	Detyrimet për të mos konkurruar pas përfundimit të afatit të marrëveshjes	68
VI.2.3.	Detyrimet për të mos konkurruar të vendosura për anëtarët e një sistemi të shpërndarjes përzgjedhëse	68
VI.2.4.	Detyrimet e barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma	69
VII.	ANULIMI DHE MOS-ZBATIMI	69
VII.1.	Anulimi i përfitimit të Rregullores	69
VII.2.	Moszbatimi i Rregullores	71
VIII.	ZBATIMI NË RASTET INDIVIDUALE	72
VIII.1.	Kuadri i analizës	72
VIII.1.1.	Faktorët e rëndësishëm për vlerësimin sipas Nenit 4(1) të Ligjit	73
VIII.1.2.	Faktorët për vlerësimin sipas Nenit 5 të Ligjit	75
VIII.2.	Analiza e kufizimeve specifike vertikale	77
VIII.2.1.	Marrëveshjet për një markë të vetme	77
VIII.2.2.	Furnizimi ekskluziv	82
VIII.2.3.	Kufizime në përdorimin e tregjeve online	84
VIII.2.4.	Kufizime në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve	86
VIII.2.5.	Detyrimet e barazisë	89
VIII.2.6.	Pagesat paraprake të aksesit	94
VIII.2.7.	Marrëveshjet e menaxhimit të kategorisë	95
VIII.2.8.	Shitja e lidhur	96

I. HYRJE

I.1. Qëllimi dhe struktura e këtij Udhëzimi

1. Ky Udhëzim përcakton parimet për vlerësimin e marrëveshjeve vertikale dhe praktikave të bashkërenduara në përputhje me nenin 4 dhe 5 të Ligjit Nr. 9121, datë 28.7.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, i ndryshuar (“Ligji”) si dhe Rregulloren në fuqi “Për përjashtimin në bllok të kategorive të marrëveshjeve vertikale dhe praktikave të bashkërenduara”² (“Rregullorja”). Përveç rasteve kur përcaktohet ndryshe, në këtë Udhëzim termi “marrëveshje” nënkupton gjithashtu praktikën e bashkërenduara³.
2. Ky Udhëzim iu vjen në ndihmë ndërmarrjeve në kryerjen e një vlerësimi të pavarur të marrëveshjeve vertikale dhe lehtëson zbatimin e nenit 4 dhe nenit 5 të Ligjit (“Neni 4 dhe Neni 5”). Megjithatë, ky Udhëzim nuk duhet të zbatohet në mënyrë mekanike, pasi çdo marrëveshje duhet të vlerësohet në dritën e fakteve të veta⁴.
3. Marrëveshjet vertikale mund të lidhen për mallra dhe shërbime të ndërmjetme ose përfundimtare. Përveç rasteve kur përcaktohet ndryshe, parashikimet e këtij Udhëzimi duhet të zbatohen për të gjitha llojet e mallrave dhe shërbimeve, si dhe për të gjitha rrjedhat e tregut. Gjithashtu, përveç rasteve kur përcaktohet ndryshe, termi “përdorues fundor” përfshin ndërmarrjet dhe konsumatorët përfundimtarë, konkretisht individët që veprojnë për qëllime jashtë tregtisë, biznesit, zanatit apo profesionit të tyre.
4. Ky Udhëzim është i strukturuar si më poshtë:
 - ky seksion i parë hyrës shpjegon qëllimin dhe fushën e zbatimit të këtij Udhëzimi. Ai shpjegon gjithashtu objektivat e Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit, mënyrën se ato zbatohen për marrëveshjet vertikale dhe hapat kryesorë në vlerësimin e marrëveshjeve vertikale;
 - seksioni i dytë ofron një pasqyrë të efekteve pozitive dhe negative të marrëveshjeve vertikale. Rregullorja, ky Udhëzim dhe zbatimi nga Komisioni në raste individuale bazohen në marrjen në konsideratë të këtyre efekteve;
 - seksioni i tretë trajton marrëveshjet vertikale që përgjithësisht bien jashtë fushës së zbatimit të Nenit 4 të Ligjit. Pavarësisht se Rregullorja nuk zbatohet për këto marrëveshje, është e nevojshme të jepen udhëzime mbi kushtet në të cilat marrëveshjet vertikale mund të bien jashtë fushës së zbatimit të Nenit 4 të Ligjit;
 - seksioni i katërt trajton më tej fushën e zbatimit të Rregullores, duke përfshirë shpjegime mbi "mbrojtjen e sigurt" (safe harbour) të vendosur nga Rregullorja dhe përkufizimin e një marrëveshjeje vertikale. Ky seksion përmban gjithashtu udhëzime për marrëveshjet vertikale në ekonominë e platformave online, e cila luan një rol gjithnjë e më të rëndësishëm në shpërndarjen e mallrave dhe shërbimeve. Në këtë seksion shpjegohen gjithashtu kufijtë e zbatimit të Rregullores, siç përcaktohet në nenin 3, paragrafi 2, 3 dhe 4 të Rregullores. Kjo përfshin kufizimet specifike që zbatohen për shkëmbimin e informacionit ndërmjet një furnizuesi dhe një blerësi në skenarët e shpërndarjes së dyfishtë, në përputhje me nenin 3, paragrafi 5 të Rregullores, dhe ato që zbatohen për marrëveshjet që lidhen me ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet ku ofruesi i këtyre shërbimeve ka një funksion hibrid, në përputhje me nenin 3, paragrafi 6 të Rregullores. Seksioni i katërt shpjegon gjithashtu se si zbatohet Rregullorja në rastet kur

² Ky Udhëzim zëvendëson udhëzimin e mëparshëm të Autoritetit të Konkurrencës “Mbi vlerësimin e kufizimeve vertikale”, të miratuar me Vendimin Nr. 352, datë 3.3.2015 të Komisionit të Autoritetit të Konkurrencës.

³ Shiko paragrafin 51.

⁴ Komisioni do të vazhdojë të monitorojë funksionimin e Rregullores dhe këtij Udhëzimi dhe mund ta rishikojë këtë Udhëzim në dritën e zhvillimeve të ardhshme

një marrëveshje vertikale bie në objektin e një rregulloreje tjetër të përjashtimit në bllok, siç përcaktohet në nenin 3, paragrafi 7 të Rregullores. Së fundmi, ky seksion përmban një përshkrim të disa llojeve të zakonshme të sistemeve të shpërndarjes, në veçanti atyre që janë objekt i dispozitave specifike në nenin 5 të Rregullores në lidhje me kufizimet e rënda;

- seksioni i pestë trajton përcaktimin e tregjeve përkatëse dhe llogaritjen e pjesëve të tregut, duke referuar në Udhëzimin “Për përcaktimin e tregut përkatës”⁵. Kjo është e rëndësishme sepse marrëveshjet vertikale mund të përfitojnë nga përjashtimi në bllok i parashikuar nga Rregullorja vetëm nëse pjesët e tregut të ndërmarrjeve që janë palë në marrëveshje nuk i kalojnë kufijtë e përcaktuar në nenin 4 të Rregullores;
- seksioni i gjashtë mbulon kufizimet e rënda të përcaktuara në nenin 5 të Rregullores dhe kufizimet e përjashtuara të përcaktuara në nenin 6 të Rregullores, duke përfshirë shpjegimet se pse kualifikimi si kufizim “i rëndë” ose “i përjashtuar” është me rëndësi;
- seksioni i shtatë përmban udhëzime mbi kompetencat e Autoritetit të Konkurrencës për të anuluar ose revokuar përfitimin nga Rregullorja në raste individuale, në përputhje me nenin 51 të Ligjit dhe nenin 7 të Rregullores, si dhe udhëzime mbi kompetencën e Komisionit të Konkurrencës për të miratuar rregullore për të deklaruar se Rregullorja nuk do të zbatohet, në përputhje me nenin 8 të Rregullores;
- seksioni i tetë përshkruan praktikën e zbatimit nga Komisioni në raste individuale. Për këtë qëllim, shpjegohet se si marrëveshjet vertikale që nuk mbulohen nga Rregullorja vlerësohen sipas Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit dhe ofrohen udhëzime për lloje të ndryshme të kufizimeve vertikale të zakonshme.

I.2. Zbatimi i Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit për marrëveshjet vertikale

5. Qëllimi i Nenit 4 të Ligjit është të sigurojë se ndërmarrjet nuk përdorin marrëveshje qoftë horizontale apo vertikale⁶ për të penguar, kufizuar apo shtrembëruar konkurrencën në treg në dëm të konsumatorëve⁷.
6. Neni 4 zbatohet për marrëveshjet vertikale që pengojnë, kufizojnë apo shtrembërojnë konkurrencën në treg, duke ndaluar marrëveshjet që dëmtojnë ndjeshëm konkurrencën⁸. Së bashku me Nenin 5, ai mundëson një kuadër ligjor për vlerësimin e kufizimeve vertikale⁹, që merr parasysh dallimin ndërmjet efekteve anti-konkurrese dhe pro-konkurrese të marrëveshjeve të tilla. Megjithatë, ky ndalim nuk zbatohet mbi marrëveshjet të cilat plotësojnë kushtet e Nenit 5 të Ligjit, veçanërisht kur marrëveshja ofron përfitime të mjaftueshme për të tejkaluar efektet e saj anti-konkurrese.

⁵ Udhëzimi i Autoritetit të Konkurrencës “Për përcaktimin e tregut përkatës”, të miratuar me Vendimin Nr. 76, datë 7.4.2008 të Komisionit të Autoritetit të Konkurrencës.

⁶ Udhëzime të mëtejshme për përkufizimin e “marrëveshjes vertikale” sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 1, pika (a) e Rregullores jepen në seksionin IV.2 të këtij Udhëzimi.

⁷ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 21 shkurtit 1973, Europemballage Corporation and Continental Can Company v Commission, Çështja 6/72, EU:C:1973:22, paragrafët 25 dhe 26; 17 shkurt 2011, Konkurrensverket v TeliaSonera Sverige AB, Çështja C-52/09, EU:C:2011:83, paragrafët 20 deri 24 dhe 18 nëntor 2021, SIA “Visma Enterprise” v Konkurences padome, Çështja C-306/20, EU:C:2021:935, paragrafi 58 (“Çështja C-306/20 - Visma Enterprise”).

⁸ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 13 korrikut 1966, Grundig-Consten and Grundig v Commission of the EEC, Çështjet e bashkuara 56/64 dhe 58/64, EU:C:1966:41; 30 qershor 1966, Société Technique Minière v Maschinenbau Ulm, 56/65, EU:C:1966:38 (“Çështja 56/65 - Société Technique Minière”); dhe 14 korrik 1994, Parker Pen v Commission, Çështja T-77/92, EU:T:1994:85 (“Çështja T-77/92 - Parker Pen”).

⁹ Për zbatimin e Rregullores, neni 2, paragrafi 1, pika b) e Rregullores e përkufizon një “kufizim vertikal” si “një kufizim i konkurrencës në një marrëveshje vertikale që bie në objektin e nenit 4 të Ligjit” Udhëzime të mëtejshme për marrëveshjet vertikale që përgjithësisht bien jashtë objektit të Nenit 4 të Ligjit jepen në Seksionin III të këtij Udhëzimi.

7. Pavarësisht se nuk ka një vijimësi të detyrueshme për vlerësimin e marrëveshjeve vertikale, ky vlerësim në përgjithësi përfshin hapat e mëposhtëm:
- së pari, ndërmarrjet e përfshira duhet të përcaktojnë pjesët e furnizuesit dhe blerësit në tregun përkatës ku ata shesin dhe blejnë përkatësisht mallrat ose shërbimet e kontratës;
 - nëse as pjesa e tregut e furnizuesit dhe as ajo e blerësit nuk e kalon pragun prej 30 % të pjesës së tregut të përcaktuar në nenin 4 të Rregullores, marrëveshja vertikale do të përfshihet në mbrojtjen e sigurt (safe harbour) sipas kriterëve të vendosura nga Rregullorja, me kusht që marrëveshja të mos përmbajë kufizime të rënda sipas kuptimit të nenit 5 të Rregullores apo ndonjë kufizim të përjashtuar sipas kuptimit të nenit 6 të Rregullores që nuk mund të shkëputet nga pjesa tjetër e marrëveshjes;
 - nëse pjesa përkatëse e tregut e furnizuesit ose blerësit tejkalon pragun e 30 % apo marrëveshja përmban një ose më shumë kufizime të rënda ose kufizime të përjashtuara të cilat nuk mund të shkëputen, është e nevojshme të vlerësohet nëse marrëveshja vertikale mbulohet nga objekti i Nenit 4 të Ligjit;
 - nëse marrëveshja vertikale mbulohet nga objekti i Nenit 4 të Ligjit, është e nevojshme të analizohet nëse ajo plotëson kushtet e përjashtimit të parashikuar nga Neni 5 i Ligjit;
8. Zhvillimi i qëndrueshëm është një objektiv kryesor shtetëror, së bashku me digjitalizimin. Nocioni i qëndrueshmërisë përfshin, por nuk kufizohet në adresimin e ndryshimeve klimatike (për shembull, nëpërmjet reduktimit të emetimeve të gazeve serrë), kufizimin e përdorimit të burimeve natyrore, reduktimin e mbetjeve dhe promovimin e mirëqenies së kafshëve. Marrëveshjet vertikale që ndjekin objektiva të zhvillimit të qëndrueshëm nuk janë një kategori e veçantë e marrëveshjeve vertikale sipas legjislacionit të konkurrencës. Prandaj, këto marrëveshje duhet të vlerësohen duke përdorur parimet e përcaktuara në këtë Udhëzim, duke marrë parasysh edhe qëllimin specifik që ato ndjekin. Përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores zbatohet për marrëveshjet vertikale që ndjekin objektivat e qëndrueshmërisë dhe digjitalizimit, me kusht që ato të plotësojnë kushtet e Rregullores. Ky Udhëzim përfshin shembuj për të ilustruar vlerësimin e marrëveshjeve vertikale që ndjekin objektivat e zhvillimit të qëndrueshëm¹⁰.
9. Kur një marrëveshje vertikale kufizon konkurrencën sipas kuptimit të Nenit 4 të Ligjit dhe Rregullorja nuk zbatohet, marrëveshja mundet sidoqoftë të përmbushë kushtet e përjashtimit në Nenin 5 të Ligjit. Kjo vlen edhe për marrëveshjet vertikale që ndjekin objektivat e zhvillimit të qëndrueshëm ose digjitalizimit. Ndërsa Seksioni VIII përfshin udhëzime për vlerësimin e marrëveshjeve të tilla vertikale në raste individuale, udhëzime të tjera mund të jenë të rëndësishme për t'u mbajtur në konsideratë, përfshirë Udhëzimet Horizontale, si dhe çdo ndryshim të ardhshëm të tyre. Këto udhëzime, në veçanti, mund të ofrojnë parashikime mbi rrethanat në të cilat përfitimet e zhvillimit të qëndrueshëm apo digjital mund të merren parasysh si eficaenca cilësore ose sasiore sipas Nenit 5 të Ligjit.

II. EFEKTET E MARRËVESHJEVE VERTIKALE

10. Për qëllim të vlerësimit të marrëveshjeve vertikale sipas Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit dhe zbatimit të Rregullores, është e nevojshme të merren parasysh të gjithë parametrat përkatës të konkurrencës, si çmimet, prodhimi në terma të sasive të produktit, cilësia e produktit, shumëllojshmëria dhe inovacioni. Vlerësimi duhet të marrë gjithashtu parasysh se marrëveshjet vertikale ndërmjet ndërmarrjeve që operojnë në nivele të ndryshme të zinxhirit të prodhimit ose shpërndarjes janë përgjithësisht më pak të dëmshme sesa marrëveshjet horizontale ndërmjet

¹⁰ Shih paragrafët 144 dhe 313.

ndërmarrjeve konkurruese që furnizojnë mallra ose shërbime të zëvendësueshme.¹¹ Në parim, kjo vjen për shkak të natyrës plotësuese të aktiviteteve të kryera nga palët në një marrëveshje vertikale, që përgjithësisht nënkupton se nga veprimet pro-konkurruese të njëres palë në marrëveshje do të përfitojë pala tjetër e marrëveshjes dhe përfundimisht do të përfitojnë edhe konsumatorët. Në dallim nga marrëveshjet horizontale, palët në një marrëveshje vertikale kanë tendencë të kenë një incentivë për të rënë dakord për çmime më të ulëta dhe nivele më të larta shërbimi, nga të cilat gjithashtu përfitojnë edhe konsumatorët. Në mënyrë të ngjashme, një palë në një marrëveshje vertikale zakonisht nxitet për të kundërshtuar veprimet e palës tjetër që mund të dëmtojnë konsumatorët, pasi veprime të tilla zakonisht do të zvogëlojnë gjithashtu kërkesën për mallrat ose shërbimet e ofruara nga pala e parë. Natyra plotësuese e aktiviteteve të palëve në një marrëveshje vertikale në nxjerrjen e mallrave ose shërbimeve në treg nënkupton gjithashtu se kufizimet vertikale ofrojnë hapësirë më të madhe për eficientë, për shembull duke optimizuar proceset dhe shërbimet e prodhimit dhe shpërndarjes. Shembuj të efekteve të tilla pozitive janë paraqitur në Seksionin II.1.

11. Megjithatë, ndërmarrjet me fuqi tregu, në raste të caktuara, mund të përdorin kufizime vertikale për të ndjekur qëllime anti-konkurruese që në fund dëmtojnë konsumatorët. Siç shpjegohet më tej në Seksionin II.2, kufizimet vertikale mund të çojnë në mënyrë të dukshme në mbyllje tregu, zbutje të konkurrencës ose marrëveshje të fshehta. Fuqia e tregut është aftësia për të mbajtur çmimet mbi nivelet konkurruese ose për të mbajtur prodhimin në terma të sasive të produktit, cilësisë së produktit dhe shumëllojshmërisë ose inovacionit nën nivelet konkurruese për një periudhë jo të parëndësishme kohore. Shkalla e fuqisë së tregut që kërkohet për të vendosur një kufizim të konkurrencës sipas kuptimit të Nenit 4 të Ligjit është më e vogël se shkalla e fuqisë së tregut që kërkohet për konstatimin e një pozite dominuese sipas nenit 8 të Ligjit.

II.1. Efektet pozitive

12. Marrëveshjet vertikale mund të prodhojnë efekte pozitive, duke përfshirë çmime më të ulëta, promovimin e konkurrencës së palidhur me çmimin dhe përmirësimin e cilësisë së shërbimeve. Parashikime të thjeshta kontraktore midis një furnizuesi dhe një blerësi, të cilat përcaktojnë vetëm çmimin dhe sasinë e një transaksioni, shpesh mund të çojnë në nivele nën-optimale të investimeve dhe shitjeve, pasi ato nuk marrin parasysh eksternalitetet që rrjedhin nga natyra plotësuese e aktiviteteve të furnizuesit dhe shpërndarësve të tij. Këto eksternalitete ndahen në dy kategori: eksternalitete vertikale dhe eksternalitete horizontale.
13. Eksternalitetet vertikale lindin sepse vendimet dhe veprimet e marra në nivele të ndryshme të zinxhirit të prodhimit ose shpërndarjes përcaktojnë aspekte të shitjes së mallrave ose shërbimeve, të tilla si çmimi, cilësia, shërbimet e lidhura dhe marketingu, të cilat ndikojnë jo vetëm në ndërmarrjen që merr vendimet, por edhe ndërmarrje të tjera në nivele të tjera të zinxhirit të prodhimit ose shpërndarjes. Për shembull, një shpërndarës mund të mos i marrë të gjitha përfitimet e përpjekjeve të tij për të rritur shitjet, pasi disa nga këto përfitime mund të shkojnë tek furnizuesi. Kjo ndodh sepse për çdo njësi shtesë që një shpërndarës shet duke ulur çmimin e rishitjes ose duke rritur përpjekjet e tij për shitje, furnizuesi përfiton nëse çmimi i tij i shitjes me shumicë tejkalon kostot e tij marginale të prodhimit. Kjo përfaqëson një eksternalitet pozitiv që i jepet furnizuesit nga veprimet e shpërndarësit për rritjen e shitjeve. Anasjelltas, mund të ketë situata ku, nga këndvështrimi i furnizuesit, shpërndarësi mund të vendosë një çmim shumë të lartë¹², mund të bëjë përpjekje të pamjaftueshme për shitje ose të dyja së bashku.

¹¹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-306/20 - Visma Enterprise, paragrafi 78.

¹² Kjo quhet ndryshe edhe si “problemi i margjinalizimit të dyfishtë”.

14. Eksternalitetet horizontale mund të lindin veçanërisht ndërmjet shpërndarësve të të njëjtave mallra ose shërbime, ku një shpërndarës nuk është në gjendje të përvetësojë plotësisht përfitimet nga përpjekjet e tij të shitjes. Për shembull, kur shërbimet e para-shitjes për rritjen e kërkesës ofrohen nga një shpërndarës, të tilla si këshillat e personalizuar në lidhje me mallra ose shërbime të veçanta, kjo mund të çojë në shitje më të larta nga shpërndarësit konkurrues që ofrojnë të njëjtat mallra ose shërbime dhe kështu të krijojnë incentiva midis shpërndarësve për të përfituar në mënyrë të padrejtë (*free riding*) nga shërbime të kushtueshme të cilat janë ofruar nga të tjerët. Në një mjedis shpërndarjeje me shumë kanale, përfitimi i padrejtë (*free riding*) mund të ndodhë midis kanaleve të shitjes në internet dhe ato fizike, si dhe në të dyja drejtimet. Për shembull, klientët mund të vizitojnë një dyqan fizik për të provuar mallrat ose shërbimet ose për të marrë informacione të tjera të dobishme mbi të cilat bazojnë vendimin e tyre për të bërë blerjen, por më pas e porosisin produktin në internet nga një shpërndarës tjetër. Nga ana tjetër, klientët mund të mbledhin informacion gjatë fazës së para-blerjes nga një dyqan në internet dhe më pas të vizitojnë një dyqan fizik, duke përdorur informacionin që kanë mbledhur në internet për të zgjedhur dhe provuar mallra ose shërbime të caktuara dhe në fund ta blejnë produktin jashtë internetit në një dyqan fizik. Kur një përfitim i tillë i padrejtë (*free riding*) është i mundur dhe kur shpërndarësi që ofron shërbime të para-shitjes nuk është në gjendje të përvetësojë plotësisht përfitimet, kjo mund të çojë në një ofrim jo optimal të këtyre shërbimeve të para-shitjes, qoftë në aspektin e sasisë apo cilësisë.
15. Në prani të eksternaliteteve të tilla, furnizuesit mund të kenë incentiva për të kontrolluar disa aspekte të operacioneve të shpërndarësve të tyre dhe anasjelltas. Në veçanti, marrëveshjet vertikale mund të përdoren për t'i internalizuar këto eksternalitete, për të rritur fitimin e përbashkët të zinxhirit vertikal të furnizimit dhe shpërndarjes dhe, në rrethana të caktuara, mirëqenien e konsumatorit.
16. Megjithëse parashikimet e këtij Udhëzimi kanë për qëllim të japin një përmbledhje të arsyeve të ndryshme për justifikimin e kufizimeve vertikale, ato nuk duhet të merren si të plota ose shteruese. Arsyet që mund të justifikojnë zbatimin e kufizimeve të veçanta vertikale përfshijnë:
- a) për të adresuar problemin e eksternaliteteve vertikale. Vendorsja e një çmimi shumë të lartë nga shpërndarësi, duke mos marrë parasysh efektin e vendimeve të tij mbi furnizuesin, mund të shmanget me imponimin nga furnizuesi të një çmimi maksimal të rishitjes mbi shpërndarësin. Në mënyrë të ngjashme, për të rritur përpjekjet e shpërndarësit për shitjet, furnizuesi mund të përdorë një shpërndarje përzgjedhëse ose ekskluzive;
 - b) për të adresuar problemin e përfitimit të padrejtë (*free-rider*). Përfitimi i padrejtë (*free riding*) midis blerësve mund të ndodhë në nivelin e shitjes me shumicë ose pakicë, veçanërisht kur nuk është e mundur që furnizuesi të imponojë kërkesa efektive për promovimin ose shërbimet mbi të gjithë blerësit. Përfitimi i padrejtë (*free riding*) midis blerësve mund të ndodhë vetëm mbi shërbimet para-shitjes dhe aktivitete të tjera promovuese, por jo mbi shërbimet pas-shitjes, për të cilat shpërndarësi mund t'i faturojë klientët individualisht. Përpjekjet para-shitjes mbi të cilat mund të ndodhë përfitimi i padrejtë (*free riding*) mund të jenë të rëndësishme, për shembull, kur mallrat ose shërbimet janë relativisht të reja, teknikisht komplekse ose me vlerë të lartë, ose kur reputacioni i mallrave ose shërbimeve është një faktor i rëndësishëm në përcaktimin e kërkesës për to¹³. Kufizimet në sistemet e shpërndarjes ekskluzive ose përzgjedhëse, ose kufizime të tjera mund të jenë të dobishme për shmangien ose reduktimin e një përfitimi të padrejtë (*free riding*). Përfitimi i padrejtë (*free riding*) mund të ndodhë edhe midis furnizuesve, për shembull kur një prodhues investon në promovim në ambientet e blerësit që gjithashtu

¹³ Nëse konsumatorët përfitojnë në përgjithësi nga përpjekjet shitesë promovionale varet nga fakti nëse promovimi shitesë informon dhe bind, dhe kështu përfitojnë shumë klientët të rinj ose kryesisht arrin klientët që tashmë e dinë se çfarë duan të blejnë dhe për të cilët promovimi shitesë nënkupton vetëm ose kryesisht një rritje çmimi.

tërheq klientë për konkurrentët e atij prodhuesi. Kufizimet e natyrës së detyrimeve për mos konkurruar mund të ndihmojnë në kapërcimin e përfitimit të padrejtë (*free riding*) midis furnizuesve¹⁴;

- c) për të hapur ose hyrë në tregje të reja. Kur një furnizues dëshiron të hyjë në një treg të ri gjeografik, për shembull duke eksportuar në një vend tjetër, kjo mund të kërkojë investime të zhytura të veçanta nga shpërndarësi për të vendosur markën në treg. Për të bindur një shpërndarës vendas të bëjë këto investime, mund të jetë e nevojshme të sigurohet mbrojtje territoriale, në mënyrë që shpërndarësi të mund të rikuperojë investimet e tij. Kjo mund të justifikojë kufizimin e shpërndarësve të vendosur në tregje të tjera gjeografike nga shitja në tregun e ri (Shiko gjithashtu paragrafët 118, 136 dhe 137). Ky është një rast i veçantë që lidhet me problemin e përfitimit të padrejtë (*free riding*) të përmendur në pikën b);
- d) për të adresuar problemin e përfitimit të padrejtë (*free-rider*) në certifikim. Në disa sektorë, disa shpërndarës kanë një reputacion për mbajtjen vetëm të mallrave cilësore ose ofrimin vetëm të shërbimeve cilësore (të ashtuquajturit “shpërndarës premium”). Në një rast të tillë, shitja përmes këtyre shpërndarësve mund të jetë thelbësore, veçanërisht për një hedhje të suksesshme në treg të një produkti të ri. Nëse furnizuesi nuk mund të sigurojë që shpërndarja e produkteve të tij të kufizohet te këta shpërndarës premium, ai rrezikon të mos listohet nga këta shpërndarës. Në një skenar të tillë, përdorimi i shpërndarjes ekskluzive ose përzgjedhëse mund të jetë i justifikuar;
- e) për të adresuar problemin e mbajtjes pezull (*hold-up*). Qoftë furnizuesi ose blerësi mund të kenë nevojë të bëjnë investime sipas të marrëdhënies specifike (për shembull në pajisje ose trajnime specifike) të cilat janë investime të zhytura dhe kanë pak ose aspak vlerë jashtë marrëdhënies specifike vertikale. Për shembull, një prodhuesi komponentësh mund t’i duhet të ndërtojë makineri specifike për të përmbushur kërkesat e njërit prej klientëve të tij, por këto makineri mund të jenë të papërshtatshme për t’u përdorur në lidhje me klientët e tjerë dhe mund të jetë e pamundur për t’i rishitur. Në mungesë të një marrëveshjeje, pala investuese do ta gjejë veten në një pozicion të dobët negociimi pasi të ketë bërë investimin specifik për marrëdhënien, pasi rrezikon të “mbahet pezull” (*hold-up*) gjatë negociatave me partnerin e saj tregtar. Kërcënimi i një pengese të tillë oportuniste të mbajtjes pezull (*hold-up*) mund të çojë në investime sub-optimale nga pala investuese. Marrëveshjet vertikale mund të eliminojnë hapësirën për mbajtjen pezull (*hold-up*) (veçanërisht kur investimi mund të kontraktohet plotësisht dhe mund të parashikohen të gjitha kontigjencat e ardhshme) ose mund të zvogëlojnë hapësirën për mbajtje pezull (*hold-up*). Për shembull, detyrimet për të mos konkurruar, detyrimi sasior, ose furnizimi ekskluziv mund të zvogëlojnë problemin e mbajtjes pezull (*hold-up*) kur investimi për marrëdhënien specifike kryhet nga furnizuesi, ndërsa shpërndarja ekskluzive, caktimi ekskluziv i klientëve ose furnizimi ekskluziv mund të zvogëlojë problemin e mbajtjes pezull (*hold-up*) kur investimi është bërë nga blerësi;
- f) për të adresuar problemin specifik të mbajtjes pezull (*hold-up*) që mund të lindë kur ka një transferim të njohurive praktike (*know-how*) thelbësore. Ofruesi i njohurive praktike mund të mos dëshirojë që njohuritë praktike të përdoren nga ose në përfitim të konkurrentëve të tij, për shembull në *franchising*. Për aq kohë sa njohuritë praktike nuk ishin lehtësisht të disponueshme për blerësin dhe janë thelbësore dhe të domosdoshme për zbatimin e marrëveshjes, një transferim i tillë mund të justifikojë një kufizim për të mos konkurruar, i cili në përgjithësi do të binte jashtë Nenit 4 të Ligjit në raste të tilla;

¹⁴ Shih në veçanti përkufizimin e “detyrim për të mos konkurruar” në nenin 2, paragrafi 1, pika f) të Rregullores, mbi të cilin jepen udhëzime në Seksionin VI.2 të këtij Udhëzimi, dhe udhëzimet për “markë të vetme” të dhënë në Seksionin VIII.2 të këtij Udhëzimi.

- g) për të arritur ekonomitë e shkallës në shpërndarje. Për të shfrytëzuar ekonominë e shkallës dhe për të pasur një çmim më të ulët të shitjes me pakicë për mallrat ose shërbimet e tij, prodhuesi mund të dëshirojë të përqendrojë rishitjen e mallrave ose shërbimeve të tij në një numër të kufizuar shpërndarësish. Për ta bërë këtë, prodhuesi mund të përdorë shpërndarjen ekskluzive, detyrimin sasior në formën e një kërkesë për blerje minimale, shpërndarjen përzgjedhëse që përmban një kërkesë minimale për blerje ose furnizimin ekskluziv;
 - h) për të siguruar uniformitetin dhe standardizimin e cilësisë. Një kufizim vertikal mund të ndihmojë në krijimin ose promovimin e imazhit të markës, duke vendosur një masë të caktuar uniformiteti dhe standardizimi të cilësisë tek shpërndarësit. Kjo mund të mbrojë reputacionin e markës, të rrisë aftësinë tërheqëse të mallrave ose shërbimeve në fjalë për përdoruesit fundorë dhe të rrisë shitjet. Një standardizim i tillë mund të arrihet, për shembull, nëpërmjet shpërndarjes përzgjedhëse ose franchising;
 - i) për të adresuar të metat e tregut të kapitalit. Ofruesit e kapitalit si bankat dhe tregjet e kapitalit mund të ofrojnë kapital në mënyrë sub-optimale kur kanë informacion të paplotë mbi aftësinë paguese të huamarrësit ose kur ka një bazë të pamjaftueshme për të siguruar kredinë. Blerësi ose furnizuesi mund të ketë informacion më të mirë dhe mund të jetë në gjendje, nëpërmjet një marrëdhënieje ekskluzive, të marrë siguri shtesë për investimin e tij. Kur furnizuesi i jep blerësit hua, kjo mund të çojë në vendosjen e një detyrimi për të mos konkurruar ose detyrim sasior ndaj blerësit. Kur blerësi i jep hua furnizuesit, kjo mund të jetë arsyeja për vendosjen e furnizimit ekskluziv ose detyrimin sasior ndaj furnizuesit.
17. Ekziston një shkallë e madhe e zëvendësueshmërisë midis kufizimeve të ndryshme vertikale, që do të thotë se i njëjti problem i paefektshmërisë mund të zgjidhet duke përdorur kufizime të ndryshme vertikale. Për shembull, mund të jetë e mundur të arrihen ekonomitë e shkallës në shpërndarje duke përdorur shpërndarjen ekskluzive, shpërndarjen përzgjedhëse, detyrimin sasior ose furnizimin ekskluziv. Megjithatë, efektet negative në konkurrencë mund të ndryshojnë ndërmjet kufizimeve të ndryshme vertikale. Kjo merret parasysh kur domosdoshmëria vlerësohet sipas Nenit 5 të Ligjit.

II.2. Efektet negative

18. Efektet negative në treg që mund të rezultojnë nga kufizimet vertikale dhe të cilat Ligji synon t'i parandalojë janë, në veçanti:
- a) mbyllja anti-konkurruese e tregut për furnizuesit ose blerësit e tjerë, duke ngritur pengesa në hyrje ose zgjerim;
 - b) zbutja e konkurrencës ndërmjet furnizuesit dhe konkurrentëve të tij dhe/ose lehtësimi i marrëveshjeve të fshehta të qarta ose të heshtura ndërmjet furnizuesve konkurrues, shpesh të referuara si reduktim i konkurrencës ndërmjet markave;
 - c) zbutja e konkurrencës midis blerësit dhe konkurrentëve të tij ose lehtësimi i marrëveshjeve të fshehta të qarta ose të heshtura midis blerësve konkurrues, shpesh i referuar si reduktim i konkurrencës brenda markës kur ka të bëjë me shpërndarësit e mallrave ose shërbimeve të të njëjtit furnizues¹⁵.
19. Mbyllja e tregut, zbutja e konkurrencës dhe marrëveshjet e fshehta në nivel furnizuesi mund të dëmtojnë konsumatorët, në veçanti nga:

¹⁵ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Sa i përket nocioneve të marrëveshjeve të fshehta të qarta ose të nënkuptuara shih vendimin e 31 marsit 1993, *Ahlström Osakeyhtiö and Others v Commission*, Çështje të bashkuara C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-116/85, C-117/85 dhe C-125/85 to C-129/85, EU:C:1993:120.

- a) rritja e çmimeve që u ngarkohen blerësve të mallrave ose shërbimeve, gjë që mund të çojë në çmime më të larta të shitjes me pakicë;
 - b) kufizimi i zgjedhjes së mallrave ose shërbimeve;
 - c) ulja e cilësisë së mallrave ose shërbimeve;
 - d) reduktimi i inovacionit ose shërbimit në nivel furnizuesi.
20. Mbyllja e tregut, zbutja e konkurrencës dhe marrëveshjet e fshehta në nivel shpërndarësi mund të dëmtojnë konsumatorët, në veçanti nga:
- a) rritja e çmimeve të shitjes me pakicë të mallrave ose shërbimeve;
 - b) kufizimi i zgjedhjes së kombinimeve çmim-shërbim dhe formatet e shpërndarjes;
 - c) uljen e disponueshmërisë dhe cilësisë së shërbimeve të shitjes me pakicë;
 - d) ulja e nivelit të inovacionit në nivelin e shpërndarjes.
21. Një reduktim i konkurrencës brenda markës (d.m.th., konkurrenca ndërmjet shpërndarësve të mallrave ose shërbimeve të të njëjtit furnizues) në vetvete nuk ka gjasa të çojë në efekte negative për konsumatorët nëse konkurrenca ndërmjet markave (d.m.th. konkurrenca midis shpërndarësve të mallrave ose shërbimeve të furnizuesve të ndryshëm) është e fortë¹⁶. Në veçanti, në tregjet ku shitësit individualë me pakicë shpërndajnë markën(at) e vetëm një furnizuesi, një reduktim i konkurrencës ndërmjet shpërndarësve të së njëjtës markë do të çojë në një reduktim të konkurrencës brenda markës midis këtyre shpërndarësve, por mund të mos ketë një efekt negativ në konkurrencën ndërmjet shpërndarësve në përgjithësi.
22. Efektet e mundshme negative të kufizimeve vertikale përforcohen kur disa furnizues dhe blerës të tyre organizojnë tregtinë e tyre në mënyrë të ngjashme, duke çuar në të ashtuquajturat efekte kumulative¹⁷.

III. MARRËVESHJET VERTIKALE TË CILAT BIEN PËRGJITHËSISHT JASHTË FUSHËS SË ZBATIMIT TË NENIT 4(1) TË LIGJIT

III.1. Marrëveshjet me rëndësi të vogël dhe marrëveshjet e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme

23. Përpara se të trajtohet fusha e zbatimit e Rregullores, zbatimi i saj dhe në mënyrë të përgjithshme vlerësimi i marrëveshjeve vertikale sipas Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit, është e rëndësishme të theksojmë se Rregullorja zbatohet vetëm për marrëveshjet që përfshihen bien brenda objektit të Nenit 4 të Ligjit.
24. Marrëveshjet që nuk kufizojnë në mënyrë të konsiderueshme konkurrencën (marrëveshje të rëndësishme të vogël) bien jashtë fushës së Nenit 4(1) të Ligjit. Komisioni ka dhënë udhëzime për marrëveshjet me rëndësi të vogël në veçanti nëpërmjet Rregullores “Për marrëveshjet me rëndësi të vogël” miratuar me vendimin e Komisionit të Autoritetit të Konkurrencës nr. 203, datë 08.11.2011 (“Rregullorja De Minimis”). Ky Udhëzim nuk ndikon në parashikimet e Rregullores De Minimis, as në udhëzime të ardhshme të Autoritetit të Konkurrencës në këtë drejtim.
25. Siç është parashikuar në nenin 7 të Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës dhe nenin 4 të Rregullores De Minimis, mund të përjashtohen nga zbatimi i Nenit 4(1) ato marrëveshje, të

¹⁶ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi në Çështjen C-306/20 - Visma Enterprise, paragrafi 78.

¹⁷ Efektet kumulative anti-konkurrese në mënyrë të veçantë mund të justifikojnë anulimin ose revokimin e përfitimit të Rregullores, shiko Seksionin VII.1 të këtij Udhëzimi.

cilat nuk e kufizojnë ndjeshëm konkurrencën në treg, në rast se pjesa e tregut e të gjitha ndërmarrjeve së bashku, pjesëmarrëse në këtë marrëveshje, nuk tejkalon:

- a) 10 % të tregut përkatës, ku pjesëmarrësit janë konkurrentë aktualë ose potencialë;
 - b) 15 % të tregut përkatës, ku pjesëmarrësit nuk janë konkurrentë aktualë ose potencialë.
26. Në rast pamundësie të klasifikimit të marrëveshjes si marrëveshje ndërmjet konkurrentëve ose jo-konkurrentëve, atëherë është i zbatueshëm kriteri i pjesës së tregut prej 10 %. Kur konkurrenca në tregun përkatës, kufizohet nga efekti kumulativ i një marrëveshjeje për shitjen e produkteve të ofruara nga ndërmarrje të ndryshme, pjesa e tregut reduktohet në 5 %, si për marrëveshjet ndërmjet konkurrentëve ashtu edhe për marrëveshjet ndërmjet jo-konkurrentëve.
27. Për më tepër, nuk ka asnjë prezumim se marrëveshjet vertikale të lidhura nga ndërmarrjet që kanë një pjesëmarrje të përgjithshme në treg mbi 10 % automatikisht bien brenda fushës së Nenit 4 të Ligjit. Ato duhet të vlerësohen në kuadrin e tyre ligjor dhe ekonomik. Në Seksionin VIII të këtij Udhëzimi jepen kritere për vlerësimin individual të marrëveshjeve të tilla.
28. Marrëveshjet vertikale ndërmjet ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme (“NVM”) rrallëherë kufizojnë në mënyrë të konsiderueshme konkurrencën sipas Nenit 4 të Ligjit, përveç rasteve kur ato përfshijnë kufizime të konkurrencës sipas objektit sipas kuptimit të Nenit 4 të Ligjit. Prandaj, marrëveshjet vertikale ndërmjet NVM në përgjithësi bien jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit.

III.2. Marrëveshjet e agjencisë

III.2.1. Marrëveshjet e agjencisë që bien jashtë fushës së zbatimit të Nenit 4(1) të Ligjit

29. Një agjent është një person juridik ose fizik të cilit i është dhënë tagri për të negociuar dhe/ose për të lidhur kontrata në emër të një personi tjetër (“porositësi”), qoftë në emrin e vetë agjentit ose në emër të porositësit, për blerjen e mallrave ose shërbimeve nga porositësi ose shitjen e mallrave ose shërbimeve të ofruara nga porositësi.
30. Neni 4 i Ligjit zbatohet për marrëveshjet midis dy ose më shumë ndërmarrjeve. Në rrethana të caktuara, marrëdhënia midis një agjenti dhe porositësit të tij mund të karakterizohet si një marrëdhënie ku agjenti nuk vepron më si një operator ekonomik i pavarur. Kjo ndodh kur agjenti nuk merr përsipër rreziqe financiare ose tregtare të rëndësishme në lidhje me kontratat e lidhura ose të negociuara në emër të porositësit, siç shpjegohet më tej në paragrafët 31-34¹⁸. Në këtë rast, marrëveshja e agjencisë bie plotësisht ose pjesërisht jashtë fushës së zbatimit të Nenit 4(1) të Ligjit¹⁹. Duke qenë se kjo përbën një përjashtim nga zbatimi i përgjithshëm i Nenit 4 dhe Nenit 5 për marrëveshjet midis ndërmarrjeve, kushtet për kategorizimin e një marrëveshjeje si marrëveshje agjencie që bie jashtë fushës së zbatimit të Nenit 4(1) të Ligjit duhet të interpretohen në mënyrë strikte. Për shembull, është më pak e mundur që një marrëveshje agjencie të kategorizohet si jashtë fushës së zbatimit të Nenit 4(1) të Ligjit kur agjenti negocion dhe/ose përfundon kontrata në emër të një numri të madh porositësish.²⁰ Kualifikimi që i jepet marrëveshjes nga palët ose nga ligji nuk është i rëndësishëm për këtë kategorizim.

¹⁸ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 15 shtatorit 2005, DaimlerChrysler v Commission, Çështja T-325/01, EU:T:2005:322 (këtu e më tej “Çështja T-325/01 - DaimlerChrysler v Commission”); 14 dhjetorit 2006, Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio v CEPSA, Çështja C-217/05, EU:C:2006:784; dhe 11 shtatorit 2008, CEPSA Estaciones de Servicio SA v LV Tobar e Hijos SL, Çështja C-279/06, EU:C:2008:485.

¹⁹ Shiko Seksionin III.2.2 të këtij Udhëzimi për sa i përket dispozitave të marrëveshjes së agjencisë që mund të përfshihen në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit.

²⁰ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 1 tetorit 1987, ASBL Vereniging van Vlaamse Reisbureaus contre ASBL Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten, Çështja 311/85, EU:C:1987:418, paragrafi 20.

31. Ekzistojnë tre lloje të rreziqeve financiare ose tregtare që janë materiale për kategorizimin e një marrëveshjeje si një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit:
- a) rreziqet specifike të një kontrate, të cilat lidhen drejtpërdrejt me kontratat e lidhura dhe/ose të negociuara nga agjenti në emër të porositësit, siç është financimi i aksioneve;
 - b) rreziqet që lidhen me investimet në një treg specifik. Këto janë investime të kërkuara posaçërisht për llojin e aktivitetit për të cilin agjenti është caktuar nga porositësi, pra, ato të cilat duhen për t'i mundësuar agjentit të lidhë dhe/ose të negociojë një lloj kontrate specifike. Investime të tilla zakonisht janë investime të zhytura, që do të thotë se me largimin nga ajo fushë e caktuar e veprimtarisë investimi nuk mund të përdoret për aktivitete të tjera ose të shitet pa një humbje të konsiderueshme;
 - c) rreziqet që lidhen me aktivitete të tjera të ndërmarra në të njëjtin treg produkti, në masën që porositësi kërkon që, si pjesë e marrëdhënies së agjencisë, agjenti të ndërmarrë aktivitete të tilla jo si agjent në emër të porositësit, por me rrezik për vetë agjentin.
32. Një marrëveshje do të kategorizohet si një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit kur agjenti nuk mbart asnjë nga llojet e rrezikut të renditur në paragrafin 31 më sipër ose kur i mbart këto rreziqe vetëm në një masë të pakonsiderueshme. Rëndësia e çdo rreziku të tillë të marrë përsipër nga agjenti në përgjithësi duhet të vlerësohet duke iu referuar shpërblimit të fituar nga agjenti për ofrimin e shërbimit të agjencisë, për shembull komisioni i tij dhe jo duke iu referuar të ardhurave të krijuara nga shitja e mallrave ose shërbimeve të mbuluara nga marrëveshja e agjencisë. Megjithatë, rreziqet që lidhen me veprimtarinë e ofrimit të shërbimeve të agjencisë, të tilla si rreziku që të ardhurat e agjentit të varen nga suksesi i tij si agjent ose investimet e përgjithshme për shembull në ambiente ose personel që mund të përdoret për çdo lloj aktiviteti, në përgjithësi nuk janë materiale për vlerësimin.
33. Në dritën e sa më sipër, një marrëveshje në përgjithësi do të kategorizohet si një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit kur ekzistojnë të gjitha kushtet e mëposhtme:
- a) agjenti nuk përfiton pronësi të mallit të blerë ose të shitur sipas marrëveshjes së agjencisë dhe nuk i furnizon vetë shërbimet e blera ose të shitura sipas marrëveshjes së agjencisë. Fakti që agjenti, për një periudhë të shkurtër kohore, përkohësisht, të mund të fitojë mallrat e kontratës ndërkohë që i shet ato në emër të porositësit, nuk përjashton ekzistencën e një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit, me kusht që agjenti të mos përballojë ndonjë kosto ose rrezik në lidhje me transferimin e pronës;
 - b) agjenti nuk kontribuon në kostot që lidhen me furnizimin ose blerjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës, duke përfshirë kostot e transportit të mallrave. Kjo nuk e pengon agjentin të kryejë shërbimin e transportit, me kusht që shpenzimet të mbulohen nga porositësi;
 - c) agjenti nuk mban me kostot ose nën rrezikun e tij stokun e mallrave të kontratës, duke përfshirë koston e financimit të stokut dhe koston e stokut të humbur. Agjenti duhet të jetë në gjendje t'i kthejë mallrat e pashitura porositësit pa pagesë, përveç rastit kur agjenti është me faj, për shembull, sepse ai nuk respekton masat e arsyeshme të sigurisë ose kundër vjedhjes për të shmangur humbjet e stokut;
 - d) agjenti nuk mban përgjegjësi për mospërmblidhjen e kontratës nga klientët, me përjashtim të humbjes së komisionit të agjentit, përveç rastit kur agjenti ka faj (për shembull, moszbatimi i masave të arsyeshme të sigurisë ose kundër vjedhjes ose moszbatimi i masave të arsyeshme për të raportuar vjedhjen tek porositësi ose policia ose për t'i komunikuar porositësit të gjithë informacionin e nevojshëm që disponon për besueshmërinë financiare të klientit);

- e) agjenti nuk mban përgjegjësi përballë klientëve ose palëve të tjera të treta për humbjen ose dëmtimin gjatë furnizimit të mallrave ose shërbimeve, përveç rastit kur ai është me faj;
 - f) agjenti nuk është i detyruar, drejtpërdrejt ose tërthorazi, të investojë në promovimin e shitjeve, duke përfshirë kontributet në buxhetin e reklamimit të porositësit ose në aktivitetet reklamuese ose promovuese që lidhen posaçërisht me mallrat ose shërbimet e kontratës, përveç rasteve kur këto kosto rimbursohen plotësisht nga porositësi;
 - g) agjenti nuk bën investime specifike të tregut në pajisje, ambiente, trajnime të personelit ose reklama, të tilla si depozita magazinimi të benzinës në rastin e shitjes me pakicë të benzinës, softuerë specifikë për shitjen e policave të sigurimit në rastin e agjentëve të sigurimit, ose reklamat në lidhje me rrugët ose destinacionet në rastin e agjentëve të udhëtimit që shesin fluturime ose akomodim në hotel, përveç rasteve kur këto kosto rimbursohen plotësisht nga porositësi;
 - h) agjenti nuk ndërmerr aktivitete të tjera brenda të njëjtit treg produkti të kërkuara nga porositësi sipas marrëdhënies së agjencisë (për shembull, dorëzimi i mallrave), përveç rasteve kur këto aktivitete rimbursohen plotësisht nga porositësi.
34. Ndërsa lista e përcaktuar në paragrafin 33 është jo shteruese, kur agjenti mbart një ose më shumë nga rreziqet ose kostot e përmendura në paragrafët 31-33, marrëveshja ndërmjet agjentit dhe porositësit nuk do të kategorizohet si një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit²¹. Rreziku duhet të vlerësohet rast pas rasti dhe në lidhje me realitetin ekonomik të situatës dhe jo formës ligjore të marrëveshjes. Për arsye praktike, analiza e rrezikut mund të fillojë me vlerësimin e rreziqeve specifike të kontratës. Nëse agjenti mbart rreziqe specifike të kontratës të cilat nuk janë të papërfillshme, kjo do të mjaftojë për të arritur në përfundimin se agjenti është një shpërndarës i pavarur. Nëse agjenti nuk mbart rreziqe specifike të kontratës, atëherë do të jetë e nevojshme të vazhdohet analiza duke vlerësuar rreziqet që lidhen me investimet specifike të tregut. Së fundi, nëse agjenti nuk mbart ndonjë rrezik specifik për kontratën ose ndonjë rrezik në lidhje me investimet specifike të tregut, mund të duhet të merren parasysh rreziqet që lidhen me aktivitete të tjera të kërkuara si pjesë e marrëdhënies së agjencisë brenda të njëjtit treg produkti.
35. Porositësi mund të përdorë metoda të ndryshme për të mbuluar rrezikun dhe kostot përkatëse, për aq kohë sa këto metoda sigurojnë që agjenti të mos mbajë ndonjë rrezik të rëndësishëm të llojeve të përcaktuara në paragrafët 31-33. Për shembull, porositësi mund të zgjedhë të rimbursojë saktësisht kostot e mbartura, ose mund të mbulojë kostot në formën e një shume të përcaktuar fikse, ose mund t'i paguajë agjentit një përqindje fikse të të ardhurave të gjeneruara nga shitja e mallrave ose shërbimeve sipas marrëveshjes së agjencisë. Për të siguruar që të gjitha rreziqet dhe kostot përkatëse të mbulohen, metoda e përdorur nga porositësi duhet t'i lejojë agjentit të dallojë lehtësisht midis shumave të destinuara për të mbuluar rreziqet dhe kostot përkatëse dhe shumave të tjera të paguara agjentit, për shembull, të destinuara për të shpërblyer agjentin për ofrimin e shërbimeve të agjencisë. Përndryshe, agjenti mund të mos jetë në gjendje të verifikojë nëse metoda e zgjedhur nga porositësi mbulon kostot e tij. Mund të jetë gjithashtu e nevojshme të sigurohet një metodë e thjeshtë për agjentin që të deklarojë dhe të kërkojë rimbursimin e çdo kostoje që tejkalon shumën e përcaktuar fikse ose përqindjen fikse. Mund të jetë gjithashtu e nevojshme që porositësi të monitorojë në mënyrë sistematike çdo ndryshim në kostot përkatëse dhe të përshtatë shumën fikse ose përqindjen fikse në përputhje me rrethanat. Në rastet kur kostot përkatëse rimbursohen në formën e një përqindjeje të çmimit të produkteve të shitura sipas marrëveshjes së agjencisë, porositësi duhet gjithashtu të marrë parasysh faktin

²¹ Shih gjithashtu paragrafin 192. Në veçanti, sipas një marrëveshjeje agjencie që bie në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit, agjenti duhet të mbetet i lirë për të ulur çmimin efektiv të paguar nga klienti, duke ndarë shpërblimin e tij me klientin.

që agjenti mund të kryejë kosto investimi specifike për tregun edhe kur nuk realizon shitje apo realizon shitje të kufizuara për një periudhë të caktuar kohore. Këto kosto duhet të rimbursohen nga porositësi.

36. Një shpërndarës i pavarur i disa mallrave ose shërbimeve të një furnizuesi mund të veprojë gjithashtu si agjent për mallra ose shërbime të tjera të së njëjtit furnizues, me kusht që aktivitetet dhe rreziqet e mbuluara nga marrëveshja e agjencisë të mund të përcaktohen në mënyrë efektive, për shembull sepse lidhen me mallra ose shërbime me funksionalitete shtesë ose veçori të reja. Që marrëveshja të kategorizohet si një marrëveshje agjencie që bie jashtë fushës së zbatimit të Nenit 4(1) të Ligjit, shpërndarësi i pavarur duhet të jetë realisht i lirë për të hyrë në marrëveshjen e agjencisë (për shembull, marrëdhënia e agjencisë nuk duhet të imponohet de facto nga porositësi përmes një kërcënimi për të ndërprerë ose përkeqësuar kushtet e marrëdhënies së shpërndarjes). Në të njëjtën mënyrë, porositësi nuk duhet t'i imponojë drejtpërdrejt ose në mënyrë indirekte agjentit një aktivitet si shpërndarës i pavarur, përveç nëse një aktivitet i tillë rimbursohet plotësisht nga porositësi, siç përcaktohet në paragrafin 33, pika h). Për më tepër, siç përmendet në paragrafët 31-33, të gjitha rreziqet përkatëse të lidhura me shitjen e mallrave ose shërbimeve të mbuluara nga marrëveshja e agjencisë, duke përfshirë investimet e tregut specifik, duhet të mbarten nga porositësi.
37. Kur një agjent ndërmerr aktivitete të tjera për të njëjtin furnizues, të cilat nuk kërkohen nga ai furnizues, duke marrë përsipër rrezikun, ekziston mundësia që detyrimet e vendosura ndaj agjentit në lidhje me veprimtarinë e tij të agjencisë të ndikojnë në incentivat e tij dhe të kufizojnë pavarësinë e vendimeve të tij kur shet produkte si një aktivitet i pavarur. Në veçanti, ekziston mundësia që politika e çmimeve të porositësit për produktet e shitura sipas marrëveshjes së agjencisë të ndikojë në incentivat e agjentit për të vendosur në mënyrë të pavarur çmimin e produkteve që ai shet si shpërndarës i pavarur. Për më tepër, kombinimi i agjencisë dhe shpërndarjes së pavarur për të njëjtin furnizues krijon vështirësi në dallimin midis investimeve dhe kostove që lidhen me funksionin e agjencisë, duke përfshirë investimet për tregun specifik dhe ato që lidhen vetëm me aktivitetin e pavarur. Në raste të tilla, vlerësimi nëse një marrëdhënie agjencie i plotëson kushtet e përcaktuara në paragrafët 30 -33 mund të jetë kompleks²².
38. Problemet e ngritura sipas paragrafit 37 më sipër kanë më shumë gjasa të lindin kur agjenti ndërmerr aktivitete të tjera si një shpërndarës i pavarur për të njëjtin porositës në të njëjtin treg përkatës. Në anën tjetër, këto shqetësime kanë më pak gjasa të lindin nëse aktivitetet e tjera të ndërmarra nga agjenti si shpërndarës i pavarur lidhen me një treg përkatës të ndryshëm.²³ Në përgjithësi, sa më pak të ndërkëmbyeshme të jenë produktet e shitura sipas marrëveshjes së agjencisë dhe produktet e shitura në mënyrë të pavarur nga agjenti, aq më pak ka gjasa që këto probleme të lindin. Kur cilido dallim objektiv midis karakteristikave të produkteve (për shembull, cilësia më e lartë, veçoritë e reja ose funksionet shtesë) është i parëndësishëm, mund të jetë më e vështirë të përcaktohen dy llojet e aktivitetit të agjentit, në këtë rast mund të ketë një rrezik të konsiderueshëm që agjenti të jetë i ndikuar nga kushtet e marrëveshjes së agjencisë, veçanërisht në lidhje me përcaktimin e çmimit, për produktet që shpërndan në mënyrë të pavarur.
39. Për të identifikuar investimet specifike të tregut që do të rimbursohen kur lidhet një marrëveshje agjencie me një nga shpërndarësit e tij të pavarur që është tashmë aktiv në tregun përkatës, porositësi duhet të marrë parasysh situatën hipotetike të një agjenti që nuk është ende aktiv në tregun përkatës në mënyrë që të vlerësohet se cilat investime janë të rëndësishme për llojin e

²² Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i datës 16 Dhjetor 1975, “Suiker Unie” v Commission, Çështje të bashkuara 40-48, 50, 54-56, 111, 113 dhe 114/73, EU:C:1975:174., paragrafët 537-557.

²³ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja T-325/01 - DaimlerChrysler v Commission, paragrafi 100 dhe 113.

aktivitetit për të cilin është emëruar agjenti. Porositësi do të duhet të mbulojë investime specifike të tregut që kërkohen për të operuar në tregun përkatës, duke përfshirë kur këto investime kanë të bëjnë gjithashtu me produkte të diferencuara të shpërndara jashtë objektit të marrëveshjes së agjencisë, por që nuk lidhen ekskluzivisht me shitjen e produkteve të tilla të diferencuara. I vetmi rast në të cilin porositësi nuk do të duhet të mbulonte investimet specifike të tregut në tregun përkatës do të ishte kur këto investime lidhen ekskluzivisht me shitjen e produkteve të diferencuara që nuk shiten sipas marrëveshjes së agjencisë, por shpërndahen në mënyrë të pavarur. Kjo ndodh sepse agjenti do të përballonte të gjitha kostot specifike të tregut për të operuar në treg, por nuk do të përballonte kostot specifike të tregut që lidhen ekskluzivisht me shitjen e produkteve të diferencuara nëse nuk do të vepronte gjithashtu si një shpërndarës i pavarur për ato produkte (me kusht që agjenti të mund të operojë në tregun përkatës pa shitur produktet e diferencuara në fjalë). Në masën që investimet përkatëse (për shembull, investimet në pajisje të një veprimtarie specifike) janë amortizuar, rimbursimi mund të rregullohet në mënyrë proporcionale. Në mënyrë të ngjashme, rimbursimi mund të rregullohet gjithashtu nëse investimet specifike të tregut të bëra nga shpërndarësi i pavarur tejkalojnë ndjeshëm investimet specifike të tregut që janë të nevojshme që një agjent të fillojë të operojë në tregun përkatës, si rezultat i veprimtarisë së tij si shpërndarës i pavarur.

40. Më poshtë jepet një shembull se si mund të shpërndahen kostot në rastin e një shpërndarësi që gjithashtu vepron si agjent për produkte të caktuara për të njëjtin furnizues.

Produktet A, B dhe C përgjithësisht shiten nga i(të) njëjti(ët) shpërndarës. Produktet A dhe B i përkasin të njëjtit treg produkti dhe gjeografik, por janë të diferencuar dhe paraqesin karakteristika objektive të ndryshme. Produkti C i përket një tregu të ndryshëm produkti.

Një furnizues që në përgjithësi shpërndan produktet e tij duke përdorur shpërndarës të pavarur dëshiron të përdorë një marrëveshje agjencie për shpërndarjen e produktit të tij A, i cili përmban një funksionalitet të ri. Ai ua ofron këtë marrëveshje agjencie shpërndarësve të tij të pavarur (për produktin B) që tashmë operojnë në të njëjtin treg produkti dhe gjeografik, pa u kërkuar ligjërisht ose faktikisht që të lidhin këtë marrëveshje.

Që marrëveshja e agjencisë të mos përfshihet në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit dhe të plotësojë kushtet e përcaktuara në paragrafët 30-33, porositësi duhet të mbulojë të gjitha investimet që lidhen me veprimtarinë e shitjes së secilit prej produkteve A dhe B (dhe jo vetëm produktit A) pasi të dy produktet i përkasin të njëjtit treg produkti dhe gjeografik. Për shembull, kostot e bëra për përshtatjen ose mobilimin e një dyqani për të ekspozuar dhe shitur produktet A dhe B ka të ngjarë të jenë specifike të tregut. Në mënyrë të ngjashme, kostot e trajnimit të personelit për të shitur produktet A dhe B dhe kostot që lidhen me pajisjet specifike të ruajtjes të nevojshme për produktet A dhe B ka të ngjarë të jenë gjithashtu specifike të tregut. Ato investime, të cilat në përgjithësi do të kërkoheshin që një agjent të mund të hyjë në treg dhe të fillojë shitjen e produkteve A dhe B, duhet të përballohen nga porositësi edhe nëse agjenti specifik është tashmë i vendosur në tregun përkatës si një shpërndarës i pavarur.

Megjithatë, porositësi nuk do të duhet të mbulonte investimet në lidhje me shitjen e produktit C, i cili nuk i përket të njëjtit treg produkti si produktet A dhe B. Për më tepër, kur shitja e produktit B kërkon investime specifike që nuk janë të nevojshme për shitjen të produktit A, për shembull, investimet në pajisje të dedikuara ose trajnimin e stafit, investime të tilla nuk do të ishin të rëndësishme dhe për këtë arsye nuk do të duhet të mbuloheshin nga porositësi, me kusht që një shpërndarës të mund të operojë në tregun përkatës që përfshin produktet A dhe B duke shitur vetëm produktin A.

Për sa i përket reklamimit, investimet në reklamat për dyqanin e agentit, në krahasim me reklamat që janë specifike për produktin A, do të sillnin përfitime si për dyqanin e agentit në përgjithësi ashtu edhe shitjet e produkteve A, B dhe C, ku vetëm produkti A shitet sipas marrëveshjes së agjencisë. Prandaj, këto kosto do të ishin pjesërisht të rëndësishme për vlerësimin e marrëveshjes së agjencisë, në masën që ato lidhen me shitjen e produktit A që shitet sipas marrëveshjes së agjencisë. Kostoja e një fushate reklamimi që lidhet ekskluzivisht me produktet B ose C megjithatë nuk do të ishte e rëndësishme dhe për këtë arsye nuk do të duhej të mbulohej nga porositësi, me kusht që një shpërndarës të mund të operojë në tregun përkatës duke shitur vetëm produktin A.

Të njëjtat parime zbatohen për investimet në një faqe interneti ose dyqani online, pasi një pjesë e këtyre investimeve nuk do të ishin të rëndësishme, pasi ato do të duhej të kryheshin pavarësisht nga produktet e shitura sipas marrëveshjes së agjencisë. Prandaj, porositësi nuk do të duhej të rimbursonte investimet e përgjithshme në krijimin e faqes së internetit të agentit, përderisa vetë faqja e internetit mund të përdoret për të shitur produkte të ndryshme nga ato që i përkasin tregut të produktit përkatës, për shembull, produktin C ose, më në përgjithësi, produkte të ndryshme nga A dhe B. Megjithatë, investimet që lidhen me aktivitetin e reklamimit ose shitjes në faqen e internetit të produkteve që i përkasin tregut të produktit përkatës, përkatësisht të dy produkteve A dhe B, do të ishin të rëndësishme. Prandaj, në varësi të nivelit të investimit të kërkuar për të reklamuar dhe shitur produktet A dhe B në faqen e internetit, porositësi duhet të mbulojë një pjesë të kostove të ngritjes dhe/ose funksionimit të faqes së internetit ose dyqanit online. Çdo investim që lidhet specifikisht me reklamimin ose shitjen e produktit B nuk duhet të mbulohet, me kusht që një shpërndarës të mund të operojë në tregun përkatës duke shitur vetëm produktin A.

III.2.2. Zbatimi i Nenit 4(1) të Ligjit për marrëveshjet e agjencisë

41. Kur një marrëveshje plotëson kushtet për t'u kategorizuar si një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit, funksioni shitës ose blerës i agentit përbën pjesë të aktiviteteve të porositësit. Meqenëse porositësi mbart rreziqet tregtare dhe financiare që lidhen me shitjen dhe blerjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës, të gjitha detyrimet e vendosura mbi agentin në lidhje me kontratat e lidhura dhe/ose të negociuara në emër të porositësit bien jashtë Nenit 4(1) të Ligjit. Marrja përsipër nga agjenti i detyrimeve të renditura në këtë paragraf konsiderohet se përbën një pjesë të qenësishme të një marrëveshjeje agjencie, pasi këto detyrime lidhen me aftësinë e porositësit për të përcaktuar fushën e veprimtarisë së agentit në lidhje me mallrat ose shërbimet e kontratës. Kjo është thelbësore nëse porositësi merr përsipër rreziqet në lidhje me kontratat e lidhura dhe/ose të negociuara nga agjenti në emër të porositësit. Kështu, porositësi është në gjendje të përcaktojë strategjinë tregtare në lidhje me:
 - a) kufizimet mbi territorin në të cilin agjenti mund të shesë mallrat ose shërbimet e kontratës;
 - b) kufizimet për klientët të cilëve agjenti mund t'u shesë mallrat ose shërbimet e kontratës;
 - c) çmimet dhe kushtet me të cilat agjenti duhet të shesë ose blejë mallrat ose shërbimet e kontratës.
42. Në mënyrë të kundërt, kur agjenti mbart një ose më shumë nga rreziqet e përshkruara në paragrafët 31-33, marrëveshja ndërmjet agentit dhe porositësit nuk përbën një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit. Në këtë situatë, agjenti do të trajtohet si një ndërmarrje e pavarur dhe marrëveshja ndërmjet agentit dhe porositësit do t'i nënshtrohet Nenit 4(1) të Ligjit si çdo marrëveshje tjetër vertikale. Për këtë arsye, neni 2, pika k) e Rregullores sqaron se një ndërmarrje e cila, sipas një marrëveshjeje që bie në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit, shet mallra ose shërbime në emër të një ndërmarrjeje tjetër është blerës.

43. Edhe nëse agjenti nuk mbart rreziqe të rëndësishme të llojit të përshkruar në paragrafët 31-33, ai mbetet një ndërmarrje e ndarë nga porositësi dhe për këtë arsye dispozitat që rregullojnë marrëdhëniet ndërmjet agjentit dhe porositësit mund të bien brenda Nenit 4(1) të Ligjit, pavarësisht nëse ato janë pjesë e marrëveshjes që rregullon shitjen ose blerjen e mallrave ose shërbimeve ose një marrëveshjeje të veçantë. Dispozita të tilla mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, me kusht që të plotësohen kriteret e Rregullores. Jashtë fushës së zbatimit të Rregullores, dispozita të tilla kërkojnë një vlerësim individual sipas Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit, siç përshkruhet në Seksionin VIII.1, në veçanti për të përcaktuar nëse ato prodhojnë efekte kufizuese brenda kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit dhe nëse po, më tej nëse ato plotësojnë kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Për shembull, marrëveshjet e agjencisë mund të përmbajnë një dispozitë që ndalon porositësin të emërojë agjentë të tjerë në lidhje me një lloj të caktuar transaksioni, klienti ose territori (dispozitat ekskluzive të agjencisë) ose një dispozitë që e pengon agjentin të veprojë si agjent ose shpërndarës për ndërmarrjet që konkurrojnë me porositësin (dispozitat e detyrimit për një markë të vetme). Dispozitat ekskluzive të agjencisë, në përgjithësi, nuk rezultojnë në efekte anti-konkurruese. Megjithatë, dispozitat detyruese për një markë të vetme dhe dispozitat e një detyrimi për të mos konkurruar pas kalimit të një afati, të cilat kanë të bëjnë me konkurrencën ndërmjet markave, mund të kufizojnë konkurrencën sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit kur, të izoluar ose me anë të efekteve kumulative, ato rezultojnë në mbylljen e tregut përkatës ku mallrat ose shërbimet e kontratës shiten ose blihen (shiko në veçanti Seksionet VI.2.2 dhe VIII.2.1).
44. Marrëveshja e agjencisë mund të përfshihet gjithashtu në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit edhe nëse porositësi mbart të gjitha rreziqet përkatëse financiare dhe tregtare, në rastet kur marrëveshja lehtëson marrëveshjet e fshehta. Ky mund të jetë rasti, për shembull, kur një numër porositësish përdorin të njëjtët agjentë, ndërkohë që i përjashtojnë kolektivisht porositësit e tjerë nga përdorimi i këtyre agjentëve, ose kur porositësit i përdorin agjentët për të bashkëpunuar në mënyrë të fshehtë në strategji marketingu ose për të shkëmbyer informacione sensitive të tregut.
45. Në rastin e një shpërndarësi të pavarur që vepron gjithashtu si agjent për mallra ose shërbime të caktuara të të njëjtit furnizues, pajtueshmëria me kërkesat e përcaktuara në paragrafët 36-39 duhet të vlerësohet në mënyrë rigoroze. Kjo është e nevojshme për të shmangur keqpërdorimin e modelit të agjencisë në skenarë ku furnizuesi faktikisht nuk bëhet aktiv në nivelin e shitjes me pakicë nëpërmjet marrëveshjes së agjencisë dhe nuk merr përsipër të gjitha vendimet si dhe rreziqet e lidhura, në përputhje me parimet e përcaktuara në paragrafët 30-33, por përkundrazi përdor modelin e agjencisë si një mjet për të kontrolluar çmimet me pakicë për ato produkte që lejojnë marzhe të larta rishitjeje. Meqenëse mbajtja e çmimit të rishitjes (“MÇR”) është një kufizim i rëndë sipas nenit 5 të Rregullores, siç përcaktohet në Seksionin VI.1.1, dhe një kufizim në objekt sipas Nenit 4(1) të Ligjit, marrëdhënia e agjencisë nuk duhet të keqpërdoret nga furnizuesit për të anashkaluar zbatimin e Nenit(1) 4 të Ligjit.

III.2.3. Agjencia dhe ekonomia e platformës online

46. Marrëveshjet e lidhura nga ndërmarrjet aktive në ekonominë e platformës online në përgjithësi nuk plotësojnë kushtet për t’u kategorizuar si marrëveshje agjencie që bien jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit. Ndërmarrje të tilla në përgjithësi veprojnë si operatorë ekonomikë të pavarur dhe jo si pjesë e ndërmarrjeve për të cilat ofrojnë shërbime. Në veçanti, ndërmarrjet aktive në ekonominë e platformave online shpesh i shërbejnë një numri shumë të madh shitësish, gjë që i pengon ata të bëhen efektivisht pjesë e ndonjë ndërmarrje të shitësve. Për më tepër, efektet e rrjetit të fortë dhe veçoritë e tjera të ekonomisë së platformës online mund të kontribuojnë në një çekuilibër të konsiderueshëm në madhësinë dhe fuqinë negociuese të palëve kontraktuese. Kjo mund të rezultojë në një situatë ku kushtet në të cilat shiten mallrat ose shërbimet dhe strategjia tregtare përcaktohen nga ndërmarrja aktive në ekonominë e platformës

online dhe jo nga shitësit e mallrave ose shërbimeve. Për më tepër, ndërmarrjet aktive në ekonominë e platformës online zakonisht bëjnë investime të rëndësishme specifike të tregut, për shembull, në softuer, reklamim dhe shërbime pas-shitjes, duke treguar se këto ndërmarrje mbajnë rreziqe të konsiderueshme financiare ose tregtare që lidhen me transaksionet që ato ndërmjetësojnë.

III.3. Marrëveshjet e nënkontraktimit

47. Marrëveshjet e nënkontraktimit mund të përkufizohen si marrëveshje sipas të cilave një ndërmarrje e quajtur “kontraktuesi”, qoftë si pasojë apo jo e një porositje paraprake nga një palë e tretë, i beson një tjetri, të quajtur “i nënkontraktuari”, prodhimin e mallrave, furnizimin e shërbimeve ose kryerjen e punëve sipas udhëzimeve të kontraktuesit, që i ofrohen kontraktuesit ose të kryhen në emër të tij. Si rregull i përgjithshëm, marrëveshjet e nënkontraktimit bien jashtë objektit të Neni 4(1) të Ligjit. Neni 4(1) i Ligjit nuk do të zbatohet për klauzolat që kufizojnë përdorimin e teknologjisë ose pajisjeve që kontraktuesi i ofron një të nënkontraktuari, me kusht që teknologjia ose pajisjet të jenë të nevojshme për t’i mundësuar të nënkontraktuarit të prodhojë produktet në fjalë. Megjithatë kufizimet të tjera të vendosura ndaj të nënkontraktuarit mund të bien brenda objektit të Neni 4(1) i Ligjit, të tilla si detyrimi për të mos kryer ose për të mos shfrytëzuar studimet dhe risitë e vetë të nënkontraktuarit ose për të mos prodhuar në përgjithësi për palët e treta.

IV. FUSHA E ZBATIMIT TË RREGULLORES

IV.1. Mbrojtja e sigurt (safe harbour) i vendosur nga Rregullorja

48. Përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores vendos një mbrojtje të sigurt (safe harbour) për marrëveshjet vertikale brenda kuptimit të Rregullores, me kusht që pjesët e tregut të furnizuesit dhe blerësit në tregjet përkatëse të mos tejkalojnë pragjet e përcaktuara në Nenin 4 të Rregullores (shih Seksionin V.2) dhe marrëveshja të mos përfshijë asnjë nga kufizimet e rënda të përcaktuara në Nenin 5 të Rregullores (shih Seksionin VI.1).²⁴ Mbrojtja e sigurt (safe harbour) zbatohet për aq kohë sa përfitimi i përjashtimit në bllok nuk është revokuar në një rast të veçantë në përputhje me Nenin 51 të Ligjit (shih Seksionin VII.1). Fakti që një marrëveshje vertikale bie jashtë mbrojtjes së sigurt (safe harbour) nuk do të thotë se marrëveshja bie brenda fushës së Neni 4(1) të Ligjit apo se nuk përmbush kushtet e Neni 5 të Ligjit.
49. Kur një furnizues përdor të njëjtën marrëveshje vertikale për të shpërndarë disa lloje mallrash ose shërbimesh, zbatimi i pragut të pjesës së tregut të përcaktuar në nenin 4, paragrafin 1 të Rregullores mund të rezultojë që përjashtimin i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores të zbatohet në lidhje me disa mallra ose shërbime, por jo në lidhje me të tjerat. Për sa i përket mallrave ose shërbimeve për të cilat neni 3, paragrafi 1 i Rregullores nuk zbatohet, është i nevojshëm një vlerësim individual sipas Neni 4 dhe Neni 5 të Ligjit.

IV.2. Përkufizimi i marrëveshjeve vertikale

50. Neni 4(1) i Ligjit i referohet marrëveshjeve ndërmjet ndërmarrjeve dhe nuk bën asnjë dallim nëse ndërmarrjet operojnë në të njëjtin nivel ose në nivele të ndryshme të zinxhirit të prodhimit ose shpërndarjes. Prandaj, Neni 4(1) i ligjit zbatohet si për marrëveshjet horizontale dhe ato vertikale²⁵.
51. Në përputhje me kompetencën e Komisionit për caktuar nëpërmjet rregulloreve se Neni 4(1) i Ligjit nuk do të zbatohet për disa kategori marrëveshjesh ndërmjet ndërmarrjeve, neni 2,

²⁴ Shiko Seksionin VI.2 të këtij Udhëzimi për sa i përket kufizimeve të përjashtuara dhe kuptimit të neni 6 të Rregullores.

²⁵ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi në Çështjen C-56/65 - Société Technique Minière v Maschinenbau Ulm, faqe 249.

paragrafi 1, pika a) e Rregullores përkufizon një marrëveshje vertikale si “një marrëveshje ose praktikë e bashkërenduar ndërmjet dy ose më shumë ndërmarrjeve, secila prej të cilave vepron, për qëllimet e marrëveshjes ose praktikës së bashkërenduar, në një nivel të ndryshëm të zinxhirit të prodhimit ose shpërndarjes, dhe në lidhje me kushtet sipas të cilave palët mund të blejnë, shesin ose rishesin mallra ose shërbime të caktuara”²⁶.

IV.2.1. Sjellja e njëanshme bie jashtë fushës së zbatimit të Rregullores

52. Rregullorja nuk zbatohet për sjelljen e njëanshme nga ndërmarrjet. Megjithatë, sjellja e njëanshme mund të përfshihet në objektin e Nenit 9 të Ligjit, i cili ndalon abuzimin me pozitën dominuese²⁷.
53. Rregullorja zbatohet për marrëveshjet vertikale. Për të ekzistuar një marrëveshje sipas kuptimit të Nenit 4 të Ligjit, mjafton që palët të kenë shprehur qëllimin e tyre të përbashkët për të vepruar në treg në një mënyrë specifike (e ashtuquajtura përrputhje e vullneteve). Forma në të cilën shprehet është e parëndësishme, për sa kohë që përbën një shprehje besnike të qëllimit të palëve.²⁸
54. Nëse nuk ka marrëveshje të qartë që shpreh përrputhjen e vullneteve të palëve, një palë ose autoritet që pretendon shkeljen e Nenit 4 të Ligjit duhet të provojë se politika e njëanshme e njëres palë merr pranimin nga pala tjetër. Për sa i përket marrëveshjeve vertikale, pranimi i një politike specifike të njëanshme mund të jetë ose i qartë ose i heshtur:
- a) pranimi i qartë mund të deduktohet nga kompetencat e dhëna palëve në një marrëveshje të përgjithshme të hartuar paraprakisht. Nëse kushtet e kësaj marrëveshjeje parashikojnë ose autorizojnë një palë që më pas të miratojë një politikë specifike të njëanshme që është e detyrueshme për palën tjetër, pranimi i kësaj politike nga pala tjetër mund të përcaktohet mbi këtë bazë²⁹.
- b) për pranimin e heshtur, është e nevojshme të tregohet se njëra palë kërkon në mënyrë të qartë ose të nënkuptuar bashkëpunimin e palës tjetër për zbatimin e politikës së saj të njëanshme dhe se pala tjetër ka përmbushur këtë kërkesë duke zbatuar atë politikë të njëanshme në praktikë³⁰. Për shembull, nëse pas njoftimit të një furnizuesi për një reduktim të njëanshëm të furnizimeve për të parandaluar tregtinë paralele, shpërndarësit reduktojnë menjëherë porositë e tyre dhe ndalojnë përfshirjen në tregtinë paralele, mund të dilet në përfundimin se ata shpërndarës pajtohen në heshtje me politikën e njëanshme të furnizuesit. Megjithatë, një përfundim i tillë nuk mund të arrihet nëse shpërndarësit vazhdojnë të angazhohen në tregtinë paralele ose përpiqen të gjejnë mënyra të reja për t’u angazhuar në tregtinë paralele.
55. Në dritën e sa më sipër, vendosja e kushteve të përgjithshme nga njëra palë përbën një marrëveshje sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit, kur këto kushte janë pranuar në mënyrë të qartë ose të heshtur nga pala tjetër³¹.

²⁶ Në këtë Udhëzim në përrputhje me nenin 2, paragrafi 1, pika a) të Rregullores, përveç rastit kur përcaktohet ndryshe, termi “marrëveshje vertikale” përfshin praktikën e bashkërenduara vertikale.

²⁷ Në të kundërt, kur ekziston një marrëveshje vertikale në kuptimin e Nenit 4 të Ligjit, zbatimi i Rregullores dhe këtij Udhëzimi nuk cenon zbatimin e mundshëm paralel të nenit 9 të Ligjit ndaj marrëveshjes vertikale.

²⁸ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 14 janarit 2021, Çështja C-450/19, Kilpailu- ja kuluttajavirasto, EU:C:2021:10, paragrafi 21.

²⁹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i datës 13 Korrik 2006, Komisioni v Volkswagen AG, Çështja C-74/04 P, EU:C:2006:460, paragrafët 39-42.

³⁰ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 26 tetorit 2000, Bayer AG v Commission, Çështja T-41/96, EU:T:2000:242, paragrafi 120.

³¹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit AT.40428 - Guess, recitali 97, në referencë të Vendimit të 11 janarit 1990, Sandoz Prodotti Farmaceutici v Commission, Çështja C-277/87, EU:C:1990:6, paragrafi 2, dhe Vendimi i 9 korrikut 2009, Peugeot and Peugeot Nederland v Commission, Çështja T-450/05, EU:T:2009:262, paragrafët 168-209.

IV.2.2. Ndërmarrjet që operojnë në nivele të ndryshme të zinxhirit të prodhimit ose shpërndarjes

56. Rregullorja zbatohet për marrëveshjet ndërmjet dy ose më shumë ndërmarrjeve, pavarësisht nga modeli i tyre i biznesit. Rregullorja nuk zbatohet për marrëveshjet e lidhura me persona fizikë të cilët veprojnë për qëllime që janë jashtë tregtisë, biznesit, zanatit apo profesionit të tyre, pasi persona të tillë nuk janë ndërmarrje.
57. Për t'u kualifikuar si një marrëveshje vertikale sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 1, pika a) të Rregullores, një marrëveshje duhet të lidhet ndërmjet ndërmarrjeve që veprojnë, për qëllimet e marrëveshjes, në nivele të ndryshme të zinxhirit të prodhimit ose të shpërndarjes. Për shembull, një marrëveshje vertikale ekziston kur një ndërmarrje prodhon një lëndë të parë ose ofron një shërbim dhe ia shet atë një ndërmarrjeje tjetër që e përdor atë si input, ose kur një prodhues i shet një produkt një shitësi me shumicë i cili ia rishitet një shitësi me pakicë. Po kështu, ekziston një marrëveshje vertikale kur një ndërmarrje i shet mallra ose shërbime një ndërmarrjeje tjetër e cila është përdoruesi fundor i mallrave ose shërbimeve.
58. Përderisa përkufizimi në nenin 2, paragrafi 1, pika a) të Rregullores, i referohet qëllimit të marrëveshjes specifike, fakti që një ndërmarrje palë në marrëveshje është aktive në më shumë se një nivel të prodhimit apo zinxhiri të shpërndarjes nuk e përjashton zbatimin e Rregullores. Megjithatë, kur lidhet një marrëveshje vertikale ndërmjet ndërmarrjeve konkurruese, Rregullorja nuk zbatohet, përveç nëse plotësohen kushtet e nenit 3, paragrafi 4 të Rregullores (shiko Seksionet IV.4.3. dhe IV.4.4.).

IV.2.3. Marrëveshje që kanë të bëjnë me blerjen, shitjen apo rishitjen e mallrave ose shërbimeve

59. Për t'u kualifikuar si një marrëveshje vertikale sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 1, pika a) të Rregullores, marrëveshja duhet të lidhet në kushtet në të cilat palët "mund të blejnë, shesin ose rishesin mallra ose shërbime të caktuara". Në përputhje me qëllimin e përjashtimit në bllok për të ofruar siguri juridike, neni 2, paragrafi 1, pika a) duhet të interpretohet gjerësisht që zbatohet për të gjitha marrëveshjet vertikale, pavarësisht nëse ato lidhen me mallrat ose shërbimet e ndërmjetme apo përfundimtare. Për qëllimin e zbatimit të Rregullores në një marrëveshje të caktuar, të dyja, si mallrat ose shërbimet e furnizuara, po ashtu edhe mallrat ose shërbimet përfundimtare që rezultojnë (në rastin e mallrave ose shërbimeve të ndërmjetme), do të konsiderohen si mallra ose shërbime të kontratës.
60. Marrëveshjet vertikale në ekonominë e platformave online, duke përfshirë ato të lidhura nga ofruesit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, siç përmendet në nenin 2, paragrafi 1, pika d) të Rregullores, mbulohen nga neni 2, paragrafi 1, pika a) e Rregullores. Në rastin e marrëveshjeve vertikale që lidhen me ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, të dyja, si shërbimet e ndërmjetësimit në internet po ashtu edhe mallrat ose shërbimet që janë objekt transaksionesh përmes shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, konsiderohen si mallra ose shërbime të kontratës për qëllimin e zbatimit të Rregullores mbi marrëveshjen.
61. Rregullorja nuk zbatohet për kufizimet vertikale që nuk kanë të bëjnë me kushtet në të cilat mallrat ose shërbimet mund të blihen, shiten apo rishiten. Prandaj, kufizime të tilla duhet të vlerësohen individualisht, pra është e nevojshme të përcaktohet nëse ato përfshihen në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit dhe nëse po, nëse ato përmbushin kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Për shembull, Rregullorja nuk zbatohet për një detyrim që i pengon palët të kryejnë studime dhe zhvillime të pavarura, edhe pse palët mund ta kenë përfshirë atë në marrëveshjen e tyre vertikale. Një shembull tjetër ka të bëjë me marrëveshjet e qirasë. Edhe pse Rregullorja zbatohet për marrëveshjet për shitjen dhe blerjen e mallrave me qëllim të dhënies me qira palëve të treta, marrëveshjet e qirasë si të tilla nuk mbulohen nga Rregullorja, sepse në këtë rast nuk ka shitje ose blerje të mallrave.

IV.3. Marrëveshjet vertikale në ekonominë e platformës online

62. Ndërmarrjet aktive në ekonominë e platformave online luajnë një rol gjithnjë e më të rëndësishëm në shpërndarjen e mallrave dhe shërbimeve. Ato mundësojnë mënyra të reja të të bërit biznes, disa prej të cilave nuk janë të lehta për t'u kategorizuar duke përdorur konceptet e aplikuara për marrëveshjet vertikale në mjedisin fizik.
63. Ndërmarrjet aktive në ekonominë e platformës online shpesh kualifikohen si agjentë në të drejtën kontraktore ose tregtare. Megjithatë, ky kualifikim nuk është material për kategorizimin e marrëveshjeve të tyre sipas Nenit 4(1) të Ligjit³². Marrëveshjet vertikale të lidhura nga ndërmarrjet aktive në ekonominë e platformës online do të kategorizohen si marrëveshje agjencie që bien jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit vetëm kur ato plotësojnë kushtet e përcaktuara në Seksionin III.2. Për shkak të faktorëve të përmendur në Seksionin III.2.3, këto kushte në përgjithësi nuk do të përmbushen në rastin e marrëveshjeve të lidhura nga ndërmarrjet aktive në ekonominë e platformës online.
64. Kur një marrëveshje vertikale e lidhur nga një ndërmarrje aktive në ekonominë e platformave online nuk i plotëson kushtet për t'u kategorizuar si një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit, është e nevojshme të shqyrtohet nëse marrëveshja lidhet me ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet. Neni 2, paragrafi 1, pika e), e Rregullores i përcakton shërbimet e ndërmjetësimit në internet si shërbime të shoqërisë së informacionit të cilat lejojnë ndërmarrjet të ofrojnë mallra ose shërbime për ndërmarrjet e tjera ose për konsumatorët fundorë, me synimin për të lehtësuar fillimin e transaksioneve të drejtpërdrejta ndërmjet këtyre ndërmarrjeve ose ndërmjet një ndërmarrjeje dhe konsumatorëve fundorë, pavarësisht nëse dhe ku përfundohen transaksionet. Shembuj të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet mund të përfshijnë tregjet e tregtisë elektronike, dyqanet e aplikacioneve, mjetet e krahasimit të çmimeve dhe shërbime të mediave sociale të përdorura nga ndërmarrjet.
65. Për t'u kualifikuar si ofrues i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, një ndërmarrje duhet të lehtësojë fillimin e transaksioneve të drejtpërdrejta ndërmjet dy palëve të tjera. Në parim, funksionet e kryera nga ndërmarrja duhet të vlerësohen veçmas për çdo marrëveshje vertikale që ndërmarrja lidh, veçanërisht sepse ndërmarrjet aktive në ekonominë e platformave online shpesh aplikojnë modele të ndryshme biznesi në sektorë të ndryshëm apo edhe brenda të njëjtit sektor. Për shembull, përveç ofrimit të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, ndërmarrje të tilla mund të blejnë dhe rishesin mallra ose shërbime, në disa raste duke kryer të dyja funksionet përballë një pale të vetme.
66. Fakti që një ndërmarrje mbledh pagesa për transaksionet që ajo ndërmjetëson, ose ofron shërbime ndihmëse krahas shërbimeve të saj të ndërmjetësimit, për shembull, shërbime reklamimi, shërbime vlerësimi, sigurimi ose garancie kundër dëmit, nuk e pengon atë të kategorizohet si ofrues i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet³³.
67. Për qëllime të zbatimit të Rregullores, ndërmarrjet që janë palë në marrëveshjet vertikale kategorizohen ose si furnizues ose si blerës. Në bazë të nenit 2, paragrafi 1, pika d) të Rregullores, një ndërmarrje që ofron shërbime ndërmjetësimi në internet sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 1, pika e) të Rregullores kategorizohet si furnizues në lidhje me këto shërbime dhe një ndërmarrje që ofron ose shet mallra ose shërbime nëpërmjet shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, kategorizohet si blerës në lidhje me këto shërbime të ndërmjetësimit në internet,

³² Shih paragrafin 30.

³³ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 19 dhjetorit 2019, X, Çështja C-390/18, EU:C:2019:1112, paragrafët 58 deri 69.

pavarësisht nëse paguan ose jo për të përdorur shërbimet e ndërmjetësimit në internet³⁴. Kjo ka pasojat e mëposhtme në zbatimin e Rregullores:

- a) ndërmarrja që ofron shërbimet e ndërmjetësimit në internet nuk mund të kategorizohet si blerës sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 1, pika k) të Rregullores në lidhje me mallrat ose shërbimet e ofruara nga palët e treta duke përdorur këto shërbime të ndërmjetësimit në internet;
 - b) për qëllimin e zbatimit të pragut të pjesës së tregut të përcaktuara në nenin 4, paragrafi 1 të Rregullores, pjesa e tregut e ndërmarrjes që ofron shërbimet e ndërmjetësimit në internet llogaritet në tregun përkatës për furnizimin e këtyre shërbimeve. Shtrirja e tregut përkatës varet nga faktet e rastit, në veçanti shkalla e këmbyeshmërisë ndërmjet shërbimeve të ndërmjetësimit në internet dhe ato fizike, ndërmjet shërbimeve të ndërmjetësimit të përdorura për kategori të ndryshme mallrash ose shërbimesh dhe ndërmjet shërbimeve të ndërmjetësimit dhe kanaleve të shitjes direkte;
 - c) kufizimet e vendosura nga ndërmarrja që ofron shërbimet e ndërmjetësimit në internet për blerësit e këtyre shërbimeve në lidhje me çmimin me të cilin, territoret, ose klientët të cilëve mund t'u shiten mallrat ose shërbimet e ndërmjetësuar, duke përfshirë kufizimet në lidhje me reklamimin në internet dhe shitjet në internet, i nënshtrohen dispozitave të nenit 5 të Rregullores (kufizime të rënda). Për shembull, në përputhje me nenin 5, paragrafi 1 i Rregullores, përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores nuk zbatohet për një marrëveshje sipas së cilës një ofrues i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet vendos një çmim fiks ose minimal të shitjes për një transaksion që ai lehtëson;
 - d) në përputhje me nenin 6, paragrafi 1, pika d) të Rregullores, përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores nuk zbatohet për detyrimet e barazisë në shitjet me pakicë ndërplatforma të vendosura nga ndërmarrja që ofron shërbimet e ndërmjetësimit në internet mbi blerësit e këtyre shërbimeve;
 - e) në përputhje me nenin 3, paragrafi 6 i Rregullores, përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores nuk zbatohet për marrëveshjet që kanë të bëjnë me ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, ku ofruesi i shërbimeve është një ndërmarrje konkurruese në tregun përkatës për shitjen e mallrave ose shërbimeve të ndërmjetësuar (funksioni hibrid). Siç përcaktohet në Seksionin IV.4.4, marrëveshje të tilla duhet të vlerësohen sipas Udhëzimit Horizontal në lidhje me efektet e mundshme të marrëveshjeve të fshehta dhe sipas Seksionit VIII të këtij Udhëzimi në lidhje me çdo kufizim vertikal.
68. Ndërmarrjet aktive në ekonominë e platformave online që nuk ofrojnë shërbime ndërmjetësimi në internet sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 1, pika e) të Rregullores mund të kategorizohen si furnizues ose blerës për qëllimin e zbatimit të Rregullores. Për shembull, ndërmarrje të tilla mund të kategorizohen si furnizues të shërbimeve hyrëse në rrjedhën e sipërme ose si rishitës të mallrave ose shërbimeve në rrjedhën e poshtme. Ky kategorizim mund të ndikojë, në veçanti, në përcaktimin e tregut përkatës për qëllimin e aplikimit të pragut të pjesës së tregut të përcaktuara në nenin 4, paragrafi 1 të Rregullores, zbatueshmërinë e nenit 5 (kufizimet e rënda) dhe zbatueshmërinë e nenit 6 të Rregullores (kufizimet e përjashtuara).

IV.4. Kufijtë e zbatimit të Rregullores

IV.4.1. Shoqatat e shitësve me pakicë

69. Neni 3, paragrafi 2 i Rregullores parashikon që marrëveshjet vertikale të lidhura nga një grup ndërmarrjesh që plotëson disa kushte mund të përfitojnë nga mbrojtja e sigurt (safe harbour),

³⁴ Parashikimet sipas këtij Seksioni IV të këtij Udhëzimi nuk cenojnë kategorizimin e ndërmarrjeve që janë palë në marrëveshjet që bien jashtë fushës së zbatimit të Rregullores.

duke përjashtuar kështu nga mbrojtja e sigurt (safe harbour) marrëveshjet vertikale të lidhura nga të gjitha shoqatat e tjera. Më konkretisht, marrëveshjet vertikale të lidhura ndërmjet një shoqate dhe anëtarëve individualë, ose ndërmjet një shoqate dhe furnizuesve individualë, bien brenda objektit të Rregullores vetëm nëse të gjithë anëtarët janë shitës me pakicë, që shesin mallra (dhe jo shërbime) për konsumatorët fundorë, dhe nëse secili anëtar individual i shoqatës ka një qarkullim vjetor jo më të madh se 200 milionë lekë. Megjithatë, kur vetëm një numër i kufizuar i anëtarëve të shoqatës kanë një qarkullim vjetor që tejkalon pragun prej 200 milionë lekë dhe ku këta anëtarë së bashku përfaqësojnë më pak se 15% të qarkullimit të përgjithshëm të të gjithë anëtarëve, kjo në përgjithësi nuk ndryshon vlerësimin sipas Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit.

70. Një grup ndërmarrjesh mund të përfshijë marrëveshje horizontale dhe vertikale. Marrëveshjet horizontale duhet të vlerësohen sipas parimeve të përcaktuara Udhëzimin Horizontal. Nëse përfundimi i këtij vlerësimi është se një bashkëpunim ndërmjet ndërmarrjeve në fushën e blerjes ose shitjes nuk ngre shqetësime, veçanërisht për shkak se plotëson kushtet e përcaktuara në atë udhëzim në lidhje me marrëveshjet e blerjes dhe/ose komercializimit, një vlerësim i mëtejshëm është i nevojshëm për të shqyrtuar marrëveshjet vertikale të lidhura nga shoqata me furnizuesit individualë ose anëtarët individualë. Ky vlerësim i mëtejshëm duhet të kryhet në përputhje me rregullat e vendosura nga Rregullorja, dhe në veçanti me kushtet e përcaktuara në nenet 4, 5 dhe 6 të saj, si dhe me këtë Udhëzim. Për shembull, marrëveshjet horizontale të lidhura ndërmjet anëtarëve të grupit ose vendimet e miratuara nga grupi, të tilla si vendimi për t'u kërkuar anëtarëve të blejnë nga grupi ose vendimi për ndarjen e territoreve ekskluzive për anëtarët duhet të vlerësohen si një marrëveshje horizontale. Vetëm nëse ky vlerësim çon në përfundimin se marrëveshja horizontale ose vendimi nuk është kundër konkurrencës, është e nevojshme të vlerësohen marrëveshjet vertikale ndërmjet shoqatës dhe anëtarëve individualë ose ndërmjet grupit dhe furnizuesve individualë.

IV.4.2. Marrëveshjet vertikale që përmbajnë dispozita mbi të drejtat e pronësisë intelektuale (DPI)

71. Neni 3, paragrafi 3 i Rregullores parashikon që marrëveshjet vertikale që përmbajnë dispozita të caktuara që kanë të bëjnë me caktimin ose përdorimin e DPI mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, duke iu nënshtuar disa kushteve. Në përputhje me rrethanat, Rregullorja nuk zbatohet për marrëveshjet e tjera vertikale që përmbajnë dispozita të DPI.
72. Rregullorja zbatohet për marrëveshjet vertikale që përmbajnë dispozita të DPI ku plotësohen të gjitha kushtet e mëposhtme:
- a) dispozitat e DPI duhet të jenë pjesë e një marrëveshjeje vertikale, pra një marrëveshje me kushte në të cilat palët mund të blejnë, shesin ose rishesin mallra ose shërbime të caktuara;
 - b) DPI duhet t'i caktohen ose të licencohen për përdorim nga blerësi;
 - c) dispozitat e DPI nuk duhet të përbëjnë objektin kryesor të marrëveshjes;
 - d) dispozitat e DPI duhet të lidhen drejtpërdrejt me përdorimin, shitjen ose rishitjen e mallrave ose shërbimeve nga blerësi ose klientët e tij. Në rastin e franchising, ku marketingu përbën objektin e shfrytëzimit të DPI, mallrat ose shërbimet shpërndahen nga franshizëmarrësi kryesor ose franshizëmarrësit;
 - e) dispozitat e DPI, në lidhje me mallrat ose shërbimet e kontratës, nuk duhet të përmbajnë kufizime të konkurrencës që kanë të njëjtin objekt si kufizimet vertikale që nuk përjashtohen sipas Rregullores.

73. Këto kushte sigurojnë që Rregullorja të zbatohet për marrëveshjet vertikale ku përdorimi, shitja ose rishitja e mallrave ose shërbimeve mund të kryhet në mënyrë më efektive sepse DPI i janë caktuar ose licencohen për përdorim nga blerësi. Kjo do të thotë se kufizimet në lidhje me caktimin ose përdorimin e DPI përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores kur objekti kryesor i marrëveshjes është blerja ose shpërndarja e mallrave ose shërbimeve.
74. Kushti i parë, i përcaktuar në paragrafin 72, pika a) e bën të qartë se DPI duhet të sigurohen në kontekstin e një marrëveshjeje për blerjen ose shpërndarjen e mallrave, ose një marrëveshjeje për blerjen ose ofrimin e shërbimeve, dhe jo një marrëveshjeje në lidhje me caktimin ose licencimin e DPI për prodhimin e mallrave, as një marrëveshjeje të pastër licencimi. Rregullorja nuk mbulon për shembull:
- a) marrëveshjet ku një palë i siguron palës tjetër një recetë dhe licencon palën tjetër për të prodhuar një pije me atë recetë;
 - b) licencën e pastër të një marke tregtare ose shenje për qëllime tregtimi;
 - c) kontratat e sponsorizimit në lidhje me të drejtën për të reklamuar veten si sponsor zyrtar i një event;
 - d) Licencimi mbi të drejtën e autorit si kontratat e transmetimit në lidhje me të drejtën për të regjistruar ose transmetuar një event.
75. Nga kushti i dytë, i përcaktuar në paragrafin 72, pika b) rrjedh se Rregullorja nuk zbatohet kur DPI i jepen nga blerësi furnizuesit, pavarësisht nëse DPI kanë të bëjnë me mënyrën e prodhimit ose të shpërndarjes. Një marrëveshjeje në lidhje me transferimin e DPI të furnizuesit dhe që përmban kufizime të mundshme në shitjet e bëra nga furnizuesi nuk mbulohet nga Rregullorja. Kjo do të thotë se nënkontraktimi që përfshin transferimin e njohurive praktike tek një nënkontraktor nuk mbulohet nga Rregullorja (shiko gjithashtu Seksionin III.3). Megjithatë, marrëveshjet vertikale sipas të cilave blerësi thjesht i ofron specifikimet furnizuesit që përshkruajnë mallrat ose shërbimet që do të furnizohen mbulohen nga Rregullorja.
76. Kushti i tretë, i përcaktuar në paragrafin 72, pika c), kërkon që objekti kryesor i marrëveshjes të mos jetë caktimi ose licencimi i DPI. Objekti kryesor duhet të jetë blerja, shitja ose rishitja e mallrave ose shërbimeve, dhe dispozitat e DPI duhet t'i shërbejnë zbatimit të marrëveshjes vertikale.
77. Kushti i katërt, i përcaktuar në paragrafin 72, pika d), kërkon që dispozitat e DPI të lehtësojnë përdorimin, shitjen ose rishitjen e mallrave ose shërbimeve nga blerësi ose klientët e tij. Mallrat ose shërbimet për përdorim ose rishitje zakonisht furnizohen nga licencuesi, por ato gjithashtu mund të blihen nga i licencuari tek një furnizues palë e tretë. Dispozitat e DPI në përgjithësi do të kenë të bëjnë me marketingun e mallrave ose shërbimeve. Një shembull do të ishte një marrëveshjeje *franchising* ku franshizdhënësi i shet franshizëmarrësit mallra për rishitje dhe licencon franshizëmarrësin për të përdorur markën e tij tregtare dhe njohuritë praktike të tij për të tregtuar mallrat, ose kur furnizuesi i një pije të koncentruar e licencon blerësin për ta holluar dhe ta paketuar në shishe para se ta shesë si pije.
78. Kushti i pestë, i përcaktuar në paragrafin 72, pika e), kërkon që dispozitat e DPI të mos kenë të njëjtin objekt si ndonjë nga kufizimet e rënda të renditura në nenin 5 të Rregullores ose ndonjë nga kufizimet që përjashtohen nga përfitimi i Rregullores në përputhje me nenin 6 të Rregullores (shiko Seksionin VI).

79. DPI që lidhen me zbatimin e marrëveshjeve vertikale sipas kuptimit të nenit 3, paragrafi 3 të Rregullores në përgjithësi kanë të bëjnë me tre fusha kryesore: markat tregtare, të drejtat e autorit dhe njohuritë praktike.

IV.4.2.1. Markat tregtare

80. Një licencë e një marke tregtare për një shpërndarës mund të ketë të bëjë me shpërndarjen e produkteve të licencuesit në një territor të caktuar. Nëse është një licencë ekskluzive, marrëveshja përbën shpërndarje ekskluzive.

IV.4.2.2. Të drejtat e autorit

81. Rishitësit e mallrave ose shërbimeve të mbuluara nga e drejta e autorit (për shembull, librat dhe softuerët) mund të detyrohen nga mbajtësi i të drejtës së autorit të rishesin vetëm me kusht që blerësi, pavarësisht nëse është një tjetër rishitës apo përdorues fundor, të mos cenojë të drejtën e autorit. Në masën që ato përfshihen në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit, detyrime të tilla mbi rishitësin mbulohen nga Rregullorja.
82. Licencimi referuar të drejtave të autorit mbi softuerin me qëllim thjesht riprodhimi dhe shpërndarjeje të veprës së mbrojtur mbulohet nga Rregullorja dhe ky Udhëzim.
83. Për më tepër, marrëveshjet sipas të cilave kopjet fizike të softuerit furnizohen për rishitje dhe rishitësi nuk fiton licencë për asnjë të drejtë në softuer, por ka vetëm të drejtën të rishesë kopjet fizike, do të konsiderohen si marrëveshje për furnizimin e mallrave për rishitje për qëllim të Rregullores. Sipas kësaj forme shpërndarjeje, licencimi i softuerit bëhet vetëm ndërmjet pronarit të së drejtës së autorit dhe përdoruesit të softuerit. Ajo mund të marrë formën e një licence “shrink wrap”, pra një grupi kushtesh të përfshira në paketimin e kopjes fizike, të cilat përdoruesi fundor konsiderohet se i pranon me hapjen e paketës.
84. Blerësit e harduerit që përmban softuer të mbrojtur nga e drejta e autorit mund të detyrohen nga mbajtësi i së drejtës së autorit të mos cenojnë të drejtat e autorit dhe për këtë arsye nuk duhet të bëjnë kopje dhe rishesin softuerin ose të bëjnë kopje dhe ta përdorin softuerin në kombinim me pajisje harduer të tjera. Në masën që ato bien në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit, kufizime të tilla në përdorim mbulohen nga Rregullorja.

IV.4.2.3. Njohuritë praktike

85. Marrëveshjet franchising, me përjashtim të marrëveshjeve të franchising industrial, janë një shembull i njohurive praktike që i komunikohen blerësit për qëllime marketingu³⁵. Marrëveshjet franchising përmbajnë licenca të DPI në lidhje me markat tregtare ose shenjat, dhe njohuritë praktike për përdorimin dhe shpërndarjen e mallrave ose ofrimin e shërbimeve. Krahas licencës së DPI, franshizdhënësi zakonisht i ofron franshizëmarrësit asistencë komerciale ose teknike gjatë kohëzgjatjes së marrëveshjes, si shërbime prokurimi, trajnime, këshilla për pasuri të paluajtshme dhe planifikim financiar. Licenca dhe ndihma e ofruar janë komponentë integralë të metodës së biznesit që jepet me franchising.
86. Licencimi i përfshirë në marrëveshjet franchising mbulohet nga Rregullorja kur të pesta kushtet e renditura në paragrafin 72 janë përmbushur. Ky është zakonisht rasti, pasi sipas shumicës së marrëveshjeve të franchising, duke përfshirë marrëveshjet kryesore të master franchising, franshizdhënësi ofron mallra dhe/ose shërbime, në veçanti shërbime të asistencës komerciale ose teknike, për franshizëmarrësin. DPI e ndihmojnë franshizëmarrësin që të rishesë produktet e ofruara nga franshizdhënësi ose nga një furnizues i caktuar nga franshizdhënësi, ose të përdorë ato produkte dhe të shesë mallrat ose shërbimet që rezultojnë nga to. Kur marrëveshja e

³⁵ Paragrafët 85-87 zbatohen me analogji për llojet e tjera të marrëveshjeve të shpërndarjes që përfshijnë transferimin e njohurive praktike thelbësore nga furnizuesi te blerësi.

franchising ka të bëjë vetëm ose kryesisht me licencimin e DPI, si rregull do t'i zbatohen parimet e përcaktuara në Rregullore dhe këtë Udhëzim.

87. Detyrimet e mëposhtme të lidhura me DPI përgjithësisht konsiderohen të nevojshme për të mbrojtur DPI të franshizdhënësit dhe, kur detyrime të tilla bien në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit, ato mbulohen gjithashtu nga Rregullorja:
- a) një detyrim i franshiz marrësit për të mos u angazhuar, drejtpërdrejt ose tërthorazi, në asnjë biznes të ngjashëm;
 - b) një detyrim i franshiz marrësit për të mos përvetësuar interesa financiare në kapitalin e një ndërmarrjeje konkurruese, si ato për t'i dhënë franshiz marrësit fuqinë për të ndikuar në sjelljen ekonomike të një ndërmarrjeje të tillë;
 - c) një detyrim i franshiz marrësit për të mos i zbuluar palëve të treta njohuritë praktike të ofruara nga franshizdhënësi për sa kohë që kjo njohuri praktike nuk është e njohur publikisht;
 - d) një detyrim për franshiz marrësin për t'i komunikuar franshizdhënësit çdo përvojë të fituar në shfrytëzimin e franchising dhe për t'i dhënë franshizdhënësit dhe franshiz marrësve të tjerë një licencë joekskluzive për njohuri praktike që rrjedhin nga kjo përvojë;
 - e) një detyrim të franshiz marrësit për të informuar franshizdhënësin për shkeljet e DPI të licencuara, për të ndërmarrë veprime ligjore kundër shkelësve ose për të ndihmuar franshizdhënësin në çdo veprim ligjor kundër shkelësve;
 - f) një detyrim të franshiz marrësit për të mos përdorur njohuritë praktike të licencuara nga franshizdhënësi për qëllime të ndryshme nga shfrytëzimi i franchising;
 - g) një detyrim i franshiz marrësit për të mos kaluar të drejtat dhe detyrimet sipas marrëveshjes së franchising pa pëlqimin e franshizdhënësit.

IV.4.3. Marrëveshjet vertikale ndërmjet konkurrentëve

88. Për sa i përket marrëveshjeve vertikale ndërmjet konkurrentëve, fillimisht duhet theksuar se, në përputhje me nenin 3, paragrafi 7 të Rregullores, mbi të cilën janë dhënë udhëzimet në Seksionin IV.5, Rregullorja nuk zbatohet për marrëveshjet vertikale objekti i të cilave hyn në objektin e çdo rregulloreje tjetër të përjashtimit në bllok, përveç rasteve kur parashikohet ndryshe në atë rregullore.
89. Neni 3, paragrafi 4, fjalja e parë e Rregullores përcakton rregullin e përgjithshëm që përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores nuk zbatohet për marrëveshjet vertikale ndërmjet ndërmarrjeve konkurruese.
90. Neni 2, paragrafi 1, pika c) e Rregullores përcakton një ndërmarrje konkurruese si një konkurrent aktual ose potencial. Dy ndërmarrje trajtohen si konkurrentë aktualë nëse janë aktive në të njëjtin treg përkatës (produkt dhe gjeografik). Një ndërmarrje trajtohet si një konkurrente potenciale e një ndërmarrjeje tjetër nëse, në mungesë të marrëveshjes vertikale ndërmjet ndërmarrjeve, ka të ngjarë që e para, brenda një periudhe të shkurtër kohore (normalisht jo më shumë se një vit), të bëjë investimet shtesë të nevojshme ose të përballojë kosto të tjera të nevojshme për të hyrë në tregun përkatës në të cilin ndërmarrja tjetër është aktive. Ky vlerësim duhet të bazohet në baza realiste, duke pasur parasysh strukturën e tregut dhe kontekstin ekonomik dhe ligjor. Thjesht mundësia teorike për të hyrë në një treg nuk është e mjaftueshme. Duhet të ketë mundësi reale dhe konkrete që ndërmarrja të hyjë në treg dhe të mos ketë pengesa të pakapërcyeshme për hyrjen. Nga ana tjetër, nuk ka nevojë të demonstrohet

me siguri se ndërmarrja në fakt do të hyjë në tregun përkatës dhe se ajo do të jetë në gjendje të ruajë vendin e saj në treg.³⁶

91. Marrëveshjet vertikale ndërmjet ndërmarrjeve konkurruese që nuk përfshihen në përjashtimet e përcaktuara në nenin 3, paragrafi 4, fjalia e dytë e Rregullores, mbi të cilat jepet udhëzim në paragrafët 93-95, duhet të vlerësohen individualisht sipas Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit. Ky Udhëzim është me rëndësi për vlerësimin e çdo kufizimi vertikal në marrëveshje të tilla. Udhëzimi Horizontal mund të ofrojë parashikime për vlerësimin e efekteve të ndaluara të mundshme të marrëveshjes.
92. Një shitës me shumicë ose pakicë që i ofron specifitime një prodhuesi për të prodhuar mallra për shitje nën emrin e markës së atij shitësi me shumicë ose pakicë nuk konsiderohet prodhues i këtyre mallrave të markës së tij dhe rrjedhimisht nuk është konkurrent i prodhuesit për qëllimin e zbatimit të nenit 3, paragrafi 4, pika a) e Rregullores. Prandaj, përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores mund të zbatohet për një marrëveshje vertikale të lidhur ndërmjet, nga njëra anë, një shitësi me shumicë ose pakicë që shet mallra të markës së tij që janë prodhuar nga një palë e tretë (dhe jo nga vetë ai) dhe, nga ana tjetër, një prodhues i mallrave të markave konkurruese. Në të kundërt, tregtarët me shumicë dhe pakicë që prodhojnë vetë mallra për shitje me emrin e tyre të markës konsiderohen si prodhues dhe për këtë arsye përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores nuk zbatohet për marrëveshjet vertikale të lidhura nga këta shitës me shumicë ose me pakicë me prodhuesit e mallrave të markave konkurruese.
93. Neni 3, paragrafi 4, fjalia e dytë, e Rregullores përmban dy përjashtime nga rregulli i përgjithshëm që përjashtimi në bllok nuk zbatohet për marrëveshjet ndërmjet ndërmarrjeve konkurruese. Më konkretisht, fjalia e dytë e nenit 3, paragrafi 4 parashikon që përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores zbatohet për marrëveshjet vertikale jo reciproke ndërmjet ndërmarrjeve konkurruese që përmbushin një nga kushtet e nenit 3, paragrafi 4, pika a) ose pika b) të Rregullores. Jo reciproke do të thotë në veçanti që blerësi i mallrave ose shërbimeve të kontratës nuk i furnizon gjithashtu furnizuesit mallra ose shërbime konkurruese.
94. Dy përjashtimet e përcaktuara në fjalinë e dytë të nenit 3, paragrafi 4 i Rregullores kanë të bëjnë të dy me skenarët e shpërndarjes së dyfishtë, konkretisht kur një furnizues i mallrave ose shërbimeve është gjithashtu aktiv në rrjedhën e poshtme, duke konkurruar kështu me shpërndarës të pavarur. Neni 3, paragrafi 4, pika a) e Rregullores ka të bëjë me skenarin ku furnizuesi shet mallrat e kontratës në disa nivele të tregtisë, përkatësisht në rrjedhën e sipërme si prodhues, importues ose tregtar me shumicë dhe në rrjedhën e poshtme si importues, shitës me shumicë ose pakicë, ndërsa blerësi shet mallrat e kontratës në rrjedhën e poshtme, përkatësisht si importues, shitës me shumicë ose pakicë, dhe nuk është një ndërmarrje konkurruese në rrjedhën e sipërme ku blen mallrat e kontratës. Neni 3, paragrafi 4, pika b) e Rregullores ka të bëjë me skenarin kur furnizuesi është një ofrues shërbimesh që operon në disa nivele të tregtisë, ndërsa blerësi ofron shërbime në nivelin e shitjes me pakicë dhe nuk është një ndërmarrje konkurruese në nivelin e tregtisë ku blen shërbimet e kontratës.
95. Arsyeja për përjashtimet e përcaktuara në nenin 3, paragrafi 4, pikat a) dhe b) të Rregullores është se, në një skenar të shpërndarjeje të dyfishtë, ndikimi i mundshëm negativ i marrëveshjes vertikale në marrëdhënien konkurruese midis furnizuesit dhe blerësit në rrjedhën e poshtme konsiderohet të jetë më pak i rëndësishëm sesa ndikimi i mundshëm pozitiv i marrëveshjes

³⁶ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 30 janarit 2020, Generics (UK) and Others v. Competition and Markets Authority, Çështja C-307/18, EU:C:2020:52, paragrafët 36-45; Vendimi i 25 marsit 2021, H. Lundbeck A/S and Lundbeck Ltd v European Commission, Çështja C-591/16 P, EU:C:2021:243, paragrafët 54-57.

vertikale mbi konkurrencën në përgjithësi në rrjedhat e sipërme ose të poshtme. Meqenëse neni 3, paragrafi 4, pikat a) dhe b) janë përjashtime nga rregulli i përgjithshëm i cili përcakton se Rregullorja nuk zbatohet për marrëveshjet ndërmjet konkurrentëve, këto përjashtime duhet të interpretohen në mënyrë strikte.

96. Nëse plotësohen kushtet e përcaktuara në nenin 3, paragrafi 4, pika a) ose b) të Rregullores, përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores zbatohet për të gjitha aspektet e marrëveshjeve vertikale në fjalë, duke përfshirë, në përgjithësi, shkëmbimin e informacionit ndërmjet palëve në lidhje me zbatimin e marrëveshjes.³⁷ Shkëmbimi i informacionit mund të kontribuojë në efektet pro-konkurrese të marrëveshjeve vertikale, duke përfshirë optimizimin e proceseve të prodhimit dhe shpërndarjes. Kjo vlen edhe në skenarët e shpërndarjes së dyfishtë. Megjithatë, jo të gjitha shkëmbimet e informacionit ndërmjet një furnizuesi dhe blerësi në një skenar të shpërndarjes së dyfishtë rrisin efikasitetin. Për këtë arsye, neni 3, paragrafi 5 i Rregullores parashikon që përjashtimet e përcaktuara në nenin 3, paragrafi 4, pikat a) dhe b) nuk zbatohen për shkëmbimin e informacionit ndërmjet një furnizuesi dhe blerësi që ose nuk është i lidhur drejtpërdrejt me zbatimin e marrëveshjes vertikale ose nuk është i nevojshëm për të përmirësuar prodhimin ose shpërndarjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës, ose që nuk plotëson asnjë nga këto kushte. Neni 3, paragrafi 5 i Rregullores dhe udhëzimet e dhëna në paragrafët 96-103 kanë të bëjnë vetëm me shkëmbimin e informacionit në kontekstin e shpërndarjes së dyfishtë, pra shkëmbimin e informacionit ndërmjet palëve në një marrëveshje vertikale që plotëson kushtet e nenit 3, paragrafi 4, pika a) ose b) të Rregullores.
97. Për qëllimin e zbatimit të nenit 3, paragrafi 5 të Rregullores dhe këtij Udhëzimi, shkëmbimi i informacionit përfshin çdo komunikim informacioni nga njëra palë në marrëveshjen vertikale me palën tjetër, pavarësisht nga karakteristikat e shkëmbimit, për shembull nëse informacioni komunikohet vetëm nga njëra palë ose nga të dyja palët, ose nëse informacioni është shkëmbyer me shkrim ose në mënyrë verbale. Është gjithashtu e parëndësishme nëse forma dhe përmbajtja e shkëmbimit të informacionit është rënë dakord shprehimisht në marrëveshjen vertikale ose nëse ai zhvillohet në baza joformale, duke përfshirë, për shembull, kur njëra palë në marrëveshjen vertikale komunikon informacionin pa kërkesë nga pala tjetër.
98. Nëse një shkëmbim informacioni në një skenar të shpërndarjes së dyfishtë lidhet drejtpërdrejt me zbatimin e marrëveshjes vertikale dhe është i nevojshëm për të përmirësuar prodhimin ose shpërndarjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës sipas kuptimit të nenit 3, paragrafi 5 të Rregullores kjo mund të varet nga modeli i veçantë i shpërndarjes. Për shembull, sipas një marrëveshjeje të shpërndarjes ekskluzive, mund të jetë e nevojshme që palët të shkëmbejnë informacion në lidhje me aktivitetet e tyre përkatëse të shitjes në terriore të veçanta ose në lidhje me grupe të veçanta klientësh. Sipas një marrëveshjeje franchising, mund të jetë e nevojshme që franshizdhënësi dhe franshizmarësi të shkëmbejnë informacion në lidhje me aplikimin e një modeli biznesi uniformë në të gjithë rrjetin e franchising. Në një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse, mund të jetë e nevojshme që shpërndarësi të ndajë informacionin me furnizuesin në lidhje me pajtueshmërinë e tij me kriteret e përzgjedhjes dhe me çdo kufizim në shitje ndaj shpërndarësve të paautorizuar.
99. Më poshtë jepet një listë jo shteruese e shembujve të informacionit që, në varësi të rrethanave të veçanta, mund të lidhen drejtpërdrejt me zbatimin e marrëveshjes vertikale dhe të jenë të

³⁷ Udhëzimet e dhëna në këtë Udhëzim nuk cenojnë zbatimin e Ligjit Nr. 124/2024 "Për mbrojtjen e të dhënave personale", si dhe akteve të tjera të zbatueshme ndaj shkëmbimit të informacionit sipas kuptimit të paragrafit 97 të këtij Udhëzimi.

nevojshme për të përmirësuar prodhimin ose shpërndarjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës³⁸:

- a) informacion teknik në lidhje me mallrat ose shërbimet e kontratës, duke përfshirë informacionin në lidhje me regjistrimin, certifikimin, trajtimin, përdorimin, mirëmbajtjen, riparimin, përmirësimin ose riciklimin e mallrave ose shërbimeve të kontratës, veçanërisht kur një informacion i tillë kërkohet në përputhje me masat rregullatore, dhe informacion që i mundëson furnizuesit ose blerësit të përshtatë mallrat ose shërbimet e kontratës me kërkesat e klientit;
 - b) informacion logjistik në lidhje me prodhimin dhe shpërndarjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës në rrjedhat e sipërme ose të poshtme, duke përfshirë informacionin në lidhje me proceset e prodhimit, inventarin, stoqet dhe, në përputhje me paragrafin 100, pika b), vëllimet e shitjeve dhe kthimet;
 - c) në përputhje me paragrafin 100, pika b), informacioni në lidhje me blerjet nga klientët të mallrave ose shërbimeve të kontratës, preferencat e klientëve dhe komentet e klientëve, me kusht që shkëmbimi i këtij informacioni të mos përdoret për të kufizuar territorin në të cilin ose klientët të cilët blerësi mund t'i shesë mallrat ose shërbimet e kontratës sipas kuptimit të nenit 5, pikat 2, 3 ose 4 të Rregullores;
 - d) informacion në lidhje me çmimet me të cilat mallrat ose shërbimet e kontratës shiten nga furnizuesi tek blerësi;
 - e) në përputhje me paragrafin 100, pika a), informacioni në lidhje me çmimet e rekomanduara ose maksimale të rishitjes nga furnizuesi për mallrat ose shërbimet e kontratës dhe informacionin në lidhje me çmimet me të cilat blerësi rishet mallrat ose shërbimet, me kusht që shkëmbimi i informacioni nuk përdoret për të kufizuar aftësinë e blerësit për të përcaktuar çmimin e tij të shitjes ose për të zbatuar një çmim fiks ose minimal të shitjes sipas kuptimit të nenit 5, pika 1 të Rregullores³⁹;
 - f) në përputhje me paragrafin 100 dhe pikën e) të këtij paragrafi, informacioni në lidhje me tregtimin e mallrave ose shërbimeve të kontratës, duke përfshirë informacionin për fushatat promovuese dhe informacionin për mallrat ose shërbimet e reja që do të ofrohen sipas marrëveshjes vertikale;
 - g) informacion në lidhje me performancën, duke përfshirë informacionin e grumbulluar të komunikuar nga furnizuesi tek blerësi në lidhje me aktivitetet e marketingut dhe shitjes së blerësve të tjerë të mallrave ose shërbimeve të kontratës, me kusht që kjo të mos i mundësojë blerësit të identifikojë aktivitetet e blerësve të veçantë konkurrues, si dhe informacion në lidhje me vëllimin ose vlerën e shitjeve të blerësit të mallrave ose shërbimeve të kontratës krahasuar me shitjet e tij të mallrave ose shërbimeve konkurruese.
100. Më poshtë jepen shembuj të informacionit që përgjithësisht nuk ka gjasa të përmbushë dy kushtet e përcaktuara në nenin 3, paragrafi 5 të Rregullores kur shkëmbehet midis një furnizuesi dhe një blerësi në një skenar shpërndarjeje:
- a) informacion në lidhje me çmimet e ardhshme me të cilat furnizuesi ose blerësi synon të shesë mallrat ose shërbimet e kontratës në rrjedhën e poshtme;
 - b) informacion në lidhje me përdoruesit fundorë të identifikuar të mallrave ose shërbimeve të kontratës, përveç nëse shkëmbimi i një informacioni të tillë është i nevojshëm:

³⁸ Përveçse rastit kur parashikohet ndryshe, shembujt mbulojnë informacionin e komunikuar nga furnizuesi ose blerësi, pavarësisht nga shpeshësia e komunikimit dhe pavarësisht nëse informacioni lidhet me një sjellje të kaluar, të tashme ose të ardhshme.

³⁹ Shiko Seksionin VI.1.1 mbi MÇR, duke përfshirë mjetet indirekte për të aplikuar MÇR.

- (i) për të mundësuar furnizuesin ose blerësin të plotësojë kërkesat e një përdoruesi fundor të caktuar, për shembull për të përshtatur mallrat ose shërbimet e kontratës me kërkesat e përdoruesit fundor, për t'i dhënë përdoruesit fundor kushte të veçanta, duke përfshirë një skemë të besnikërisë së klientit, ose për të ofruar shërbime të para-shitjes ose pas-shitjes, duke përfshirë shërbimet e garancisë,
 - (ii) për të zbatuar ose monitoruar pajtueshmërinë me një marrëveshje të shpërndarjes ose një marrëveshje të shpërndarjes ekskluzive, sipas së cilës përdorues fundorë të caktuar i rezervohen furnizuesit ose blerësit;
- c) informacion në lidhje me mallrat e shitura nga një blerës nën emrin markës së tij, i shkëmbyer ndërmjet blerësit dhe një prodhuesi të mallrave të markës konkurruese, përveç nëse prodhuesi është gjithashtu prodhuesi i mallrave të markës së tij.
101. Shembujt e paraqitur në paragrafët 99-100 janë dhënë për të ndihmuar ndërmarrjet me vetë-vlerësimin. Megjithatë, përfshirja e një lloji të veçantë informacioni në paragrafin 99 nuk nënkupton që shkëmbimi i një informacioni të tillë do të përmbushë dy kushtet e përcaktuara në nenin 3, paragrafi 5 të Rregullores në të gjitha rastet. Po kështu, përfshirja e një lloji të veçantë informacioni në paragrafin 100 nuk nënkupton që shkëmbimi i një informacioni të tillë nuk do t'i plotësojë kurrë këto dy kushte. Si rrjedhim, ndërmarrjet duhet të zbatohen kushtet e nenit 3, paragrafi 5 të Rregullores mbi faktet e veçanta të marrëveshjes së tyre vertikale.
102. Kur palët në një marrëveshje vertikale që plotëson kushtet e nenit 3, paragrafi 4 pika a) ose b) të Rregullores shkëmbejnë informacion që ose nuk lidhet drejtpërdrejt me zbatimin e marrëveshjes së tyre vertikale ose nuk është i nevojshëm për të përmirësuar prodhimin ose shpërndarjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës, ose që nuk plotëson asnjë nga këto dy kushte, shkëmbimi i informacionit duhet të vlerësohet individualisht sipas Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit. Shkëmbime të tilla nuk cenojnë domosdoshmërisht Nenin 4(1) të Ligjit. Për më tepër, dispozitat e tjera të marrëveshjes vertikale mund të përfitojnë ende nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3 paragrafi 1 i Rregullores, me kusht që marrëveshja të jetë në përputhje me kushtet e përcaktuara në Rregullore.
103. Kur ndërmarrjet konkurruese hyjnë në një marrëveshje vertikale dhe angazhohen në shkëmbime informacioni që nuk përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores⁴⁰, ato mund të marrin masa paraprake për të minimizuar rrezikun që shkëmbimi i informacionit të çënojë konkurrencën⁴¹. Për shembull, ato mund të shkëmbejnë informacion vetëm në formë të përmbledhur ose të sigurojnë një vonesë të përshtatshme ndërmjet gjenerimit të informacionit dhe shkëmbimit. Ata gjithashtu mund të përdorin masa teknike ose administrative, të tilla si *firewall*, për të siguruar që informacioni i komunikuar nga blerësi të jetë i aksesueshëm vetëm për personelin përgjegjës për aktivitetet e rrjedhës së sipërme të furnizuesit dhe jo për personelin përgjegjës për aktivitetin e shitjes direkte në rrjedhën e poshtme të furnizuesit. Megjithatë, përdorimi i masave të tilla paraprake nuk mund të sjellë brenda fushës së përjashtimit të parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores shkëmbimet e informacionit që përndryshe do të dilnin jashtë fushës së zbatimit të atij përjashtimi.

IV.4.4. *Marrëveshjet vertikale me ofruesit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet që kanë një funksion hibrid*

104. Në bazë të nenit 3, paragrafi 6 të Rregullores, përjashtimet e shpërndarjes së dyfishtë të përcaktuara në nenin 3, paragrafi 4, pikat a) dhe b) të Rregullores nuk zbatohen për marrëveshjet

⁴⁰ Për shembull, për shkak se kushtet e nenit 3, paragrafi 4, nenit 3, paragrafi 5 ose nenit 4, paragrafi 1 të Rregullores nuk janë plotësuar.

⁴¹ Shih kapitullin mbi shkëmbimin e informacionit në Udhëzimet Horizontale.

vertikale në lidhje me ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet ku ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet ka një funksion hibrid, pra kur është gjithashtu një ndërmarrje konkurruese në tregun përkatës për shitjen e mallrave ose shërbimeve të ndërmjetësuar⁴². Neni 3, paragrafi 6 i Rregullores zbatohet për marrëveshjet vertikale “të lidhura me” ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, pavarësisht nëse marrëveshja ka të bëjë me ofrimin e këtyre shërbimeve ndaj një pale në marrëveshje ose ndaj palëve të treta.

105. Marrëveshjet vertikale që lidhen me ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet të lidhura nga ofruesit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet me një funksion të tillë hibrid nuk përmbushin arsyetimin për përjashtimet e shpërndarjes së dyfishtë, të përcaktuara në nenin 3, paragrafi 4 pikat a) dhe b) të Rregullores. Ofrues të tillë mund të kenë një incentivë për të favorizuar shitjet e tyre dhe aftësinë për të ndikuar në rezultatin e konkurrencës midis ndërmarrjeve që përdorin shërbimet e tyre të ndërmjetësimit në internet. Prandaj, marrëveshje të tilla vertikale mund të ngrenë shqetësime për konkurrencën në përgjithësi në tregjet përkatëse për shitjen e mallrave ose shërbimeve të ndërmjetësuar.
106. Neni 3, paragrafi 6 i Rregullores zbatohet për marrëveshjet vertikale në lidhje me ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet ku ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet është një konkurrent aktual ose potencial në tregun përkatës për shitjen e mallrave ose shërbimeve të ndërmjetësuar. Në veçanti, duhet të ketë gjasa që ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, brenda një periudhe të shkurtër kohore (normalisht jo më shumë se një vit), të bëjë investimet shtesë të nevojshme ose të përballojë kosto të tjera të nevojshme për të hyrë në tregun përkatës për shitjen e mallrave ose shërbimeve të ndërmjetësuar⁴³.
107. Marrëveshjet në lidhje me ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet që, në përputhje me nenin 3, paragrafi 6 i Rregullores, nuk përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, duhet të vlerësohen individualisht sipas Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit. Marrëveshje të tilla nuk kufizojnë domosdoshmërisht konkurrencën sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit ose ato mund të përmbushin kushtet e një përjashtimi individual sipas Nenit 5 të Ligjit. Gjithashtu duhet të mbahet parasysh rasti kur palët kanë pjesë të ulëta të tregut në tregun përkatës për ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet dhe në tregun përkatës për shitjen e mallrave ose shërbimeve të ndërmjetësuar⁴⁴. Udhëzimi përkatës mbi marrëveshjet horizontale mund të ofrojë udhëzime për vlerësimin e efekteve të mundshme të marrëveshjeve të fshehta. Ky Udhëzim ofron udhëzime për vlerësimin e çdo kufizimi vertikal.
108. Në mungesë të kufizimeve të konkurrencës sipas objektit, efektet e dukshme anti-konkurruese nuk kanë gjasa të ekzistojnë kur ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet nuk gëzon fuqi tregu në tregun përkatës për shërbimet e ndërmjetësimit në internet, për shembull sepse ai ka hyrë vetëm kohët e fundit në një treg të tillë (në fazën start-up). Në ekonominë e platformave online, të ardhurat e krijuara nga një ofrues i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet (për shembull, komisionet) mund të jenë vetëm një tregues i parë për shtrirjen e fuqisë së tij në treg dhe mund të jetë gjithashtu e nevojshme të merren parasysh njësitë matëse alternative, si p.sh., numri i transaksioneve të ndërmjetësuar nga ofruesi, numri i përdoruesve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet (shitës dhe/ose blerës) dhe masa në të cilën këta përdorues përdorin shërbimet e ofruesve të tjerë. Gjithashtu nuk ka gjasa që një ofrues i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet të gëzojë fuqi e tregu kur nuk përfiton nga efektet e dukshme pozitive të drejtpërdrejta ose të tërthorta të rrjetit.

⁴² Zbatimi i nenit 3, paragrafi 6 të Rregullores presupozon që marrëveshja vertikale e lidhur nga ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet me një funksion hibrid nuk kualifikohet si një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit. Shih paragrafët 46 dhe 63.

⁴³ Shih paragrafin 90.

⁴⁴ Shih paragrafin 26

109. Në mungesë të kufizimeve sipas objektit ose fuqisë së konsiderueshme të tregut, nuk ka gjasa që Komisioni t'i japë përparësi veprimeve zbatuese në lidhje me marrëveshjet vertikale referuar ofrimit të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, ku ofruesi ka një funksion hibrid. Ky është veçanërisht rasti kur, në një skenar të shpërndarjes së dyfishtë, një furnizues i lejon blerësit të mallrave ose shërbimeve të tij të përdorin faqen e tij të internetit për të shpërndarë mallrat ose shërbimet, por nuk lejon që faqja e internetit të përdoret për të ofruar mallra ose shërbime të markave konkurruese dhe nuk është aktive në tregun përkatës për ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet në lidhje me këto mallra ose shërbime.

IV.5. Marrëdhënia me rregulloret e tjera të përjashtimit në bllok

110. Siç shpjegohet në Seksionet IV.1 dhe IV.2, Rregullorja zbatohet për marrëveshjet vertikale, të cilat duhet të vlerësohen ekskluzivisht sipas Rregullores dhe këtij udhëzimi, përveç kur parashikohet ndryshe në këtë Udhëzim. Këto marrëveshje mund të përfitojnë nga mbrojtja e sigurt (safe harbour) e vendosur nga Rregullorja.
111. Në bazë të nenit 3, paragrafi 7 të Rregullores, Rregullorja nuk zbatohet për marrëveshjet vertikale kur lënda e tyre bie në objektin e çdo rregulloreje tjetër të përjashtimit në bllok, përveç nëse parashikohet ndryshe në një rregullore të tillë. Prandaj është e rëndësishme të verifikohet që në fillim nëse një marrëveshje vertikale bie në objektin e ndonjë rregulloreje tjetër të përjashtimit në bllok.
112. Rregullorja nuk zbatohet për marrëveshjet vertikale që mbulohen nga rregulloret e mëposhtme të përjashtimit në bllok ose çdo rregullore e ardhshme e përjashtimit bllok në lidhje me llojet e marrëveshjeve të referuara në këtë paragraf, përveç nëse parashikohet ndryshe në rregulloren përkatëse:
- Rregullorja e Autoritetit të Konkurrencës *“Për përjashtimin nga ndalimi të kategorive të marrëveshjeve të transferimit të teknologjisë”*;
 - Rregullorja e Autoritetit të Konkurrencës *“Për përjashtimin nga ndalimi të kategorive të marrëveshjeve të transferimit të kërkimit dhe zhvillimit”*;
 - Rregullorja e Autoritetit të Konkurrencës *“Për përjashtimin nga ndalimi të kategorive të marrëveshjeve të specializimit”*.
113. Rregullorja nuk zbatohet për llojet e marrëveshjeve ndërmjet konkurrentëve të përmendur në Udhëzimin Horizontal, përveç nëse parashikohet ndryshe nga Udhëzimi Horizontal.
114. Rregullorja zbatohet për marrëveshjet vertikale që kanë të bëjnë me blerjen, shitjen ose rishitjen e pjesëve të këmbimit për automjetet motorike dhe me ofrimin e shërbimeve të riparimit dhe mirëmbajtjes për mjetet motorike. Marrëveshje të tilla përfitojnë nga mbrojtja e sigurt (safe harbour) e krijuar nga Rregullorja vetëm nëse, përveç kushteve të Rregullores, ato do të përputhen me kushtet e Rregullores *“Për përjashtimin në bllok të marrëveshjeve vertikale dhe praktikave të bashkërenduara në sektorin e mjeteve motorike”* dhe udhëzimeve shoqëruese.

IV.6. Llojet specifike të sistemeve të shpërndarjes

115. Një furnizues është i lirë të organizojë shpërndarjen e mallrave ose shërbimeve të tij siç e shihet të arsyeshme. Furnizuesi mundet, për shembull, të zgjedhë integrimin vertikal, përkatësisht shitjen e mallrave ose shërbimeve të tij drejtpërdrejt tek përdoruesit fundorë ose shpërndarjen e tyre nëpërmjet shpërndarësve të tij të integruar vertikalisht, të cilët janë ndërmarrje të lidhura sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 2 të Rregullores. Ky lloj sistemi i shpërndarjes përfshin një ndërmarrje të vetme dhe për këtë arsye bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit.

116. Furnizuesi gjithashtu mund të vendosë të përdorë shpërndarës të pavarur. Për këtë qëllim, furnizuesi mund të përdorë një ose më shumë lloje të sistemit të shpërndarjes. Disa lloje të sistemit të shpërndarjes, përkatësisht sistemi i shpërndarjes përzgjedhëse dhe sistemi i shpërndarjes ekskluzive, janë objekt i përkufizimeve specifike në nenin 2, paragrafi 1, pikat g) dhe h) të Rregullores. Udhëzimet për shpërndarjen përzgjedhëse dhe shpërndarjen ekskluzive jepen respektivisht në Seksionet IV.6.1 dhe IV.6.2⁴⁵. Furnizuesi gjithashtu mund të shpërndajë mallrat ose shërbimet e tij duke mos përdorur as shpërndarjen përzgjedhëse dhe as shpërndarjen ekskluzive. Këto lloje të tjera të shpërndarjes kategorizohen si sisteme të shpërndarjes së lirë për qëllimin e zbatimit të Rregullores⁴⁶.

IV.6.1. Sistemet e shpërndarjes ekskluzive

IV.6.1.1. Përkufizimi i sistemeve të shpërndarjes ekskluzive

117. Në një sistem të shpërndarjes ekskluzive, siç përcaktohet në nenin 2, paragrafi 1, pika h) të Rregullores, furnizuesi rezervon një territor ose grup klientësh ekskluzivisht për vete ose për një numër të kufizuar blerësish dhe i kufizon të gjithë blerësit e tjerë të tij që të shesin në mënyrë aktive në territorin ekskluziv ose tek grupi ekskluziv i klientëve⁴⁷.
118. Furnizuesit shpesh përdorin sistemin e shpërndarjes ekskluzive për të nxitur shpërndarësit të bëjnë investimet financiare dhe jofinanciare të nevojshme për të zhvilluar markën e furnizuesit në një territor ku marka nuk njihet mirë, ose për të shitur një produkt të ri në një territor të caktuar ose për një grup të caktuar klientësh, ose për të nxitur shpërndarësit që të fokusojnë aktivitetet e tyre të shitjes dhe promovimit në një produkt të caktuar. Për shpërndarësit, mbrojtja e ofruar nga ekskluziviteti mund t'u mundësojë atyre të sigurojnë një vëllim të caktuar biznesi dhe një marzh që justifikon përpjekjet e tyre në investim.

IV.6.1.2. Zbatimi i Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit në sistemet e shpërndarjes ekskluzive

119. Në një sistem shpërndarjeje ku furnizuesi alokon një territor ose grup klientësh ekskluzivisht për një ose më shumë blerës, rreziqet kryesore të mundshme të konkurrencës janë ndarja e tregut, e cila mund të lehtësojë diskriminimin e çmimeve, dhe reduktimi i konkurrencës brenda markës. Kur shumica ose të gjithë furnizuesit më të fortë aktivë në një treg operojnë një sistem të shpërndarjes ekskluzive, kjo gjithashtu mund të zbusë konkurrencën ndërmjet markave dhe/ose të lehtësojë marrëveshjet e fshehta, si në nivelin e furnizuesit ashtu edhe në atë të shpërndarësit. Së fundmi, shpërndarja ekskluzive mund të çojë në mbylljen e tregut për shpërndarësit e tjerë dhe në këtë mënyrë të zvogëlojë konkurrencën ndërmjet markave dhe brenda markës në nivel shpërndarësi.
120. Marrëveshjet e shpërndarjes ekskluzive mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, me kusht që pjesa e tregut të furnizuesit dhe blerësit të mos kalojë 30%, marrëveshja të mos përmbajë asnjë kufizim të rëndë brenda kuptimit të nenit 5 të Rregullores dhe numri i shpërndarësve të caktuar për territor ekskluziv ose grup klientësh të mos kalojë pesë. Një marrëveshje e shpërndarjes ekskluzive mund të përfitojë ende nga mbrojtja e sigurt (safe harbour) e parashikuar nga Rregullorja nëse kombinohet me kufizime të tjera vertikale jo të rënda, të tilla si një detyrimi për të mos konkurruar jo më shumë se pesë vjet, detyrimi sasior ose blerja ekskluzive.
121. Përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores është i kufizuar në një maksimum prej pesë shpërndarësish për territor ekskluziv ose grup klientësh, në mënyrë që të ruhet incentiva e shpërndarësve për të investuar në promovimin dhe shitjen e mallrave ose

⁴⁵ Shih gjithashtu Seksionet VI.1.2.3.1 dhe VI.1.2.3.2.

⁴⁶ Shih Seksionin VI.1.2.3.3.

⁴⁷ Shih nenin 2, paragrafi 1, pika h) të Rregullores.

shërbimeve të furnizuesit, duke i siguruar furnizuesit fleksibilitet të mjaftueshëm për të organizuar sistemin e tij të shpërndarjes. Mbi këtë numër, ekziston një rrezik në rritje që shpërndarësit ekskluzivë mund të përdorin investimet e njëri-tjetrit, duke eliminuar kështu efikasitetin që synohet të arrijë shpërndarja ekskluzive.

122. Që sistemi i shpërndarjes ekskluzive të përfitojë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, shpërndarësit e caktuar duhet të mbrohen nga shitjet aktive në territorin ekskluziv ose në grupin ekskluziv të klientëve nga të gjithë blerësit e tjerë të furnizuesit. Kur një furnizues cakton më shumë se një shpërndarës për një territor ekskluziv ose grup klientësh, të gjithë këta shpërndarës duhet gjithashtu të mbrohen nga shitjet aktive në territorin ekskluziv ose në grupin ekskluziv të klientëve nga të gjithë blerësit e tjerë të furnizuesit, por shitjet aktive dhe pasive nga këta shpërndarës brenda territorit ekskluziv ose grupit të klientëve nuk mund të kufizohen. Kur, për arsye praktike dhe jo me qëllim të parandalimit të tregtisë paralele, territori ekskluziv ose grupi i klientëve nuk mbrohet nga shitjet aktive nga blerësit të caktuar për një periudhë të përkohshme, për shembull kur furnizuesi modifikon sistemin e shpërndarjes ekskluzive dhe kërkon kohë për të rinegociuar kufizimet aktive të shitjeve me blerësit të caktuar, sistemi i shpërndarjes ekskluzive mund të përfitojë ende nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores.
123. Marrëveshjet vertikale të përdorura për shpërndarje ekskluzive duhet të përcaktojnë shtrirjen e territorit ose grupit të klientëve që u ndahet ekskluzivisht shpërndarësve. Për shembull, territori ekskluziv mund të korrespondojë me një zonë të madhe ose të vogël. Një grup ekskluziv i klientëve mund të përcaktohet, për shembull, duke përdorur një ose më shumë kritere, të tilla si profesioni ose aktiviteti i klientëve ose duke përdorur një listë të klientëve të identifikuar. Në varësi të kriterëve të përdorura, grupi i klientëve mund të kufizohet në një klient të vetëm.
124. Kur një territor ose grup klientësh nuk i është alokuar ekskluzivisht një ose më shumë shpërndarësve, furnizuesi mund të rezervojë territorin ose grupin e klientëve për vete, në këtë rast ai duhet të informojë të gjithë shpërndarësit e tij. Kjo nuk kërkon që furnizuesi të jetë aktiv komercialisht në territorin e rezervuar ose në lidhje me grupin e klientëve të rezervuar. Për shembull, furnizuesi mund të dëshirojë të rezervojë territorin ose grupin e klientëve me qëllim ndarjen e tij tek shpërndarësit e tjerë në të ardhmen.

IV.6.1.3. Udhëzime për vlerësimin individual të marrëveshjeve të shpërndarjes ekskluzive

125. Jashtë fushëveprimit të Rregullores, pozicioni në treg i furnizuesit dhe konkurrentëve të tij është i një rëndësie të madhe, pasi humbja e konkurrencës brenda markës do të jetë problematike vetëm nëse konkurrenca ndërmjet markave është e kufizuar në nivel furnizuesi ose shpërndarësi.⁴⁸ Sa më i fortë të jetë pozicioni i furnizuesit, veçanërisht mbi prapicën prej 30%, aq më të larta janë gjasat që konkurrenca ndërmjet markave të jetë e dobët dhe aq më i madh është rreziku për konkurrencën që rezulton nga çdo reduktim i konkurrencës brenda markës.
126. Pozicioni i konkurrentëve të furnizuesit mund të ketë një rëndësi të dyfishtë. Ekzistenca e konkurrentëve të fortë në përgjithësi tregon se çdo reduktim i konkurrencës brenda markës do të tejkalohet nga konkurrenca e mjaftueshme ndërmjet markave. Megjithatë, nëse numri i furnizuesve në një treg është i ulët i kufizuar dhe pozicioni i tyre në treg është i ngjashëm për sa i përket pjesës së tregut, kapacitetit dhe rrjetit të shpërndarjes, ekziston rreziku i marrëveshjeve të fshehta dhe/ose zbutjes së konkurrencës. Humbja e konkurrencës brenda markës mund ta rrisë këtë rrezik, veçanërisht kur disa furnizues operojnë sisteme të ngjashme shpërndarjeje.

⁴⁸ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-306/20 - Visma Enterprise, paragrafi 78.

127. Shpërndarja ekskluzive e shumëfishtë, pra rasti kur shumë furnizues emërojnë të njëjtin(ët) shpërndarës ekskluziv në një territor të caktuar, mund të rrisë më tej rrezikun e marrëveshjeve të fshehta dhe/ose zbutjes së konkurrencës në nivel furnizuesi dhe shpërndarësi. Nëse një ose më shumë shpërndarësve iu jepet e drejta ekskluzive për të shpërndarë dy ose më shumë produkte konkurruese të rëndësishme në të njëjtin territor, konkurrenca ndërmjet markave mund të kufizohet ndjeshëm për ato marka. Sa më e lartë të jetë pjesa kumulative e tregut e markave të shpërndara nga shpërndarësit ekskluzivë të shumëfishtë, aq më i lartë është rreziku i marrëveshjeve të fshehta dhe/ose zbutjes së konkurrencës dhe aq më i madh është reduktimi i konkurrencës ndërmjet markave. Nëse një ose më shumë shitës me pakicë janë shpërndarës ekskluzivë për një numër markash, ekziston rreziku që një ulje e çmimit të shitjes me shumicë nga një furnizues për markën e tij të mos kalojë nga shitësit ekskluzivë me pakicë tek konsumatori, pasi kjo do të reduktonte shitjet dhe fitimet nga markat e tjera të shitësve me pakicë. Në krahasim me një situatë pa shpërndarje ekskluzive të shumëfishtë, furnizuesit do të kenë një incentivë të reduktuar për të hyrë në konkurrencë çmimesh me njëri-tjetrin. Kur pjesët e tregut të furnizuesve dhe blerësve individualë janë nën pragun 30%, efekte të tilla kumulative mund të jenë një arsye për të revokuar përfitimin nga Rregullorja.
128. Pengesat në hyrje që mund të pengojnë furnizuesit të krijojnë rrjetin e tyre të integruar të shpërndarjes ose të gjejnë shpërndarës alternativë janë më pak të rëndësishme në vlerësimin e efekteve të mundshme anti-konkurruese të shpërndarjes ekskluzive. Mbyllja e tregut për furnizuesit e tjerë nuk lind për sa kohë që shpërndarja ekskluzive nuk kombinohet me detyrimin për një markë të vetme, i cili detyron ose nxit shpërndarësin të përqëndrojë porositë e tij për një lloj produkti të caktuar me një furnizues. Kombinimi i shpërndarjes ekskluzive dhe detyrimit për një markë të vetme mund ta bëjë më të vështirë për furnizuesit e tjerë gjetjen e shpërndarësve alternativë, veçanërisht kur detyrimi për një markë të vetme aplikohet në një rrjet të dendur shpërndarësish ekskluzivë me territore të vogla ose në rastin e një efekti kumulativ kundër konkurrencës. Në një skenar të tillë, duhen aplikuar parimet për detyrimin e markës së vetme të përcaktuara në Seksionin VIII.2.1.
129. Kombinimi i shpërndarjes ekskluzive me furnizimin ekskluziv, i cili kërkon që shpërndarësit ekskluzivë të blejnë markën e furnizuesit direkt nga furnizuesi, rrit rreziqet e reduktimit të konkurrencës brenda markës dhe ndarjes së tregut. Shpërndarja ekskluzive tashmë kufizon arbitrazhin nga klientët, pasi kufizon numrin e shpërndarësve për territor ekskluziv dhe nënkupton që asnjë shpërndarës tjetër nuk mund të shesë në mënyrë aktive në atë territor. Blerja ekskluzive eliminon gjithashtu arbitrazhin financiar (arbitrage) të mundshëm nga shpërndarësit ekskluzivë, të cilët nuk lejohen të blejnë nga shpërndarësit e tjerë në sistemin e shpërndarjes ekskluzive. Kjo rrit mundësinë që furnizuesi të kufizojë konkurrencën brenda markës duke aplikuar kushte të ndryshme shitjeje në dëm të konsumatorëve, përveç rasteve kur kombinimi i shpërndarjes ekskluzive me blerjen ekskluzive gjeneron eficientë nga të cilat përfitojnë konsumatorët.
130. Mbyllja e tregut për shpërndarësit e tjerë nuk është problematike kur furnizuesi që operon sistemin e shpërndarjes ekskluzive emëron një numër të madh shpërndarësish ekskluzivë në të njëjtin treg përkatës dhe ata shpërndarës ekskluzivë nuk kufizohen të shesin tek shpërndarës të tjerë të pa emëruar. Megjithatë, mbyllja e tregut për shpërndarësit e tjerë mund të jetë problematike kur ka fuqi tregu në rrjedhën e poshtme, veçanërisht në rastin e territoreve shumë të mëdha ku një shpërndarës ekskluziv bëhet blerësi ekskluziv për një treg të tërë. Një shembull do të ishte një zinxhir supermarketesh që bëhet shpërndarësi i vetëm i një marke lider në një treg kombëtar të shitjes me pakicë të ushqimit. Mbyllja e tregut për shpërndarësit e tjerë mund të rëndohet në rastin e shpërndarjes ekskluzive të shumëfishtë.

131. Fuqia blerëse mund të rrisë gjithashtu rrezikun e marrëveshjeve të fshehta nga ana e blerësit kur ujdite e shpërndarjes ekskluzive imponohen nga blerës të rëndësishëm, që mund të jenë të vendosur në territore të ndryshme, mbi një ose më shumë furnizues.
132. Vlerësimi i dinamikës së tregut është i rëndësishëm, pasi kërkesa në rritje, ndryshimi i teknologjive dhe ndryshimi i pozicioneve në treg mund t'i bëjnë efektet negative të sistemeve të shpërndarjes ekskluzive më pak të mundshme sesa në tregjet e maturuara.
133. Natyra e produktit mund të jetë gjithashtu e rëndësishme për vlerësimin e efekteve të mundshme anti-konkurruese të shpërndarjes ekskluzive. Këto efekte do të jenë më pak akute në sektorët ku shitjet në internet janë më të përhapura, pasi shitjet në internet mund të lehtësojnë blerjet nga shpërndarësit përtej territorit ekskluziv ose grupit të klientëve ekskluzivë.
134. Niveli i tregtisë është i rëndësishëm, pasi efektet e mundshme negative mund të ndryshojnë midis nivelit të shitjes me shumicë dhe pakicë. Shpërndarja ekskluzive aplikohet kryesisht në shpërndarjen e mallrave apo shërbimeve përfundimtare. Një humbje e konkurrencës brenda markës është veçanërisht e mundshme në nivelin e shitjes me pakicë kur territoret ekskluzive janë të mëdha, pasi, në këtë rast, konsumatorët mund të kenë pak mundësi për të zgjedhur midis një shpërndarësi me çmim të lartë/shërbim të lartë dhe një shpërndarësi me çmim të ulët/shërbim të ulët për një markë lider.
135. Një prodhues që zgjedh një shitës me shumicë si shpërndarësin e tij ekskluziv, normalisht do ta bëjë këtë për një territor më të madh. Për sa kohë që shitësi me shumicë mund t'i shesë produktet pa kufizim tek shitësit e nivelit të poshtëm, nuk ka gjasa të ketë efekte të dukshme anti-konkurruese. Një humbje e mundshme e konkurrencës brenda markës në nivelin e shitjes me shumicë mund të tejkalohet lehtësisht nga eficientat e marra në logjistikë dhe promovim. Megjithatë, shpërndarja ekskluzive e shumëfishtë krijon rreziqe më të mëdha për konkurrencën ndërmjet markave në nivelin e shitjes me shumicë sesa në nivelin e shitjes me pakicë. Kur një shitës me shumicë bëhet shpërndarësi ekskluziv për një numër të konsiderueshëm furnizuesish, ekziston jo vetëm rreziku që konkurrenca midis këtyre markave të zvogëlohet, por edhe një rrezik më i lartë i mbylljes së tregut në nivelin e tregtisë me shumicë.
136. Një sistem i shpërndarjes ekskluzive që kufizon konkurrencën sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit mund të krijojë megjithatë eficienta që plotësojnë kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Për shembull, ekskluziviteti mund të jetë i nevojshëm për të nxitur shpërndarësit që të investojnë në zhvillimin e markës së furnizuesit ose në ofrimin e shërbimeve për rritjen e kërkesës. Jashtë fushëveprimit të Rregullores, sa më i lartë të jetë numri i shpërndarësve ekskluzivë të caktuar për një territor të caktuar, aq më të vogla janë gjasat që ata të kenë incentiva të mjaftueshme për të investuar në promovimin e produkteve të furnizuesit dhe zhvillimin e markës së tij pasi shpërndarësit e tjerë ekskluzivë që ndajnë territorin mund të përfitojnë në mënyrë të padrejtë (*free riding*) nga përpjekjet e tyre në investim.
137. Natyra e produktit është e rëndësishme për vlerësimin e eficientës. Eficientat objektive janë më të mundshme në rastin e produkteve të reja, produkteve komplekse dhe produkteve, cilësitë e të cilave është e vështirë të gjykohen para konsumit (të ashtuquajturat produkte të përvojës) ose edhe pas konsumit (të ashtuquajturat produkte të besueshmërisë). Për më tepër, shpërndarja ekskluzive mund të çojë në kursime të kostove logjistike për shkak të ekonomive të shkallës në transport dhe shpërndarje. Kombinimi i shpërndarjes ekskluzive dhe markës së vetme mund të rrisë incentivat për shpërndarësit ekskluzivë që të përqendrojnë përpjekjet e tyre në një markë të caktuar.
138. Faktorët e përmendur në paragrafët 125-137 mbeten të rëndësishëm për vlerësimin e sistemeve të shpërndarjes ekskluzive sipas të cilave furnizuesi rezervon një grup klientësh ekskluzivisht

për një ose më shumë blerës. Për vlerësimin e këtij lloji të sistemit të shpërndarjes ekskluzive, duhet të merren parasysh edhe faktorët shtesë të renditur në paragrafët 139 dhe 140.

139. Në mënyrë të ngjashme me alokimin ekskluziv të një territori, ndarja ekskluzive e një grupi klientësh në përgjithësi e bën arbitrazhin nga blerësit më të vështirë. Për më tepër, duke qenë se çdo shpërndarës i caktuar ka grupin e vet të klientëve, blerësit që nuk bëjnë pjesë në ndonjë grup të tillë mund ta kenë të vështirë të marrin produktet e furnizuesit. Rrjedhimisht, hapësira për arbitrazh nga këta blerës do të reduktohet.
140. Përveç llojeve të eficientave të përmendura në paragrafin 136, ndarja ekskluzive e klientëve mund të gjenerojë eficientë kur është e nevojshme që shpërndarësit të investojnë në pajisje specifike, aftësi ose njohuri praktike për të përmbushur nevojat e një kategorie të caktuar klientësh, ose kur investime të tilla çojnë në ekonomi të shkallës ose shtrirjes në logjistikë⁴⁹. Periudha e amortizimit për këto investime është një tregues i kohëzgjatjes për të cilën mund të justifikohet ndarja ekskluzive e klientëve. Në përgjithësi, justifikimi për ndarjen ekskluzive të klientëve është më i fortë për produktet e reja ose komplekse dhe për produktet që kërkojnë përshtatje me nevojat e klientëve të caktuar. Nevojat e diferencuara të identifikueshme janë më të mundshme për produkte të ndërmjetme, përkatësisht produkte që u shiten llojeve të ndryshme të blerësve profesionistë. Në të kundërt, rezervimi i konsumatorëve nuk ka gjasa të çojë në eficientë.
141. Më poshtë jepet një shembull i shpërndarjes ekskluzive të shumëfishtë në një treg oligopolistik:

Në një treg kombëtar për një produkt përfundimtar, ka katër lider në treg, secili prej të cilëve ka një pjesë tregu prej rreth 20%. Këta katër lider tregu shesin produktin e tyre përmes shpërndarësve ekskluzivë në nivelin e shitjes me pakicë. Shitësve me pakicë u jepet një territor ekskluziv që korrespondon me qytetin, ose një lagje të qytetit, në të cilin ata ndodhen. Në shumicën e territoreve, katër liderët e tregut caktojnë të njëjtin shitës ekskluziv me pakicë ("shitës i shumëfishtë"), shpesh të vendosur në qendër dhe mjaft të specializuar në produktin përkatës. Pjesa e mbetur prej 20% e tregut kombëtar përbëhet nga prodhues të vegjël vendas, më i madhi prej së cilëve ka një pjesë tregu prej 5% në tregun kombëtar. Këta prodhues vendas i shesin produktet e tyre, në përgjithësi, përmes shitësve të tjerë me pakicë, kryesisht për shkak se shpërndarësit ekskluzivë të katër furnizuesve më të mëdhenj tregojnë në përgjithësi interes të ulët për të shitur marka më pak të njohura dhe më të lira. Ka një diferencim të fortë marke dhe produkti në treg. Katër liderët e tregut kanë fushata të mëdha reklamuese kombëtare dhe imazhe të forta marke, ndërsa prodhuesit dytësorë nuk i reklamojnë produktet e tyre në nivel kombëtar. Tregu është mjaft i maturuar, me kërkesë të qëndrueshme dhe pa produkte dhe risi të mëdha teknologjike. Produkti është relativisht i thjeshtë.

Në një treg të tillë oligopolistik, ekziston rreziku i marrëveshjes së fshehtë midis katër liderëve të tregut. Ky rrezik rritet përmes shitësve të shumëfishtë. Konkurrenca brenda markës është e kufizuar nga ekskluziviteti territorial. Konkurrenca midis katër markave kryesore është zvogëluar në nivelin e shitjes me pakicë, pasi një shitës me pakicë fikson çmimin e të katër markave në secilin territor. Shitja e shumëfishtë këtu nënkupton që, nëse një prodhues ul çmimin për markën e tij, shitësi me pakicë nuk do të jetë i zellshëm për t'ia transmetuar atë ulje çmimi konsumatorit pasi do të reduktonte shitjet dhe fitimet e tij të bëra me markat e tjera. Prandaj, prodhuesit kanë një interes të reduktuar për të hyrë në konkurrencë çmimesh me njëri-tjetrin. Konkurrenca e çmimeve ndërmjet markave ekziston kryesisht ndërmjet mallrave me imazh të ulët të markës të prodhuesve dytësorë. Argumentet

⁴⁹ Një shembull i këtij rasti është kur furnizuesi cakton një shpërndarës të dedikuar për t'iu përgjigjur ftesave për tender nga autoritetet publike në lidhje me pajisjet e IT-së ose furnizimet e zyrës.

e mundshme të eficientave për shpërndarësit ekskluzivë (të përbashkët) janë të kufizuara pasi produkti është relativisht i thjeshtë, rishitja nuk kërkon ndonjë investim apo trajnim specifik dhe reklamimi kryhet kryesisht në nivelin e prodhuesve.

Edhe pse secili prej liderëve të tregut ka një pjesë tregu nën pragun, kushtet e Nenit 5 të Ligjit mund të mos përmbushen dhe revokimi i përjashtimit në bllok mund të jetë i nevojshëm për marrëveshjet e lidhura me shpërndarësit pjesa e tregut e të cilëve është më e ulët se 30% e tregut ku operojnë ndërmarrjet.

142. Më poshtë jepet një shembull i ndarjes ekskluzive të klientit:

Një ndërmarrje ka zhvilluar një instalim të sofistikuar spërkatës. Ndërmarrja aktualisht ka një pjesë tregu prej 40 % në tregun e instalimeve spërkatëse. Kur filloi të shiste spërkatësin e sofistikuar, ajo kishte një pjesë të tregut prej 20% me një produkt më të vjetër. Instalimi i llojit të ri të spërkatësit varet nga lloji i ndërtesës ku është instaluar dhe nga përdorimi i ndërtesës (për shembull, zyra, uzina kimike ose spitale). Ndërmarrja ka caktuar një numër shpërndarësish për të shitur dhe instaluar spërkatësin e sofistikuar. Çdo shpërndarës duhej të trajnonte punonjësit e tij për kërkesat e përgjithshme dhe specifike të instalimit të spërkatësve të sofistikuar për një klasë të caktuar klientësh. Për të siguruar që shpërndarësit do të specializoheshin, ndërmarrja caktoi një klasë ekskluzive klientësh për secilin shpërndarës dhe ndaloi shitjet aktive për klasat ekskluzive të klientëve të tjerë. Pas 5 vjetësh, të gjithë shpërndarësit ekskluzivë do të lejohen të shesin në mënyrë aktive për të gjitha klasat e klientëve, duke i dhënë fund sistemit të ndarjes ekskluzive të klientëve. Furnizuesi pastaj mund të fillojë t'u shesë shpërndarësve të rinj. Tregu është mjaft dinamik, me dy hyrje të fundit dhe një numër zhvillimesh teknologjike. Konkurrentët kanë pjesë të tregut midis 5% dhe 25% dhe gjithashtu janë duke i përmirësuar produktet e tyre.

Meqenëse ekskluziviteti është me kohëzgjatje të kufizuar dhe ndihmon për t'u siguruar që shpërndarësit mund të rikuperojnë investimet e tyre dhe të përqendrojnë përpjekjet e tyre fillestare të shitjes në një klasë të caktuar klientësh në mënyrë që të mësojnë produktin, dhe pasi efektet e mundshme anti-konkurruese duken të kufizuara në treg dinamik, kushtet e Nenit 5 të Ligjit ka të ngjarë të përmbushen.

IV.6.2. Sistemet e shpërndarjes përzgjedhëse

IV.6.2.1. Përkufizimi i sistemeve të shpërndarjes përzgjedhëse

143. Në një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse, siç përcaktohet në nenin 2, paragrafi 1, pika g) të Rregullores, furnizuesi merr përsipër t'ia shesë mallrat ose shërbimet e kontratës, drejtpërdrejt ose tërthorazi, vetëm shpërndarësve të përzgjedhur në bazë të kriterëve të veçanta. Këta shpërndarës marrin përsipër mos t'ia shesin këto mallra ose shërbime shpërndarësve të paautorizuar brenda territorit të rezervuar nga furnizuesi për të zbatuar atë sistem.

144. Kriteret e përdorura nga furnizuesi për të zgjedhur shpërndarësit mund të jenë cilësore ose sasiore, ose të dyja. Kriteret sasiore kufizojnë drejtpërdrejt numrin e shpërndarësve, për shembull, duke vendosur një numër fiks shpërndarësish. Kriteret cilësore kufizojnë numrin e shpërndarësve në mënyrë indirekte, duke vendosur kushte që nuk mund të përmbushen nga të gjithë shpërndarësit, për shembull, në lidhje me gamën e produkteve që do të shiten, trajnimin e personelit të shitjeve, shërbimin që do të ofrohet në pikën e shitjes ose reklamimi dhe prezantimi i produkteve. Kriteret cilësore mund t'i referohen arritjes së objektivave të qëndrueshmërisë, si ndryshimi klimaterik, mbrojtja e mjedisit ose kufizimi i përdorimit të burimeve natyrore. Për shembull, furnizuesit mund të kërkojnë që shpërndarësit të ofrojnë shërbime rimbushjeje ose pajisje riciklimi në pikat e tyre të shitjes ose të sigurojnë që mallrat të shpërndahen me mjete të qëndrueshme, si biçikleta me rimorkio në vend të automjeteve.

145. Sistemet e shpërndarjes përzgjedhëse janë të krahasueshme me sistemet e shpërndarjes ekskluzive përsa i takon kufizimit të numrit të shpërndarësve të autorizuar dhe mundësitë e rishitjes. Dallimi kryesor midis dy llojeve të sistemeve të shpërndarjes qëndron në natyrën e mbrojtjes që i jepet shpërndarësit. Në një sistem shpërndarjeje ekskluzive, shpërndarësi mbrohet nga shitjet aktive nga jashtë territorit të tij ekskluziv, ndërsa në një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse, shpërndarësi mbrohet nga shitjet aktive dhe pasive nga shpërndarës të paautorizuar.

IV.6.2.2. Zbatimi i Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit në sistemet e shpërndarjes përzgjedhëse

146. Rreziqet e mundshme mbi konkurrencën të sistemeve të shpërndarjes përzgjedhëse përfshijnë një reduktim të konkurrencës brenda markës dhe, veçanërisht në rastin e një efekti kumulativ, mbyllja e tregut për disa lloje shpërndarësish, si dhe zbutjen e konkurrencës dhe lehtësimin e marrëveshjeve të fshehta midis furnizuesëve ose midis blerësve, për shkak të kufizimit të numrit të blerësve.
147. Për të vlerësuar përputhshmërinë e një sistemi të shpërndarjes përzgjedhëse me Nenin 4 dhe Nenin 5 të Ligjit, fillimisht është e nevojshme të përcaktohet nëse sistemi bie në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit. Për këtë qëllim, duhet të bëhet një dallim midis shpërndarjes përzgjedhëse vetëm cilësore dhe shpërndarjes përzgjedhëse sasiore.
148. Shpërndarja përzgjedhëse vetëm cilësore mund të bjerë jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit me kusht që të plotësohen tre kushtet e paraqitura në paragrafin më poshtë, pasi me plotësimin e tyre mund të supozohet se kufizimi i konkurrencës brenda markës që lidhet me shpërndarjen përzgjedhëse kompensohet nga një përmirësim i konkurrencës ndërmjet markave në cilësi⁵⁰.
149. Tre kriteret mund të përmbledhen si më poshtë: së pari, natyra e mallrave ose shërbimeve në fjalë duhet të kërkojë një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse. Kjo do të thotë se, duke pasur parasysh natyrën e produktit në fjalë, një sistem i tillë duhet të përbëjë një kërkesë legjitime për të ruajtur cilësinë e tij dhe për të siguruar përdorimin e duhur të tij. Për shembull, përdorimi i shpërndarjes përzgjedhëse mund të jetë legjitim për produkte me cilësi të lartë ose të teknologjisë së lartë⁵² ose për mallra luksi⁵³. Cilësia e këtyre mallrave mund të rezultojë jo vetëm nga karakteristikat e tyre materiale, por edhe nga atmosfera e luksit që i rrethon ato. Prandaj, krijimi i një sistemi të shpërndarjes përzgjedhëse që kërkon të sigurojë që mallrat të shfaqen në një mënyrë që kontribuon në ruajtjen e asaj atmosfere luksi mund të jetë i nevojshëm për të ruajtur cilësinë e tyre⁵⁴. Së dyti, rishitësit duhet të zgjidhen në bazë të kriterëve objektive cilësore, të cilat janë të përcaktuara në mënyrë uniforme për të gjithë rishitësit e mundshëm dhe

⁵⁰ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 25 tetorit 1977, *Metro v Commission*, Çështja 26/76, EU:C:1977:167, paragrafët 20 dhe 21 (më tej “Çështja C-26/76 - *Metro v Commission*”); 11 dhjetorit 1980, *L’Oréal v De Nieuwe AMCK*, C-31/80, EU:C:1980:289, paragrafët 15 dhe 16 (më tej “Çështja C-31/80 - *L’Oréal v De Nieuwe AMCK*”); 13 tetorit 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v Président de l’Autorité de la concurrence*, Çështja C-439/09, EU:C:2011:649, paragrafi 41 (më tej “Çështja C-439/09 - *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique*”); 6 dhjetorit 2017, *Coty Germany GmbH v Parfümerie Akzente GmbH*, Çështja C-230/16, EU:C:2017:941, paragrafi 24 (më tej “Çështja C-230/16 - *Coty Germany*”).

⁵¹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-26/76 - *Metro v Commission*, paragrafët 20 deri 22; vendimet e 25 tetorit 1983, *AEG v Commission*, Çështja C-107/82, EU:C:1983:293, paragrafët 33, 34 dhe 73 (më tej “Çështja C-107/82 - *AEG v Commission*”); 22 tetorit 1986, *Metro v Commission*, C-75/84, EU:C:1986:399, paragrafët 45; 12 dhjetorit 1996, *Leclerc v Commission*, Çështja T-88/92, EU:T:1996:192, paragrafi 106.

⁵² Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-26/76 - *Metro v Commission*; dhe Çështja C-107/82 - *AEG v Commission*.

⁵³ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-230/16 - *Coty Germany*.

⁵⁴ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-230/16 - *Coty Germany*, paragrafët 25 deri 29.

nuk zbatohen në mënyrë diskriminuuese. Së treti, kriteret e përcaktuara nuk duhet të shkojnë përtej asaj që është e nevojshme⁵⁵.

150. Vlerësimi nëse kriteret janë përmbushur kërkon jo vetëm një vlerësim të përgjithshëm të marrëveshjes së shpërndarjes përzgjedhëse, por edhe një analizë të veçantë të secilës klauzolë potencialisht kufizuese të marrëveshjes⁵⁶. Kjo nënkupton, në veçanti, vlerësimin nëse klauzola kufizuese në fjalë është e përshtatshme në dritën e objektivit të ndjekur nga sistemi i shpërndarjes përzgjedhëse dhe nëse klauzola shkon përtej asaj që është e nevojshme për të arritur këtë objektiv⁵⁷. Kufizimet e rënda nuk e plotësojnë këtë test proporcionaliteti. Në të kundërt, për shembull, mund të jetë proporcionale që një furnizues i mallrave luksoze t'i ndalojë shpërndarësit e tij të autorizuar të përdorin tregjet online, për sa kohë që kjo nuk pengon në mënyrë indirekte përdorimin efektiv të internetit nga shpërndarësi i autorizuar për të shitur mallrat në territore ose klientë të veçantë⁵⁸. Në veçanti, një ndalim i tillë për përdorimin e tregjeve online nuk do të kufizonte shitjet në territore ose klientë të veçantë ku shpërndarësi i autorizuar mbetet i lirë të operojë dyqanin e tij online dhe të reklamojë në internet me qëllim rritjen e informimit për aktivitetet e tij në internet dhe tërheqjen e klientëve të mundshëm⁵⁹. Në atë rast, klauzola kufizuese, nëse është proporcionale, bie jashtë objektivit të Nenit 4(1) të Ligjit dhe nuk kërkohet analizë e mëtejshme.
151. Pavarësisht nëse ato përmbushin kriteret e përcaktuara më sipër, marrëveshjet e shpërndarjes përzgjedhëse cilësore dhe/ose sasiore mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, me kusht që pjesët e tregut si të furnizuesit ashtu edhe të blerësit nuk e kalojnë 30 % dhe marrëveshja nuk përmban ndonjë kufizim të rëndë⁶⁰. Përfitimi i përjashtimit nuk humbet nëse shpërndarja përzgjedhëse kombinohet me kufizime të tjera vertikale jo të rënda, siç janë detyrimet për të mos konkurruar siç përcaktohet në nenin 2, paragrafi 1, pika f) të Rregullores. Përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores zbatohet pavarësisht nga natyra e produktit në fjalë dhe nga natyra e kriterëve përzgjedhëse. Për më tepër, furnizuesi nuk është i detyruar të publikojë kriteret e tij të përzgjedhjes⁶¹.
152. Kur në një rast të veçantë një marrëveshje shpërndarje përzgjedhëse që përfiton nga përjashtimi në bllok kufizon ndjeshëm konkurrencën në nivel furnizuesi ose shpërndarësi dhe nuk gjeneron efienca që tejkalojnë efektet e kufizimit, për shembull sepse kriteret e përzgjedhjes nuk janë të lidhura me karakteristikat e produkti ose nuk janë të nevojshme për të përmirësuar shpërndarjen e produktit, përfitimi i përjashtimit në bllok mund të revokohet.

IV.6.2.3. Udhëzime për vlerësimin individual të marrëveshjeve të shpërndarjes përzgjedhëse

153. Jashtë fushëveprimit të Rregullores, pozicioni në treg i furnizuesit dhe konkurrentëve të tij është i një rëndësie kryesore në vlerësimin e efekteve të mundshme anti-konkurrese, pasi humbja e konkurrencës brenda markës është, në parim, problematike vetëm aty ku konkurrenca ndërmjet markave është e kufizuar⁶². Sa më i fortë të jetë pozicioni i furnizuesit, veçanërisht mbi pragu prej 30%, aq më i lartë është rreziku për konkurrencën që rezulton nga humbja e konkurrencës

⁵⁵ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-26/76 - Metro v Commission, paragrafët 20 dhe 21; Çështja C-31/80 - L'Oréal v De Nieuwe AMCK, paragrafët 15 dhe 16; Çështja C-107/82 - AEG v Commission, paragrafi 35; 27 shkurtit 1992, Vichy v Commission, Çështja T-19/91, EU:T:1992:28, paragrafi 65.

⁵⁶ Shih paragrafin 149.

⁵⁷ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-230/16 – Coty Germany, paragrafët 43 deri 58.

⁵⁸ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-230/16 – Coty Germany, në veçanti paragrafi 67; shih gjithashtu paragrafin 208 të këtij Udhëzimi.

⁵⁹ Shih gjithashtu paragrafin 208.

⁶⁰ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-439/09 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, paragrafi 54. Shih gjithashtu Seksionin 6.1.2.3.2.

⁶¹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Me analogji vendimi i 14 qershorit 2012, Auto 24 SARL v Jaguar Land Rover France SAS, Çështja C-158/11, EU:C:2012:351, paragrafi 31.

⁶² Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-306/20 - Visma Enterprise, paragrafi 78.

brenda markës. Një faktor tjetër i rëndësishëm është numri i rrjeteve të shpërndarjes përzgjedhëse të pranishme në të njëjtin treg përkatës. Kur shpërndarja përzgjedhëse aplikohet vetëm nga një furnizues në treg, shpërndarja përzgjedhëse sasiore në përgjithësi nuk çon në efekte anti-konkurruese. Megjithatë, në praktikë, shpërndarja përzgjedhëse shpesh aplikohet nga disa furnizues në një treg të caktuar (efekti kumulativ).

154. Në rastin e një efekti kumulativ, është e nevojshme të merret parasysh pozicioni në treg i furnizuesve që aplikojnë shpërndarjen përzgjedhëse: kur shpërndarja përzgjedhëse përdoret nga shumica e furnizuesve kryesorë në një treg, kjo mund të çojë në mbylljen e tregut për disa lloj shpërndarësish, për shembull ata që bëjnë ulje të çmimeve. Rreziku i mbylljes së tregut i shpërndarësve më eficientë është më i madh në rastin e shpërndarjes përzgjedhëse sesa në shpërndarjen ekskluzive, duke pasur parasysh se sipas një sistemi të shpërndarjes përzgjedhëse shitjet për shpërndarësit e paautorizuar janë të kufizuara. Ky kufizim është krijuar për t'u dhënë sistemeve të shpërndarjes përzgjedhëse një karakter të mbyllur në të cilin vetëm shpërndarësit e autorizuar që plotësojnë kriteret kanë akses në produkt, ndërkohë që e bën të pamundur për shpërndarësit e paautorizuar marrjen e furnizimeve. Prandaj, shpërndarja përzgjedhëse është veçanërisht e përshtatshme për të shmangur presionin nga zbritësit e çmimeve (qoftë shpërndarësit offline ose ata vetëm në internet) mbi marzhin e fitimit të prodhuesit, si dhe në marzhin e fitimit të shpërndarësve të autorizuar. Përfundimi i formateve të tilla të shpërndarjes, qoftë si rezultat i përdorimit kumulativ të shpërndarjes përzgjedhëse ose nga përdorimi i tij nga një furnizues i vetëm me një pjesë tregu që tejkalon 30%, zvogëlon mundësitë që konsumatorët të përfitojnë nga përfitimet specifike të ofruara nga ato formate të shpërndarjes, si p.sh., çmimet më të ulëta, më shumë transparencë dhe qasje më të gjerë në produkt.
155. Kur rrjetet individuale të shpërndarjes përzgjedhëse përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga Rregullorja, revokimi i përjashtimit në bllok ose moszbatimi i Rregullores mund të merret parasysh kur rrjete të tilla krijojnë efekte kumulative kundër konkurrencës. Megjithatë, efekte të tilla kumulative anti-konkurruese nuk kanë gjasa të lindin kur pjesa totale e tregut të mbuluar nga shpërndarja përzgjedhëse nuk kalon 50 %. Shqetësimet mbi konkurrencën gjithashtu nuk ka gjasa të lindin kur mbulimi i tregut tejkalon 50 %, por pjesa e përgjithshme e tregut të pesë furnizuesve më të mëdhenj nuk kalon 50 %. Kur pjesa e pesë furnizuesve më të mëdhenj dhe pjesa e tregut të mbuluar nga shpërndarja përzgjedhëse tejkalojnë 50 %, vlerësimi mund të ndryshojë në varësi të faktit nëse të pesë furnizuesit më të mëdhenj aplikojnë ose jo shpërndarjen përzgjedhëse. Sa më i fortë të jetë pozicioni i konkurrentëve që nuk aplikojnë shpërndarje përzgjedhëse, aq më pak ka gjasa që shpërndarësit e tjerë të mbyllën nga tregu. Shqetësimet mbi konkurrencën mund të lindin kur të pesë furnizuesit më të mëdhenj aplikojnë shpërndarje përzgjedhëse. Ky ka të ngjarë të jetë rasti, në veçanti, kur marrëveshjet e lidhura nga furnizuesit më të mëdhenj përbajnë kriteret sasiore të përzgjedhjes që kufizojnë drejtpërdrejt numrin e shpërndarësve të autorizuar, ose kur kriteret cilësore të aplikuar përjashtojnë disa formate të shpërndarjes, të tilla si një kërkesë për të pasur një ose më shumë dyqane fizike ose për të ofruar shërbime specifike që zakonisht mund të ofrohen vetëm në një format të caktuar shpërndarjeje.
156. Kushtet e Nenit 5 të Ligjit, në përgjithësi, nuk ka gjasa të përmbushen nëse sistemet e shpërndarjes përzgjedhëse që kontribuojnë në efektin kumulativ përjashtojnë nga tregu shpërndarës të rinj që janë të aftë të shesin në mënyrë adekuate produktet në fjalë, veçanërisht ata që ulin çmimet ose shpërndarësit vetëm në internet që ofrojnë çmime më të ulëta për konsumatorët, duke kufizuar kështu shpërndarjen, në avantazh të disa kanaleve ekzistuese dhe në dëm të konsumatorëve fundorë. Forma më indirekte të shpërndarjes përzgjedhëse sasiore, që rezultojnë për shembull nga kombinimi i kriterëve të përzgjedhjes thjesht cilësore me një kërkesë që shpërndarësit të arrijnë një sasi minimale të blerjeve vjetore, kanë më pak gjasa të prodhojnë efekte negative neto, veçanërisht nëse shumica minimale nuk përfaqëson një pjesë të

konsiderueshme të xhiros totale të shpërndarësit nga lloji i produkteve në fjalë dhe nuk shkon përtej asaj që është e nevojshme që furnizuesi të rikuperojë investimin e tij specifik për marrëdhëniet dhe/ose realizojë ekonomitë e shkallës në shpërndarje. Një furnizues me një pjesë tregu jo më shumë se 5 % konsiderohet, në përgjithësi, se nuk kontribuon ndjeshëm në një efekt kumulativ.

157. Pengesat në hyrje janë kryesisht të rëndësishme në rastin e mbylljes së tregut për shpërndarësit e paautorizuar. Pengesat në hyrje mund të jenë të rëndësishme kur shpërndarja përzgjedhëse zbatohet nga prodhuesit e produkteve të markës, pasi në përgjithësi do të duhet kohë dhe investime të konsiderueshme për shpërndarësit e përjashtuar nga sistemi i shpërndarjes përzgjedhëse për të hedhur në treg markat e tyre ose për të marrë furnizime konkurruese diku tjetër.
158. Fuqia blerëse mund të rrisë rrezikun e marrëveshjeve të fshehta midis shpërndarësve. Shpërndarësit që mbajnë një pozicion të fortë në treg mund t'i shtyjnë furnizuesit të aplikojnë kriteret e përzgjedhjes që ndalojnë qasjen në treg për shpërndarësit e rinj dhe më eficientë. Rrjedhimisht, fuqia blerëse mund të ndryshojë në mënyrë të konsiderueshme analizën e efekteve të mundshme anti-konkurruese të shpërndarjes përzgjedhëse. Mbyllja e tregut për shpërndarësit më eficientë mund të lindë kur një organizatë e fortë shpërndarësisë vendos kritere përzgjedhjeje mbi furnizuesin që synon të kufizojë shpërndarjen në avantazhin e anëtarëve të saj.
159. Në bazë të nenit 6, paragrafi 1, pika c) të Rregullores, furnizuesi nuk mund të vendosë një detyrim që i detyron shpërndarësit e autorizuar, qoftë drejtpërdrejt apo tërthorazi, të mos shesin markat e furnizuesve të veçantë konkurrues. Kjo dispozitë synon të dekurajojë marrëveshjet e fshehta horizontale për të përjashtuar markat e veçanta nëpërmjet krijimit të një grupi selektiv të markave nga furnizuesit kryesorë. Një detyrim i tillë nuk ka gjasa të jetë i përjashtueshëm kur pjesa e kombinuar e tregut e pesë furnizuesve më të mëdhenj është e barabartë ose e kalon 50%, përveç nëse asnjë nga furnizuesit që vendosin një detyrim të tillë nuk i përket pesë furnizuesve më të mëdhenj në treg.
160. Shqetësimet mbi konkurrencën në lidhje me mbylljen e tregut për furnizuesit e tjerë në përgjithësi nuk do të lindin për sa kohë që furnizuesit e tjerë nuk pengohen të përdorin të njëjtët shpërndarës, siç mund të ndodhë kur, për shembull, shpërndarja përzgjedhëse kombinohet me detyrimet për një markë të vetme. Në rastin e një rrjeti të dendur të shpërndarësve të autorizuar ose në rastin e një efekti kumulativ, kombinimi i shpërndarjes përzgjedhëse dhe një detyrimi për të mos konkurruar mund të përbëjë rrezik për mbylljen e tregut për furnizues të tjerë. Në këtë rast zbatohen udhëzimet në lidhje me “markën e vetme” të përcaktuara në Seksionin VIII.2.1. Aty ku shpërndarja përzgjedhëse nuk kombinohet me një detyrim për mos konkurruar, mbyllja e tregut për furnizuesit konkurrues mund të jetë e mundshme. Ky është rasti kur furnizuesit kryesorë zbatojnë jo vetëm kritere thjesht cilësore përzgjedhjeje, por gjithashtu iu imponojnë shpërndarësve të tyre disa detyrime shtesë, siç është detyrimi për të rezervuar një hapësirë minimale rafti për produktet e furnizuesit ose për të siguruar që shitjet e produkteve të furnizuesit nga shpërndarësi të arrijnë një pjesë minimale të xhiros totale të shpërndarësit. Një problem i tillë nuk ka gjasa të lindë nëse pjesa e tregut të mbuluar nga shpërndarja përzgjedhëse nuk kalon 50% ose, kur ky raport mbulimi tejkalohet, nëse pjesa e tregut e pesë furnizuesve më të mëdhenj nuk kalon 50%.
161. Vlerësimi i dinamikës së tregut është i rëndësishëm, pasi kërkesa në rritje, ndryshimi i teknologjive dhe ndryshimi i pozicioneve në treg mund t'i bëjnë efektet negative më pak të mundshme sesa do të ishin në rastin e tregjeve të maturuara.

162. Shpërndarja përzgjedhëse mund të jetë efiçente kur çon në kursime në kostot logjistike për shkak të ekonomive të shkallës në transport, të cilat mund të ndodhin pavarësisht nga natyra e produktit (shiko paragrafin 16, pika g). Megjithatë, kjo lloj efiçence është zakonisht vetëm marginal në sistemet e shpërndarjes përzgjedhëse. Për të vlerësuar nëse shpërndarja përzgjedhëse është e justifikuar për të ndihmuar në zgjidhjen e problemit të përfitimit të padrejtë (*free riding*) midis shpërndarësve (shih paragrafin 16, pika b) ose për të ndihmuar në krijimin ose ruajtjen e një imazhi të markës (shih paragrafin 16, pika h), është e rëndësishme natyra e produktit. Në përgjithësi, përdorimi i shpërndarjes përzgjedhëse për arritjen e këtyre llojeve të efiçencës ka më shumë gjasa të justifikohet për produkte të reja, produkte komplekse ose produkte, cilësitë e të cilave është e vështirë të gjykohen para konsumit (të ashtuquajturat produkte të përvojës) apo edhe pas konsumit (të ashtuquajturat produkte të besueshmërisë). Kombinimi i shpërndarjes përzgjedhëse me një klauzolë vendndodhjeje, me qëllim mbrojtjen e një shpërndarësi të autorizuar nga konkurrenca me shpërndarës të tjerë të autorizuar që hapin një dyqan në afërsi të tij, mund të përmbushë veçanërisht kushtet e Nenit 5 të Ligjit nëse kombinimi është i domosdoshëm për të mbrojtur investimet thelbësore dhe ato për marrëdhënien specifike të bëra nga shpërndarësi i autorizuar (shih paragrafin 16, pika e)). Për të siguruar që të përdoret kufizimi më pak anti-konkurrues, është e rëndësishme të vlerësohet nëse të njëjtat efiçenca mund të arrihen me një kosto të krahasueshme, për shembull, duke vendosur vetëm kërkesa të shërbimit.
163. Më poshtë jepet një shembull i shpërndarjes përzgjedhëse sasiore:

Në një treg për mallra të qëndrueshme konsumi, prodhuesi i markës A, i cili është lider në treg me një pjesë tregu prej 35 %, ua shet produktin konsumatorëve përmes një sistemi të shpërndarjes përzgjedhëse. Ekzistojnë disa kritere për pranimin në sistem: dyqani duhet të punësojë staf të trajnuar dhe të ofrojë shërbime të para-shitjes; duhet të ketë një zonë të specializuar në dyqan të dedikuar për shitjet e produktit dhe produkteve të ngjashme të teknologjisë së lartë; dhe dyqani është i detyruar të shesë një gamë të gjerë modelesh të furnizuesit dhe t'i ekspozojë ato në një mënyrë tërheqëse. Për më tepër, numri i shitësve me pakicë të pranueshëm në sistem është i kufizuar drejtpërdrejt përmes vendosjes së një numri maksimal shitësish me pakicë për numër banorësh në çdo krahinë ose zonë urbane. Prodhuesi A ka gjashtë konkurrentë në atë treg. Prodhuesit e markave B, C dhe D janë konkurrentët e tij më të mëdhenj me pjesë të tregut përkatësisht 25%, 15% dhe 10%, ndërsa prodhuesit e tjerë kanë pjesë më të vogla të tregut. A është i vetmi prodhues që përdor shpërndarje përzgjedhëse. Shpërndarësit përzgjedhës të markës A gjithmonë kanë të bëjnë me disa marka konkurruese. Megjithatë, markat konkurruese shiten gjithashtu gjerësisht në dyqane që nuk janë anëtarë të sistemit të shpërndarjes përzgjedhëse të prodhuesit A. Ka kanale të ndryshme shpërndarjeje: për shembull, markat B dhe C shiten në shumicën e dyqaneve të zgjedhura të A, por edhe në dyqane të tjera që ofrojnë shërbime me cilësi të lartë dhe në hipermarkete. Marka D shitet kryesisht në dyqane me shërbime të larta. Teknologjia po evoluon mjaft shpejt në këtë treg dhe furnizuesit kryesorë ruajnë një imazh të fortë cilësor për produktet e tyre përmes reklamave.

Në këtë treg, raporti i mbulimit të shpërndarjes përzgjedhëse është 35 %. Konkurrenca ndërmjet markave nuk ndikohet drejtpërdrejt nga sistemi i shpërndarjes përzgjedhëse të A. Konkurrenca brenda markës për markën A mund të reduktohet, por konsumatorët kanë qasje në shitës me pakicë me shërbime të vogla/çmim të ulët për markat B dhe C, të cilët kanë një imazh cilësor të krahasueshëm me markën A. Për më tepër, qasja në shitës me pakicë me shërbime të larta për markat e tjera nuk është e përjashtuar, pasi nuk ka kufizim në kapacitetin e shpërndarësve të zgjedhur për të shitur markat konkurruese dhe kufizimi sasior mbi numrin e shpërndarësve për markën A i lë të lirë shitësit e tjerë me shërbim të lartë për

të shpërndarë markat konkurruese. Në këtë rast, në kuadër të kërkesave të shërbimit dhe efikasave që këto ka të ngjarë të gjenerojnë dhe efektit të kufizuar në konkurrencën brenda markës, kushtet e Nenit 5 të Ligjit ka të ngjarë të përmbushen.

164. Më poshtë jepet një shembull i shpërndarjes përzgjedhëse me efekte kumulative:

Në një treg për një artikull të veçantë sportiv, ka shtatë prodhues, pjesët përkatëse të të cilëve janë 25 %, 20 %, 15 %, 15 %, 10 %, 8 % dhe 7 %. Pesë prodhuesit më të mëdhenj i shpërndajnë produktet e tyre përmes shpërndarjes përzgjedhëse, ndërsa dy më të vegjlit përdorin lloje të ndryshme të sistemeve të shpërndarjes, gjë që rezulton në një raport mbulimi të shpërndarjes përzgjedhëse prej 85%. Kriteret për qasje në sistemet e shpërndarjes përzgjedhëse janë të njëjta nga prodhuesit: shpërndarësit duhet të kenë një ose më shumë dyqane fizike; dyqanet kërkohet të kenë personel të trajnuar dhe të ofrojnë shërbime të para-shitjes; duhet të ketë një zonë të specializuar në dyqan të dedikuar për shitjen e produktit; dhe specifikohet një madhësi minimale për atë zonë. Përveç kësaj, dyqani është i detyruar të shesë një gamë të gjerë të markës në fjalë dhe të shfaqë produktin në një mënyrë tërheqëse; dyqani duhet të jetë i vendosur në një rrugë tregtare dhe ai lloj produkti duhet të përfaqësojë të paktën 30 % të xhiros totale të dyqanit. Në përgjithësi, i njëjti shpërndarës është i autorizuar për të pestë markat. Dy prodhuesit që nuk përdorin shpërndarje përzgjedhëse zakonisht shesin përmes shitësve më pak të specializuar me nivele më të ulëta shërbimi. Tregu është i qëndrueshëm, si nga ana e ofertës ashtu edhe nga ana e kërkesës, dhe ka një diferencim të fortë të produktit me imazhin e markës që është i rëndësishëm. Pesë liderët e tregut kanë imazhe të forta të markave të fituara përmes reklamave dhe sponsorizimeve, ndërsa dy prodhuesit më të vegjël kanë një strategji të produkteve më të lira, pa imazh të fortë të markës.

Në këtë treg, qasja në pesë markat kryesore nga zbritësit e përgjithshëm të çmimeve (general price discounters) dhe shpërndarësit vetëm në internet, mohohet. Kjo sepse kërkesa që produkti të përfaqësojë të paktën 30% të aktivitetit të shpërndarësve dhe kriteret për prezantimin dhe shërbimet e para-shitjes përjashtojnë shumicën e zbritësve të çmimeve nga rrjeti i shpërndarësve të autorizuar. Për më tepër, kërkesa për të pasur një ose më shumë dyqane fizike përjashton nga rrjeti shpërndarësit vetëm në internet. Si pasojë, konsumatorët nuk kanë zgjidhje tjetër veçse të blejnë pesë markat kryesore në dyqanet me shërbime të larta/çmime të larta. Kjo çon në uljen e konkurrencës ndërmjet markave midis pesë markave kryesore. Fakti që dy markat më të vogla mund të blihen në dyqane me shërbime të pakta/çmime të ulëta nuk e kompenson këtë, sepse imazhi i markës së pesë liderëve të tregut është shumë më i mirë. Konkurrenca ndërmjet markave është gjithashtu e kufizuar përmes shitësve të shumtë. Edhe pse ekziston një shkallë e konkurrencës brenda markës dhe numri i shpërndarësve nuk është i kufizuar drejtpërdrejt, kriteret për pranim janë mjaft të rrepta të cilat çojnë në një numër të vogël shpërndarësish për pesë markat kryesore në secilin territor.

Efiçenca e lidhur me sisteme të tilla sasiore të shpërndarjes përzgjedhëse është i ulët: produkti nuk është shumë kompleks dhe nuk justifikon një shërbim të lartë. Nëse prodhuesit nuk mund të provojnë se ka efiçenca të qarta që lidhen me sistemin e tyre të shpërndarjes përzgjedhëse, ka të ngjarë që përfitimi i përjashtimit në bllok do të duhet të revokohet, për shkak të pranisë së efekteve kumulative anti-konkurruese që rezultojnë në më pak mundësi për zgjedhje dhe çmime më të larta për konsumatorët.

IV.6.3. *Franchising*

165. Marrëveshjet franchising përmbajnë licenca të DPI që kanë të bëjnë, në veçanti, me markat tregtare ose shenjat dhe njohuritë praktike për përdorimin dhe shpërndarjen e mallrave ose shërbimeve. Përveç licencës së DPI, franshizdhënësi zakonisht i ofron franshizëmarrësit asistencë komerciale ose teknike gjatë kohëzgjatjes së marrëveshjes. Licenca dhe asistencja janë komponentë integrale të metodës së biznesit që po jepet nëpërmjet franchising. Franshizdhënësit në përgjithësi i paguhet një tarifë ekskluziviteti nga franshizëmarrësi për përdorimin e metodës së caktuar të biznesit. Franchising mund t'i mundësojë franshizdhënësit të krijojë, me investime të kufizuara, një rrjet uniform për shpërndarjen e produkteve të tij. Përveç përcaktimit të metodës së biznesit, marrëveshjet franchising zakonisht përmbajnë një kombinim të kufizimeve të ndryshme vertikale në lidhje me produktet që shpërndahen, për shembull shpërndarjen përzgjedhëse dhe/ose detyrime për të mos konkurruar.
166. Franchising (me përjashtim të marrëveshjeve të franchising industrial) ka disa karakteristika specifike, të tilla si përdorimi i një emri uniformë biznesi, metoda uniformë biznesi (përfshirë licencimin e DPI) dhe pagesa e honorareve në këmbim të përfitimeve të dhëna. Në funksion të këtyre karakteristikave, dispozitat që janë rreptësisht të nevojshme për funksionimin e sistemeve franchising mund të konsiderohen se janë jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit. Kjo ka të bëjë, për shembull, me kufizimet që e pengojnë franshizëmarrësin të përdorë njohuritë praktike dhe ndihmën e ofruar nga franshizdhënësi për përfitim nga konkurrentët e franshizdhënësit⁶³ dhe detyrimet për të mos konkurruar në lidhje me mallrat ose shërbimet e blera nga franshizëmarrësi që janë të nevojshme për të ruajtur identitetin dhe reputacionin e përbashkët të rrjetit të franchising. Në rastin e fundit, kohëzgjatja e detyrimit për të mos konkurruar është e parëndësishme, me kusht që të mos kalojë kohëzgjatjen e marrëveshjes së franchising.
167. Marrëveshjet franchising mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores kur as pjesët e tregut të furnizuesit dhe as të blerësit nuk kalojnë 30%. Udhëzime specifike për llogaritjen e pjesëve të tregut në kontekstin e franchising jepen në paragrafin 174. Licencimi i DPI të përfshira në marrëveshjet franchising trajtohet në paragrafët 71-87. Kufizimet vertikale të përfshira në marrëveshjet franchising do të vlerësohen duke përdorur parimet e zbatueshme për sistemin e shpërndarjes që korrespondon më së afërmi me marrëveshjen specifike të franchising. Për shembull, një marrëveshje franchising që rezulton në një rrjet të mbyllur, ku franshizëmarrësit janë të ndaluar të shesin tek ata që nuk janë franshizëmarrës, duhet të vlerësohet sipas parimeve të zbatueshme për shpërndarjen përzgjedhëse. Në të kundërt, një marrëveshje franchising që nuk krijon një rrjet të mbyllur, por që jep ekskluzivitet territorial dhe mbrojtje nga shitjet aktive nga franshizëmarrësit e tjerë, duhet të vlerësohet sipas parimeve të zbatueshme për shpërndarjen ekskluzive.
168. Marrëveshjet franchising që nuk mbulohen nga Rregullorja kërkojnë një vlerësim individual sipas Nenit 4(1) dhe Nenit 5 të Ligjit. Ky vlerësim duhet të marrë parasysh se sa më i rëndësishëm të jetë transferimi i njohurive praktike, aq më shumë ka të ngjarë që kufizimet vertikale të krijojnë efikasitet dhe/ose të jenë të domosdoshme për të mbrojtur njohuritë praktike duke përmbushur kështu kushtet e Nenit 5 të Ligjit.
169. Më poshtë jepet një shembull i franchising:

Një prodhues ka zhvilluar një format të ri për shitjen e ëmbëlsirave në të ashtuquajturat "ëmbëltore zbavitëse", ku ëmbëlsirat mund të ngjyrosen sipas kërkesës së konsumatorit.

⁶³ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 28 janarit 1986, Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis, C-161/84, EU:C:1986:41, paragrafi 16.

Prodhuesi i ëmbëlsirave ka zhvilluar gjithashtu makina për ngjyrosjen e ëmbëlsirave dhe prodhon lëngje ngjyrosëse. Cilësia dhe freskia e lëngut është e një rëndësie themelore për prodhimin e ëmbëlsirave të mira. Prodhuesi pati sukses me ëmbëlsirat e tij përmes një numri pikash të shitjes me pakicë të tij që funksionojnë të gjitha me të njëjtin emër tregtar dhe me imazhin uniform zbavitës (për shembull, stili i zakonshëm i dyqanit dhe reklamimi). Për të zgjeruar shitjet, prodhuesi i ëmbëlsirave ka nisur një sistem franchising. Për të siguruar një cilësi uniformë të produktit dhe imazh të dyqanit, franshiz marrësit janë të detyruar të blejnë ëmbëlsirat, lëngjet dhe makinën ngjyruese nga prodhuesi, të operojnë me të njëjtin emër tregtar, të paguajnë një tarifë franchising, të kontribuojnë në reklamat e përbashkëta dhe të sigurojnë konfidencialitetin e manualit të funksionimit të përgatitur nga franshizdhënësi. Për më tepër, franshiz marrësve u lejohet të shesin vetëm në ambientet e rëna dakord tek përdoruesit fundorë ose franshiz marrësit e tjerë. Atyre nuk u lejohet të shesin ëmbëlsira të tjera në dyqanet e tyre. Franshizdhënësi merr përsipër të mos caktojë franshiz marrës të tjerë ose të operojë një pikë shitje me pakicë në një territor të caktuar me kontratë. Franshizdhënësi është gjithashtu i detyruar të përditësojë dhe zhvillojë më tej produktet e tij, perspektivën e biznesit dhe manualin e funksionimit dhe t'i bëjë këto përmirësime të disponueshme për të gjithë franshiz marrësit. Marrëveshjet e franchising janë lidhur për një kohëzgjatje prej 10 vjetësh.

Shitësit me pakicë të ëmbëlsirave blejnë ëmbëlsirat e tyre në një treg kombëtar ose nga prodhuesit kombëtarë ose nga shitësit me shumicë që importojnë ëmbëlsirat nga prodhues të huaj përveç shitjes së ëmbëlsirave nga prodhuesit kombëtarë. Në atë treg, produktet e franshizdhënësit konkurrojnë me një numër të markave kombëtare dhe ndërkombëtare të ëmbëlsirave, ndonjëherë të prodhuara nga shoqëri të mëdha ushqimore të larmishme. Pjesa e tregut të franshizdhënësit në treg për makineritë që ngjyrosin ushqimin është nën 10%. Franshizdhënësi ka një pjesë tregu prej 30 % në tregun e ëmbëlsirave që u shiten shitësve me pakicë. Ka shumë pika të shitjes së ëmbëlsirave në formën e pikave të shitësve të duhanit, shitësve të përgjithshëm të ushqimeve, kafeterive dhe dyqaneve të specializuara të ëmbëlsirave.

Shumica e detyrimeve të përfshira në marrëveshjet franchising mund të konsiderohen të nevojshme për të mbrojtur DPI ose për të ruajtur identitetin dhe reputacionin e përbashkët të rrjetit të franchising dhe kështu bien jashtë objektivit të Nenit 4(1) të Ligjit. Kufizimet në shitje (d.m.th., ndarja e një territori të kontratës dhe shpërndarja përzgjedhëse) sigurojnë një incentivë për franshiz marrësit për të investuar në franchising, makinën e ngjyrosjes dhe për të ndihmuar në ruajtjen e identitetit të përbashkët, duke kompensuar kështu humbjen e konkurrencës brenda markës. Klauzola e detyrimeve për të mos konkurruar që përjashton markat e tjera të ëmbëlsirave nga dyqanet për të gjithë kohëzgjatjen e marrëveshjeve i lejon franshizdhënësit të mbajë pika uniforme dhe parandalon që konkurrentët të përfitojnë nga emri i tij tregtar. Duke pasur parasysh numrin e lartë të pikave të shitjes në dispozicion të prodhuesve të tjerë të ëmbëlsirave, kjo nuk çon në ndonjë mbyllje të theksuar tregu. Rrjedhimisht, në masën që ato përfshihen në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit, marrëveshjet franchising ka të ngjarë të përmbushin kushtet e Nenit 5 të Ligjit.

V. PËRCAKTIMI I TREGUT DHE LLOGARITJA E PJESËS SË TREGUT.

V.1. Përcaktimi i tregut

170. Udhëzimi “Për përcaktimin e tregut përkatës” parashikon rregullat dhe kriteret që Autoriteti i Konkurrencës përdor kur shqyrton çështjen e përcaktimit të tregut. Prandaj, tregu përkatës për qëllimin e zbatimit të Nenit 4 dhe Nenit 5 të Ligjit për marrëveshjet vertikale duhet të

përcaktohet në bazë të atij udhëzimi, si dhe çdo udhëzimi të ardhshëm në lidhje me përcaktimin e tregut përkatës për qëllimet e Ligjit. Ky Udhëzim trajton vetëm çështje specifike që lindin në kontekstin e zbatimit të Rregullores dhe që nuk mbulohen nga Udhëzimi “Për përcaktimin e tregut përkatës”.

V.2. Llogaritja e pjesëve të tregut sipas Rregullores

171. Në përputhje me nenin 4 të Rregullores, pjesa e tregut e furnizuesit dhe blerësit janë vendimtare në përcaktimin nëse zbatohet përjashtimi në bllok. Në mënyrë që Rregullorja të zbatohet, pjesa e tregut e furnizuesit në tregun ku ai i shet mallrat ose shërbimet e kontratës blerësit dhe pjesa e tregut të blerësit në tregun ku ai blen mallrat ose shërbimet e kontratës nuk duhet të kalojnë 30%. Për marrëveshjet ndërmjet NVM, në përgjithësi nuk është e nevojshme të llogariten pjesët e tregut (shiko paragrafin 28).
172. Në nivelin e shpërndarjes, kufizimet vertikale zakonisht prekin jo vetëm shitjen e mallrave ose shërbimeve ndërmjet furnizuesit dhe blerësit, por edhe rishitjen e tyre. Meqenëse formate të ndryshme të shpërndarjes zakonisht konkurrojnë, tregjet në përgjithësi nuk përcaktohen nga forma e shpërndarjes që aplikohet, konkretisht shpërndarja ekskluzive, përzgjedhëse ose ajo e lirë. Në sektorët ku furnizuesit përgjithësisht shesin një portofol mallrash ose shërbimesh, i gjithë portofoli mund të përcaktojë tregun, nëse portofolat, dhe jo mallrat ose shërbimet individuale të përfshira në portofol, konsiderohen si të zëvendësueshëm nga blerësit.
173. Kur një marrëveshje vertikale përfshin tre palë, ku secila vepron në një nivel të ndryshëm tregtie, pjesa e tregut të secilës palë nuk duhet të kalojë 30% në mënyrë që të zbatohet Rregullorja. Siç specifikohet në nenin 4, paragrafi 2 të Rregullores, kur në një marrëveshje shumëpalëshe një ndërmarrje (ndërmarrja e parë) blen mallrat ose shërbimet e kontratës nga një ndërmarrje që është palë në marrëveshje dhe ia shet mallrat ose shërbimet e kontratës një ndërmarrje tjetër që është gjithashtu palë në marrëveshje, Rregullorja zbatohet vetëm nëse pjesa e tregut e ndërmarrjes së parë nuk e kalon pragun prej 30 % qoftë si blerës dhe si furnizues. Nëse, për shembull, në një marrëveshje ndërmjet një prodhuesi, një shitësi me shumicë (ose shoqatë e shitësve me pakicë) dhe një shitësi me pakicë, bihet dakord për një detyrim për të mos konkurruar, atëherë pjesët e tregut të prodhuesit dhe shitësit me shumicë (ose shoqatës së shitësve me pakicë) në tregjet përkatëse të tyre të furnizimit nuk duhet të kalojnë 30% dhe pjesa e tregut të shitësit me shumicë (ose shoqatës së shitësve me pakicë) dhe shitësit me pakicë nuk duhet të kalojë 30% në tregjet e tyre përkatëse të blerjes në mënyrë që të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores.
174. Kur marrëveshja vertikale, përveç furnizimit të mallrave ose shërbimeve të kontratës, përmban gjithashtu dispozita të DPI (të tilla si një dispozitë në lidhje me përdorimin e markës tregtare të furnizuesit), të cilat e ndihmojnë blerësin të tregtojë mallrat ose shërbimet e kontratës, pjesa e tregut të furnizuesit në tregun ku shet mallrat ose shërbimet e kontratës është e rëndësishme për zbatimin e Rregullores. Kur një franshizdhënës nuk ofron mallra ose shërbime për t'u rishitur, por ofron një paketë shërbimesh dhe mallrash të kombinuara me dispozitat e DPI që së bashku formojnë metodën e biznesit që jepet me franchising, franshizdhënësi duhet të marrë parasysh pjesën e tij të tregut si ofrues i një metode biznesi për ofrimin e mallrave ose shërbimeve specifike për përdoruesit fundorë. Për këtë qëllim, franshizdhënësi duhet të llogarisë pjesën e tij të tregut në tregun ku shfrytëzohet metoda e biznesit, përkatësisht tregu ku franshizëmarrësit shfrytëzojnë metodën e biznesit për të furnizuar mallra ose shërbime për përdoruesit fundorë. Prandaj, franshizdhënësi duhet të bazojë pjesën e tij të tregut në vlerën e mallrave ose shërbimeve të ofruara nga franshizëmarrësit e tij në atë treg. Në një treg të tillë, konkurrentët e franshizdhënësit mund të përfshijnë ofrues të metodave të tjera të biznesit nëpërmjet franchising, por edhe furnizues të mallrave ose shërbimeve të zëvendësueshme që nuk aplikojnë franchising. Për shembull, pa paragjykuar përkufizimin e një tregu të tillë, nëse do të kishte një

treg për shërbimet e ushqimit të shpejtë (*fast-food*), një franshizdhënëse që operon në një treg të tillë do të duhej të llogariste pjesën e tij të tregut në bazë të shifrave përkatëse të shitjeve të franshizmarësve të tij në atë treg.

V.3. Llogaritja e pjesëve të tregut sipas Rregullores

175. Siç përcaktohet në nenin 9, pika 1 të Rregullores, pjesët e tregut të furnizuesit dhe blerësit në parim duhet të llogariten mbi bazën e të dhënave të vlerave, duke marrë parasysh të gjitha burimet e të ardhurave të krijuara nga shitja e mallrave ose shërbimeve. Aty ku të dhënat e vlerave nuk janë të disponueshme, mund të bëhen vlerësime të vërtetuara, bazuar në informacione të tjera të besueshme të tregut, të tilla si shifrat e vëllimit.
176. Prodhimi i brendshëm, përkatësisht prodhimi ose furnizimi i mallrave ose shërbimeve të ndërmjetme për përdorim nga vetë furnizuesi mund të jetë i rëndësishëm për analizën e konkurrencës në një rast të veçantë, por nuk merret parasysh për qëllimet e përcaktimit të tregut ose për llogaritjen e pjesëve të tregut sipas Rregullores. Megjithatë, sipas nenit 9, pika 3 e Rregullores, në skenarët e shpërndarjes së dyfishtë, përcaktimi i tregut dhe llogaritja e pjesës së tregut duhet të përfshijë shitjen e mallrave të furnizuesit, të kryera nëpërmjet shpërndarësve dhe agjentëve të tij të integruar vertikalisht⁶⁴. Shpërndarësit e integruar janë ndërmarrje të lidhura sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 2 të Rregullores.

VI. ZBATIMI I RREGULLORES

VI.1. Kufizimet e rënda sipas Rregullores

177. Neni 5 i Rregullores përmban një listë të kufizimeve të rënda. Këto janë kufizime serioze të konkurrencës, të cilat në shumicën e rasteve duhet të ndalohen për shkak të dëmit që u shkaktojnë konsumatorëve. Kur një marrëveshje vertikale përmban një ose më shumë kufizime të rënda, e gjithë marrëveshja përjashtohet nga fusha e zbatimit të Rregullores.
178. Kufizimet e rënda të renditura në nenin 5 të Rregullores zbatohen për marrëveshjet vertikale.
179. Kufizimet e rënda brenda kuptimit të nenit 5 të Rregullores janë përgjithësisht kufizime të konkurrencës nëpërmjet objektit sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit. Kufizimet e konkurrencës nëpërmjet objektit janë lloje të koordinimit ndërmjet ndërmarrjeve që mund të konsiderohen si të dëmshme nga vetë natyra e tyre për funksionimin e duhur të konkurrencës normale⁶⁵. Disa lloje të koordinimit ndërmjet ndërmarrjeve kanë një shkallë dëmi ndaj konkurrencës të tillë që të konsiderohet e panevojshme për të vlerësuar efektet e tyre⁶⁶. Konstatimi i një kufizimi nëpërmjet objektit kërkon një vlerësim individual të marrëveshjes vertikale në fjalë. Në kontrast, kufizimet e rënda janë një kategori kufizimesh të përcaktuara në Rregullore, për të cilat supozohet se ato përgjithësisht rezultojnë në një dëm neto për konkurrencën. Prandaj, marrëveshjet vertikale që përmbajnë kufizime të tilla të rënda nuk mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores.
180. Megjithatë, kufizimet e rënda nuk bien domosdoshmërisht brenda objektit të Nenit 4(1) të Ligjit. Nëse një kufizim i rëndë i renditur në nenin 5 të Rregullores është objektivisht i nevojshëm për zbatimin e një marrëveshjeje të veçantë vertikale, për shembull, për të siguruar respektimin e një ndalimi publik për shitjen e substancave të rrezikshme për klientë të caktuar për arsye sigurie ose shëndetësore, kjo marrëveshje përjashtimisht bie jashtë objektit të Nenit

⁶⁴ Për këtë qëllim, çdo shitje nga shpërndarësi i integruar i mallrave ose shërbimeve të furnizuesve konkurrues nuk merret parasysh.

⁶⁵ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 20 janarit 2016, Toshiba Corporation v Commission, Çështja C-373/14 P, EU:C:2016:26, paragrafi 26.

⁶⁶ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 2 prillit 2020, Budapest Bank dhe Të Tjerë, Çështja C-228/18, EU:C:2020:265, paragrafi 35-37.

4(1) të Ligjit. Nga sa më sipër rezulton se duhet të zbatohen parimet e mëposhtme kur vlerësohet një marrëveshje vertikale:

- a) kur një kufizim i rëndë brenda kuptimit të nenit 5 të Rregullores përfshihet në një marrëveshje vertikale, ajo marrëveshje ka të ngjarë të bjerë brenda objektit të Nenit 4(1) të Ligjit.
 - b) një marrëveshje që përfshin një kufizim të rëndë brenda kuptimit të nenit 5 të Rregullores nuk ka gjasa të përmbushë kushtet e Nenit 5 të Ligjit.
181. Një ndërmarrje mund të demonstrojë efekte pro-konkurruese sipas Nenit 5 të Ligjit në një rast individual⁶⁷. Për këtë qëllim, ndërmarrja duhet të vërtetojë se eficientat janë të mundshme dhe se eficienta ka të ngjarë të rezultojë nga përfshirja e kufizimit të rëndë në marrëveshje, si dhe të demonstrojë se kushtet e tjera të Nenit 5 të Ligjit janë përmbushur. Kur ky është rasti, Komisioni duhet të vlerësojë ndikimin negativ në konkurrencë që ka të ngjarë të rezultojë nga përfshirja e kufizimit të rëndë në marrëveshje përpara se të bëjë një vlerësim përfundimtar nëse kushtet e Nenit 5 të Ligjit janë përmbushur.
182. Shembujt në paragrafët 183 dhe 184 synojnë të ilustrojnë se si do të zbatohen parimet e përmendura më sipër nga Komisioni.
183. Më poshtë jepet një shembull i furnizimeve të kryqëzuara midis shpërndarësve të autorizuar:

Në rastin e një sistemi shpërndarjeje përzgjedhëse, furnizimet e kryqëzuara ndërmjet shpërndarësve të autorizuar në përgjithësi duhet të mbeten të lira (shih paragrafin 237). Megjithatë, kufizimet mbi shitjet aktive mund, në rrethana të caktuara, të përmbushin kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Ky mund të jetë rasti, për shembull, nëse është e nevojshme që shitësit e autorizuar me shumicë të vendosur në territore të ndryshme të investojnë në aktivitete promovuese në territorin ku ata shpërndajnë mallrat ose shërbimet e kontratës për të mbështetur shitjet nga shitësit e autorizuar me pakicë dhe nuk është praktike të specifikohen aktivitetet e kërkuara promovuese si një detyrim kontraktual në marrëveshje.

184. Më poshtë jepet një shembull i testimit të mirëfilltë:

Në rastin e testimit të mirëfilltë të një produkti të ri në një territor të kufizuar ose me një grup të kufizuar klientësh, ose në rastin e një prezantimi të shkallëzuar të një produkti të ri, shpërndarësit që janë caktuar për të shitur produktin e ri në tregun e testimit, ose ata që marrin pjesë në raundin(et) e parë(a) të prezantimit të shkallëzuar mund të kufizohen nga kryerja e shitjeve aktive jashtë tregut të testimit ose tregjeve ose grupeve të klientëve ku produkti nuk është prezantuar ende. Kufizime të tilla mund të bien jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit për periudhën e nevojshme për testimin ose prezantimin e produktit.

VI.1.1. Mbajtja e çmimit të rishitjes

185. Kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 1 të Rregullores ka të bëjë me mbajtjen e çmimit të rishitjes (“MÇR”), pra, marrëveshjet të cilat, drejtpërdrejt ose tërthorazi, kanë për objekt të kufizojnë aftësinë e blerësit për të përcaktuar çmimin e tij të shitjes, duke përfshirë ato që vendosin një çmim fiks ose minimal të shitjes që duhet respektuar nga blerësi⁶⁸. Një kërkesë që blerësi të vendosë çmimin e tij të shitjes brenda disa kufijve të caktuar është MÇR sipas kuptimit të nenit 5, pika 1 të Rregullores.

⁶⁷ Shiko në veçanti paragrafin 16, pikat a) deri në pikën i) të këtij Udhëzimi që përshkruan llojet e eficientave që përgjithësisht lidhen me kufizimet vertikale dhe Seksionin VI.1.1 të këtij Udhëzimi për MÇR.

⁶⁸ Duhet të theksohet se MÇR mund të lidhet me kufizime të tjera, duke përfshirë marrëveshjet e fshehta horizontale në formën e ujdrive qendër dhe satelit (hub-and-spoke). Këto trajtohen në Udhëzimin Horizontal.

186. MÇR mund të aplikohet përmes mjeteve të drejtpërdrejta. Ky është rasti për dispozitat kontraktuale ose praktikat e bashkërenduara që përcaktojnë drejtpërdrejt çmimin që blerësi duhet t’u vendosë klientëve të tij⁶⁹, ose që lejojnë furnizuesin të vendosë çmimin e rishitjes, ose që e ndalojnë blerësin të shesë nën një nivel të caktuar çmimi. Kufizimi është gjithashtu i qartë kur furnizuesi kërkon një rritje çmimi dhe blerësi përmbush kërkesën.
187. MÇR mund të zbatohet gjithashtu përmes mjeteve indirekte, duke përfshirë incentiva për të respektuar një çmim minimal ose incentiva për të devijuar nga një çmim minimal. Shembujt e mëposhtëm ofrojnë një listë jo shteruese të mjeteve të tilla indirekte:
- a) fiksimi i marzhit të rishitjes;
 - b) fiksimin e nivelit maksimal të zbritjes së çmimit që shpërndarësi mund të japë nga një nivel çmimi i përcaktuar;
 - c) bërjen e ofrimit të skemave të besnikërisë ose rimbursimit të kostove promovionale nga furnizuesi të kushtëzuar nga respektimi i një niveli të caktuar çmimi;
 - d) vendosjen e çmimeve minimale të reklamimit (“ÇMR”), të cilat e ndalojnë shpërndarësin të reklamojë çmime nën një nivel të caktuar nga furnizuesi;
 - e) lidhjen e çmimit të përcaktuar të rishitjes me çmimet e rishitjes së konkurrentëve;
 - f) kërcënime, frikësime, paralajmërime, ndëshkime, vonesa ose pezullim të dërgesave ose ndërprerje të kontratave në lidhje me respektimin e një niveli të caktuar çmimi.
188. Në bazë të nenit 5, paragrafi 1 i Rregullores, vendosja nga furnizuesi i një çmimi maksimal të rishitjes ose rekomandimi i një çmimi rishitjeje nuk është një kufizim i rëndë. Megjithatë, nëse furnizuesi kombinon një çmim të tillë maksimal ose rekomandim për çmimin e rishitjes me incentiva për të aplikuar një nivel të caktuar çmimi ose incentiva dekurajuese për të ulur çmimin e shitjes, kjo mund të përbëjë MÇR. Ky do të ishte rasti, për shembull, kur furnizuesi rimbursonte kostot promovionale të bëra nga blerësi, me kusht që blerësi të mos devijojë nga çmimi maksimal i rishitjes ose çmimi i rekomanduar i rishitjes. Një shembull i një incentive dekurajuese për të ulur çmimin e shitjes do të ishte kur furnizuesi kërcënon të shkurtojë furnizimet e mëtejshme në përgjigje të një devijimi nga blerësi nga çmimi maksimal ose i rekomanduar i rishitjes.
189. Edhe pse në parim ÇMR e lënë shpërndarësin të lirë të shesë me një çmim që është më i ulët se çmimi i shpallur, ato e dekurajojnë shpërndarësin të vendosë një çmim më të ulët shitjeje duke kufizuar aftësinë e tij për të informuar klientët potencialë për zbritjet e ndodhura. Në këtë mënyrë hiqet një parametër kyç për konkurrencën e çmimeve ndërmjet shitësve me pakicë. Për qëllimin e zbatimit të nenit 5, pika 1 të Rregullores, ÇMR do të trajtohen si një mjet i tërthortë për aplikimin e MÇR.
190. Mjetet e drejtpërdrejta ose të tërthorta të aplikimit të MÇR mund të bëhen më efektive kur kombinohen me masa që synojnë identifikimin e shpërndarësve që ulin çmimet, të tilla si zbatimi i një sistemi monitorimi të çmimeve, ose detyrimi i shitësve me pakicë të raportojnë anëtarët e tjerë të rrjetit të shpërndarjes që devijojnë nga niveli standard i çmimeve.
191. Monitorimi i çmimeve përdoret gjithnjë e më shumë në tregtinë elektronike, ku si furnizuesit ashtu edhe shitësit me pakicë përdorin shpesh programe për monitorimin e çmimeve. Këto softuerë rritin transparencën e çmimeve në treg dhe i lejojnë prodhuesit të gjurmojnë në mënyrë efektive çmimet e rishitjes në rrjetin e tyre të shpërndarjes⁷⁰. Gjithashtu u lejojnë shitësve me

⁶⁹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane:: Vendimi i Komisionit AT.40428 - Guess, recitalet 84, 86 dhe 137.

⁷⁰ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit AT.40182 - Pioneer, recitalet 136 dhe 155; AT. 40469 - Denon Marantz, recitali 95; AT.40181 - Philips, recitali 64; AT.40465 - Asus, recitali 27.

pakicë të gjurmojnë çmimet e konkurrentëve të tyre. Megjithatë, në vetvete, monitorimi i çmimeve dhe raportimi i çmimeve nuk janë MÇR.

192. Sipas një marrëveshje agjencie, porositi në përgjithësi përcakton çmimin e shitjes, pasi ai mbart rreziqet tregtare dhe financiare që lidhen me shitjen. Megjithatë, kur marrëveshja nuk i plotëson kushtet për t'u kategorizuar si një marrëveshje agjencie që bie jashtë objektit të Nenit(1) 4 të Ligjit (shiko në veçanti paragrafët 30 dhe 34 të këtij Udhëzimi), çdo detyrim i drejtpërdrejtë ose i tërthortë që ndalon ose kufizon agjentin që të ndajë shpërblimin e tij me klientin, pavarësisht nëse shpërblimi është fiks apo i ndryshueshëm, është një kufizim i rëndë brenda kuptimit të nenit 5, pika 1 të Rregullores⁷¹. Prandaj, agjenti duhet të lihet i lirë të ulë çmimin efektiv të paguar nga klienti pa ulur të ardhurat për porositisin⁷².
193. Sipas një kontrate për përmbushje të detyrimit, furnizuesi lidh një marrëveshje vertikale me një blerës me qëllim të ekzekutimit (përmbushjes) të një marrëveshjeje furnizimi të lidhur më parë midis furnizuesit dhe një klienti specifik. Kur furnizuesi zgjedh ndërmarrjen që do të ofrojë shërbimin e përmbushjes së detyrimit, vendosja e një çmimi rishitjeje nga furnizuesi nuk është MÇR. Në këtë rast, çmimi i rishitjes i vendosur në kontratën e përmbushjes nuk kufizon konkurrencën për furnizimin e mallrave ose shërbimeve ndaj klientit ose konkurrencën për furnizimin e shërbimeve të përmbushjes. Për shembull, kjo zbatohet kur klientët blejnë mallra nga një ndërmarrje aktive në ekonominë e platformës online, e cila operohet nga një grup shitësish të pavarur nën një markë të përbashkët dhe ajo ndërmarrje përcakton çmimin për shitjen e mallrave dhe ua përcjell porositë shitësve me pakicë për përmbushjen e detyrimit⁷³. Në të kundërt, kur ndërmarrja që do të ofrojë shërbimet e përmbushjes së detyrimit zgjidhet nga klienti, vendosja e një çmimi rishitjeje nga furnizuesi mund të kufizojë konkurrencën për ofrimin e shërbimeve të përmbushjes së detyrimit. Në këtë rast, vendosja e një çmimi të rishitjes mund të përbëjë MÇR.
194. Neni 5, paragrafi 1 i Rregullores është plotësisht i zbatueshëm në ekonominë e platformës online. Në veçanti, kur një ndërmarrje ofron shërbime ndërmjetësimi në internet sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 1, pika e) e Rregullores, ajo është furnizues në lidhje me këto shërbime dhe për këtë arsye zbatohet neni 5, pika 1 e Rregullores mbi kufizimet të vendosura nga ndërmarrja ndaj blerësve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet në lidhje me çmimin e shitjes së mallrave ose shërbimeve që shiten nëpërmjet shërbimeve të ndërmjetësimit në internet. Ndërsa kjo nuk e pengon një ofrues të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet që të incentivizojë përdoruesit e shërbimeve për të shitur mallrat ose shërbimet e tyre me një çmim konkurrues ose për të ulur çmimet e tyre, vendosja nga ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet të një çmimi fiks ose minimal të shitjes për transaksionet që ajo ndërmjetëson është një kufizim i rëndë brenda kuptimit të nenit 5, pika 1 të Rregullores.
195. Në shumë raste MÇR mund të jetë një kufizim i konkurrencës për nga objekti sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit⁷⁴. Megjithatë, siç theksohet në paragrafët 179-181, kualifikimi i një kufizimi si një kufizim i rëndë ose si një kufizim sipas objektit nuk do të thotë se ai është në vetvete një

⁷¹ Kufizimet e aftësisë së ofruesve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 1, pika e) të Rregullores për të ndarë shpërblimin e tyre në lidhje me ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet nuk janë kufizime të rënda brenda kuptimit të nenit 5, pika 1 të Rregullores, pasi ato nuk kufizojnë aftësinë e një blerësi për të përcaktuar çmimin e tij të shitjes. Shiko paragrafët 64-67 të këtij Udhëzimi, në veçanti paragrafin 67, pika a).

⁷² Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit në Çështjen No IV/32.737 - Eirpage, në veçanti recitali 6.

⁷³ Ky Udhëzim nuk cenon vlerësimin e marrëveshjeve horizontale ndërmjet shitësve me pakicë që krijojnë dhe operojnë një model të tillë përmbushjeje sipas Nenit 4 të Ligjit, duke marrë parasysh udhëzimet e dhëna nga Udhëzimin Horizontal.

⁷⁴ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 3 korrikut 1985, Binon v AMP, C-243/83, EU:C:1985:284, paragrafi 44; 1 tetor 1987, VVR v Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten, C-311/85, EU:C:1987:418, paragrafi 17; 19 prill 1988, Erauw-Jacquery v La Hesbignonne, C-27/87, EU:C:1988:183, paragrafi 15.

shkelje e Nenit 4(1) të Ligjit. Kur ndërmarrjet konsiderojnë se MÇR rrit eficientat në një rast individual, ato mund të mbështeten në justifikimet e eficientës sipas Nenit 5 të Ligjit.

196. MÇR mund të kufizojë konkurrencën brenda markës dhe/ose ndërmjet markave në mënyra të ndryshme:
- a) MÇR mund të lehtësojë marrëveshjet e fshehta midis furnizuesve, duke rritur transparencën e çmimeve në treg, rrjedhimisht e bën më të lehtë zbulimin nëse një furnizues po devijon nga ekuilibri i marrëveshjes së fshehtë duke ulur çmimet e tij. Ky efekt negativ është më i mundshëm në tregjet e prirura për rezultate të marrëveshjeve të fshehta, për shembull, ku furnizuesit formojnë një oligopol të ngushtë dhe një pjesë e konsiderueshme e tregut mbulohet nga marrëveshjet MÇR;
 - b) MÇR mund të lehtësojë marrëveshjet e fshehta midis blerësve në nivelin e shpërndarjes, veçanërisht kur nxitet nga blerësit. Blerësit e fortë ose të mirëorganizuar mund të jenë në gjendje të detyrojnë ose të bindin një ose më shumë nga furnizuesit e tyre që të rregullojnë çmimin e tyre të rishitjes mbi nivelin konkurrues, duke ndihmuar kështu blerësit të arrijnë ose të stabilizojnë një ekuilibër të marrëveshjes së fshehtë. MÇR shërben si një mjet angazhues për shitësit që të mos devijojnë nga ekuilibri i marrëveshjes së fshehtë përmes zbritjes së çmimeve;
 - c) në disa raste, MÇR mund të zbusë konkurrencën midis prodhuesve dhe/ose ndërmjet shitësve me pakicë, veçanërisht kur prodhuesit përdorin të njëjtët shpërndarës për të shpërndarë produktet e tyre dhe MÇR aplikohet nga të gjithë ose shumë prej tyre;
 - d) MÇR mund të zvogëlojë presionin mbi marzhin e furnizuesit, veçanërisht kur një prodhues ka një problem angazhimi, pra, kur ai ka një interes të ulë çmimin që i ngarkohet shpërndarësve pasues. Në këtë situatë, prodhuesi mund të preferojë të pajtohet me MÇR, për ta ndihmuar të angazhohet që të mos ulë çmimin për shpërndarësit pasues dhe të reduktojë presionin mbi marzhin e vet;
 - e) duke ndaluar konkurrencën e çmimeve ndërmjet shpërndarësve, MÇR mund të parandalojë ose pengojë hyrjen dhe zgjerimin e formateve të reja ose më efiente të shpërndarjes, duke reduktuar kështu inovacionin në nivelin e shpërndarjes;
 - f) MÇR mund të zbatohet nga një furnizues me fuqi tregu për të përjashtuar rivalët më të vegjël. Rritja e marzhit që MÇR mund t'u ofrojë shpërndarësve, mund t'i incentivizojë ata të favorizojnë markën e furnizuesit mbi markat rivale kur këshillojnë klientët, edhe kur një këshillë e tillë nuk është në interesin e klientit, ose të mos shesin fare markat rivale;
 - g) Efekti i drejtpërdrejtë i MÇR është eliminimi i konkurrencës së çmimeve brenda markës, duke ndaluar disa ose të gjithë shpërndarësit të ulin çmimin e tyre të shitjes për markën në fjalë, duke rezultuar kështu në një rritje çmimi për atë markë.
197. Megjithatë, MÇR mund të çojë gjithashtu në eficienta, veçanërisht kur nxitet nga furnizuesit. Kur ndërmarrjet mbështeten në një mbrojtje eficientash për MÇR, ato duhet të jenë në gjendje ta vërtetojnë këtë me prova konkrete dhe të tregojnë se të gjitha kushtet e Nenit 5 të Ligjit janë përmbushur në rastin individual⁷⁵. Katër shembuj të një efience të tillë paraqiten më poshtë.
- a) Kur një prodhues prezanton një produkt të ri, MÇR mund të jetë një mjet eficient për të nxitur shpërndarësit të marrin parasysh më mirë interesin e prodhuesit për të promovuar atë produkt. Neni 5 i Ligjit kërkon gjithashtu që të mos ketë mjete alternative reale dhe më pak kufizuese për të nxitur shpërndarësit për të promovuar produktin. Për të përmbushur këtë kërkesë, furnizuesit, për shembull, mund të demonstrojnë se nuk është e mundur në praktikë t'u imponohen të gjithë blerësve detyrime efektive promovimi me kontratë. Në rrethana të tilla,

⁷⁵ Ndërmarrja që pretendon përfitimin nga Neni 5 i Ligjit ka barrën e provës që kushtet e këtij neni përmbushen.

vendosja e çmimeve fikse ose minimale të shitjes me pakicë për një periudhë të kufizuar kohore për të lehtësuar prezantimin e produktit të ri mund të konsiderohet në mënyrë të ekuilibruar pro-konkurrues.

- b) Çmimet fikse të rishitjes, dhe jo vetëm çmimet maksimale të rishitjes, mund të jenë të nevojshme për të organizuar një fushatë të koordinuar afatshkurtër të çmimeve të ulëta (nga 2 deri në 6 javë në shumicën e rasteve), veçanërisht në një sistem shpërndarjeje ku furnizuesi zbaton një format uniform shpërndarjeje, të tilla si një sistem franchising. Në një rast të tillë, duke pasur parasysh karakterin e tij të përkohshëm, vendosja e çmimeve fikse të shitjes me pakicë mund të konsiderohet në mënyrë të ekuilibruar pro-konkurrues.
 - c) Një çmim minimal i rishitjes ose ÇMR mund të përdoret për të parandaluar një shpërndarës të caktuar që të përdorë produktin e një furnizuesi si lider në humbje. Kur një shpërndarës rishet rregullisht një produkt nën çmimin e shitjes me shumicë, kjo mund të dëmtojë imazhin e markës së produktit dhe, me kalimin e kohës, të zvogëlojë kërkesën e përgjithshme për produktin dhe të minojë incentivat e furnizuesit për të investuar në cilësi dhe imazh të markës. Në këtë rast, ndalimi i atij shpërndarësi që të shesë nën çmimin e shitjes me shumicë, duke i imponuar atij një çmim minimal të synuar të rishitjes ose MÇR, mund të konsiderohet pro-konkurrencës.
 - d) Në disa situata, marzhi shtesë i ofruar nga MÇR mund t'i lejojë shitësit të ofrojnë shërbime shtesë para-shitjes, veçanërisht në rastin e produkteve komplekse. Nëse mjaft klientë përfitojnë nga shërbime të tilla për të zgjedhur një produkt, por më pas blejnë me një çmim më të ulët tek shitësit me pakicë që nuk ofrojnë shërbime të tilla (dhe për rrjedhojë nuk mbulojnë këto kosto), shitësit me shërbime të larta mund të reduktojnë ose të ndalojnë ofrimin e shërbimeve para-shitjes, të cilat rrisin kërkesën për produktin e furnizuesit. Furnizuesi duhet të demonstrojë se ekziston rreziku i përfitimit të padrejtë (*free riding*) në nivelin e shpërndarjes, se çmimet fikse ose minimale të rishitjes ofrojnë incentiva të mjaftueshme për investime në shërbimet e para-shitjes dhe se nuk ka mjete alternative reale dhe më pak kufizuese për të kapërcyer përfitimin e padrejtë (*free riding*). Në këtë situatë, gjasat që ÇMR do të konsiderohet si pro-konkurruese është më e lartë kur konkurrenca midis furnizuesve është e ashpër dhe furnizuesi ka fuqi të kufizuar tregu.
198. Përdorimi i çmimeve të rekomanduara të rishitjes ose çmimeve maksimale të rishitjes mund të përfitojë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores ku pjesa e tregut e secilës prej palëve në marrëveshje nuk e kalon pragu 30% dhe me kusht që kjo të mos çojë në vendosjen e një çmimi minimal ose fikse të shitjes si rezultat i presionit ose incentivave nga ndonjëra nga palët, siç përcaktohet në paragrafët 187 dhe 188. Paragrafët 199-201 parashikojnë udhëzime për vlerësimin e çmimeve të rekomanduara ose maksimale të rishitjes mbi praguin e pjesës së tregut.
199. Rreziqet ndaj konkurrencës që lidhen me çmimet e rekomanduara dhe maksimale të rishitjes janë, së pari, se ato mund të veprojnë si pikë qendrore për rishitësit dhe mund të ndiqen nga shumica ose të gjithë prej tyre. Së dyti, ato mund të zbusin konkurrencën ose të lehtësojnë marrëveshjet e fshehta ndërmjet furnizuesve.
200. Një faktor i rëndësishëm për vlerësimin e efekteve të mundshme anti-konkurruese të çmimeve të rekomanduara ose maksimale të rishitjes është pozicioni në treg i furnizuesit. Sa më i fortë të jetë pozicioni në treg i furnizuesit, aq më i lartë është rreziku që një çmim i rekomanduar ose maksimal i rishitjes do të çojë në një aplikim pak a shumë uniform të atij niveli çmimi nga rishitësit, sepse ata mund ta kenë të vështirë të devijojnë nga ajo që ata perceptojnë të jetë çmimi i preferuar i rishitjes i propozuar nga një furnizues kaq i rëndësishëm.
201. Kur çmimet e rekomanduara ose maksimale të rishitjes prodhojnë efekte të dukshme kundër konkurrencës, është e nevojshme të vlerësohet nëse ato përmbushin kushtet e përjashtimit të

parashikuar nga Neni 5 i Ligjit. Për sa i përket çmimeve maksimale të rishitjes, shmangia e “caktimit të dyfishtë” (*double marginalisation*)⁷⁶ mund të jetë veçanërisht e rëndësishme. Një çmim maksimal i rishitjes mund të ndihmojë gjithashtu për të siguruar që marka e furnizuesit të konkurrojë më ashpër me markat e tjera të shpërndara nga i njëjti shpërndarës, duke përfshirë produktet private të etiketuara.

VI.1.2. Kufizime të rënda në përputhje me nenin 5, pikat 2, 3, 4 dhe 5 të Rregullores

VI.1.2.1. Kualifikimi si një kufizim i rëndë në përputhje me nenin 5, pikat 2, 3, 4 dhe 5 të Rregullores

202. Neni 5, pikat 2, 3, 4 dhe 5 të Rregullores përmbajnë një listë të kufizimeve dhe përjashtimeve të rënda që zbatohen për lloje të ndryshme të sistemit të shpërndarjes, përkatësisht: shpërndarjes ekskluzive, shpërndarjes përzgjedhëse dhe shpërndarjes së lirë. Kufizimet e rënda të përcaktuara në nenin 5, pikat 2, 3, 4 dhe 5 të Rregullores kanë të bëjnë me marrëveshjet që, drejtpërdrejt ose tërthorazi, të izoluara ose në kombinim me faktorë të tjerë të kontrolluar nga palët kanë për qëllim të kufizojnë territorin në të cilin ose klientët të cilëve blerësi ose klientët e tij mund t'u shesin mallrat ose shërbimet e kontratës. Neni 5, pika 3, a) dhe b) e Rregullores parashikon që, në një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse, kufizimet e furnizimeve të kryqëzuara ndërmjet anëtarëve të sistemit të shpërndarjes përzgjedhëse që operojnë në nivele të njëjta ose të ndryshme të tregtisë dhe kufizimet e shitjeve aktive ose pasive për përdoruesit fundorë nga anëtarët e sistemit të shpërndarjes përzgjedhëse që operojnë në nivelin e tregtisë me pakicë janë kufizime të rënda. Neni 5, pikat 2, 3 dhe 4 të Rregullores zbatohen pavarësisht nga kanali i shitjes i përdorur, për shembull, nëse shitjet bëhen fizikisht ose në internet.
203. Neni 5, pika 5 e Rregullores parashikon se një marrëveshje vertikale e cila, drejtpërdrejt ose tërthorazi, e izoluar ose e kombinuar me faktorë të tjerë të kontrolluar nga palët, ka për qëllim të pengojë përdorimin efektiv të internetit nga blerësi ose klientët e tij për të shitur mallra ose shërbime të kontratës në territore ose klientë të veçantë është një kufizim i rëndë. Një marrëveshje vertikale që përmban një ose më shumë kufizime të shitjeve në internet ose reklamimit në internet⁷⁷, të cilat *de facto* e ndalojnë blerësin të përdorë internetin për të shitur mallrat ose shërbimet e kontratës, ka të paktën objekt kufizimit të shitjeve pasive për përdoruesit fundorë që dëshirojnë të blejnë në internet dhe ndodhen jashtë zonës fizike të tregtimit të blerësit⁷⁸. Prandaj, marrëveshjet të tilla bien brenda objektivit të nenit 5, pika 5 të Rregullores. E njëjta gjë vlen edhe për marrëveshjet vertikale të cilat nuk ndalojnë drejtpërdrejt, por kanë për qëllim ndalimin e përdorimit efektiv të internetit nga një blerës ose klientët e tij për të shitur mallra ose shërbime të kontratës në territore ose klientë të caktuar. Për shembull, ky është rasti për marrëveshjet vertikale të cilat kanë për qëllim të zvogëlojnë ndjeshëm vëllimin e përgjithshëm të shitjeve në internet të mallrave ose shërbimeve të kontratës ose mundësinë që përdoruesit fundorë të blejnë mallrat ose shërbimet e kontratës në internet. Në mënyrë të ngjashme, ky është rasti për marrëveshjet vertikale që kanë për qëllim të pengojnë përdorimin e një ose më shumë kanaleve të tëra të reklamimit në internet nga blerësi, si motorët e kërkimit⁷⁹ ose shërbimet e krahasimit të çmimeve, ose të pengojnë blerësin të krijojë ose përdorë dyqanin e vet online⁸⁰. Vlerësimi nëse një kufizim është i rëndë sipas kuptimit të nenit 5, pika 5 të Rregullores mund të marrë parasysh përmbajtjen dhe kontekstin e kufizimit, por nuk mund të

⁷⁶ Shih paragrafët 13 dhe 16.

⁷⁷ Shih paragrafët 204, 206 dhe 210 që kanë të bëjnë me lloje të ndryshme të shitjeve në internet dhe kufizime të reklamimit në internet.

⁷⁸ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-439/09 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, paragrafi 54.

⁷⁹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit AT.40428 - Guess, recitali 118-126.

⁸⁰ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-439/09 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, paragrafët 56 dhe 57 si dhe paragrafi 224 i këtij Udhëzimi.

varet nga rrethanat specifike të tregut apo karakteristikat individuale të palëve në marrëveshjen vertikale.

204. Kufizimet e rënda të përmendura në paragrafin 202 mund të rezultojnë nga detyrime të drejtpërdrejta, të tilla si detyrimi për të mos u shitur territoreve ose klientëve të veçantë, ose detyrimi për t'i referuar porositë nga këta klientë te shpërndarësit e tjerë. Ato gjithashtu mund të rezultojnë nga aplikimi i masave të tërthorta nga furnizuesi për të nxitur blerësin që të mos iu shesë klientëve të tillë, si p.sh.,:
- a) duke i kërkuar blerësit të kërkojë miratimin paraprak nga furnizuesi për shitje tek këta klientë⁸¹;
 - b) refuzimi ose zvogëlimi i bonuseve ose uljeve të çmimit nëse blerësi iu shet klientëve të tillë⁸² ose duke bërë pagesa kompensuese ndaj blerësit nëse ai ndalon shitjen për këta klientë;
 - c) ndërprerja e furnizimit të produkteve nëse blerësi u shet klientëve të tillë;
 - d) kufizimi ose zvogëlimi i vëllimeve të furnizuara, për shembull, në mënyrë që vëllimet të korrespondojnë me kërkesën nga klientët në territore të caktuara ose me kërkesën nga grupe të caktuara klientësh;
 - e) kërcënimi për të zgjidhur marrëveshjen vertikale⁸³ ose për të mos e rinovuar atë nëse blerësi ua shet klientëve të tillë;
 - f) duke i ngarkuar shpërndarësit një çmim më të lartë për produktet që do t'u shiten klientëve të tillë⁸⁴;
 - g) kufizimi i sasisë së shitjeve të bëra nga blerësi për klientët e tillë;
 - h) ndalimi i blerësit të përdorë gjuhë shtesë në paketim ose për promovimin e produkteve⁸⁵;
 - i) furnizimin e një produkti tjetër me kusht që blerësi të ndalojë shitjet e tij për këta klientë;
 - j) pagimin e blerësit për të ndaluar shitjen për këta klientë;
 - k) detyrimi i blerësit që t'ia kalojë furnizuesit fitimet nga këta klientë⁸⁶;
 - l) përjashtimi nga shërbimet brenda garancisë që zbatohet në të gjithë vendin dhe rimburohet nga furnizuesi, për produktet që rishiten jashtë territorit të blerësit ose për produktet që shiten në territorin e blerësit nga blerës të vendosur në territore të tjera.
205. Masat që lejojnë një prodhues të verifikojë destinacionin e mallrave të furnizuara, të tilla si përdorimi i etiketave të diferencuara, grupeve specifike të gjuhëve ose numrave serialë, ose kërcënimi ose kryerja e auditimeve për të verifikuar përputhjen e blerësit me kufizimet e tjera⁸⁷ nuk janë në vetvete kufizime të konkurrencës. Megjithatë, ato mund të konsiderohen se formojnë një kufizim të rëndë të shitjeve të blerësit kur përdoren nga furnizuesi për të kontrolluar destinacionin e mallrave të furnizuara, për shembull kur përdoren në lidhje me një ose më shumë nga praktikatat e përmendura në paragrafët 203 dhe 204.

⁸¹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja T-77/92 - Parker Pen v Commission, paragrafi 37.

⁸² Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 9 korrikut 2009, Peugeot and Peugeot Nederland v Commission, Çështja T-450/05, EU:T:2009:262, paragrafi 47.

⁸³ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 6 korrikut 2009, Volkswagen v Commission, Çështja T-62/98, EU:T:2000:180, paragrafi 44.

⁸⁴ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit AT.40433 - Film merchandise, recitali 54.

⁸⁵ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit AT.40433 - Film merchandise, recitali 52 dhe 53.

⁸⁶ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit AT.40436 - Nike, recitali 57; Vendimi i Komisionit AT.40433 - Film merchandise, recitali 61-63.

⁸⁷ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit AT.40436 - Nike, recitali 71 dhe 72; Vendimi i Komisionit AT.40433 - Film merchandise, recitali 65 dhe 66.

206. Përveç kufizimeve direkte dhe indirekte të përmendura në paragrafët 202-204, kufizimet e rënda që lidhen veçanërisht me shitjet në internet mund të jenë në mënyrë të ngjashme rezultat i detyrimeve të drejtpërdrejta ose të tërthorta. Përveç një ndalimi të drejtpërdrejtë të përdorimit të internetit për të shitur mallra ose shërbime të kontratës, më poshtë jepen shembuj të detyrimeve që në mënyrë indirekte kanë për qëllim pengimin e përdorimit efektiv të internetit nga blerësi për të shitur mallrat ose shërbimet e kontratës në territore ose klientë të veçantë sipas kuptimit të nenit 5, pika 5 të Rregullores:
- a) duke i kërkuar blerësit të ndalojë klientët e vendosur në një territor tjetër të aksesojnë faqen e internetit ose dyqanin e tij në internet ose të ridrejtojë klientët në dyqanin në internet të një prodhuesi ose të një shitësi tjetër. Megjithatë, detyrimi i blerësit për të ofruar lidhje në faqet e dyqaneve online të furnizuesve ose të shitësve të tjerë nuk është një kufizim i rëndë⁸⁸;
 - b) duke i kërkuar blerësit të ndalojë transaksionet në internet të konsumatorëve kur të dhënat e kartës së tyre të kreditit zbulojnë një adresë që nuk është brenda territorit të blerësit⁸⁹;
 - c) duke i kërkuar blerësit të shesë mallrat ose shërbimet e kontratës vetëm në një hapësirë fizike ose në praninë fizike të një personeli të specializuar⁹⁰;
 - d) duke i kërkuar blerësit që të kërkojë autorizimin paraprak të furnizuesit përpara se të kryejë transaksione individuale në shitjet në internet;
 - e) ndalimin e blerësit për të përdorur markat tregtare ose emrat e markave të furnizuesit në faqen e tij të internetit ose në dyqanin e tij online;
 - f) ndalimi i blerësit që të krijojë ose operojë një ose më shumë dyqane online, pavarësisht nëse dyqani online është i vendosur në serverin e vetë blerësit ose në një server të një pale të tretë⁹¹;
 - g) ndalimi i blerësit të përdorë një kanal të plotë reklamimi në internet, si motorët e kërkimit⁹² ose shërbimet e krahasimit të çmimeve, ose kufizime që ndalojnë në mënyrë indirekte përdorimin e një kanali të plotë reklamimi në internet, si për shembull detyrimi për të mos përdorur markat tregtare ose emrat e markave të furnizuesit për ofertën për t'u referuar në motorët e kërkimit, ose një kufizim në ofrimin e informacionit të lidhur me çmimin për shërbimet e krahasimit të çmimeve. Kufizime të tilla kanë për qëllim parandalimin e përdorimit efektiv të internetit nga blerësi për të shitur mallra ose shërbime të kontratës në territore ose klientë të caktuar, pasi ato kufizojnë aftësinë e blerësit për të synuar klientët përtej zonës së tij të tregtimit fizik, për t'i informuar ata për ofertat e tij dhe t'i tërheqë ata në dyqanin e tij online ose kanale të tjera shitjesh. Ndalimi i përdorimit të shërbimeve të veçanta të krahasimit të çmimeve ose motorëve të kërkimit në përgjithësi nuk është një kufizim i rëndë, pasi blerësi mund të përdorë shërbime të tjera reklamimi në internet për të rritur ndërgjegjësimin për aktivitetet e tij të shitjeve në internet. Megjithatë, ndalimi i përdorimit të shërbimeve reklamuese më të përdorura në një kanal të veçantë reklamimi në internet mund të përbëjë një kufizim të rëndë, nëse shërbimet e mbetura në atë kanal reklamimi nuk janë de facto në gjendje të tërheqin klientët në dyqanin online të blerësit.
207. Në dallim me kufizimet e përmendura në paragrafin 204, kërkesat e vendosura nga furnizuesi ndaj blerësit në lidhje me mënyrën në të cilën do të shiten mallrat ose shërbimet e kontratës mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, pavarësisht nga lloji i sistemit të shpërndarjes. Në veçanti, furnizuesi mund të vendosë kërkesa

⁸⁸ Neni 4 i Rregullores.

⁸⁹ Neni 6 i Rregullores.

⁹⁰ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i datës C-439/09 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, paragrafët 36 dhe 37.

⁹¹ Shih paragrafin 203.

⁹² Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit në AT.40428 - Guess, recitalet 118 to 126.

në lidhje me cilësinë. Për shembull, në një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse, furnizuesi mund të vendosë kërkesa në lidhje me madhësinë dhe pamjen minimale të dyqanit të blerësit (për shembull, në lidhje me instalimet, orenditë, dizajnin, ndriçimin dhe dyshtemenë) ose prezantimin e produktit (për shembull, numri minimal i produkteve të markës që do të shfaqen, hapësira minimale midis produkteve).

208. Në mënyrë të ngjashme, furnizuesi mund të vendosë kërkesa ndaj blerësit në lidhje me mënyrën në të cilën mallrat ose shërbimet e kontratës do të shiten online. Kufizimet në lidhje me përdorimin e kanaleve të veçanta të shitjeve në internet, të tilla si tregjet online, ose vendosja e standardeve të cilësisë për shitjet në internet, në përgjithësi mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, pavarësisht nga lloji i sistemit të shpërndarjes, me kusht që, në mënyrë indirekte, të mos kenë si objekt pengimin e përdorimit efektiv të internetit nga blerësi për të shitur mallra ose shërbime të kontratës për territore apo klientë të caktuar. Kufizimet e shitjeve në internet në përgjithësi nuk kanë një objekt të tillë kur blerësi mbetet i lirë të operojë dyqanin e tij në internet⁹³ si dhe të reklamojë në internet⁹⁴. Në raste të tilla, blerësi nuk pengohet të përdorë efektivisht internetin për të shitur mallrat ose shërbimet e kontratës. Më poshtë jepen shembuj të kërkesave në lidhje me shitjet në internet që mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores:
- a) kërkesat që synojnë të sigurojnë cilësinë ose një pamje të veçantë të dyqanit online të blerësit;
 - b) kërkesat në lidhje me shfaqjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës në dyqanin online (të tilla si numri minimal i artikujve të shfaqur, mënyra se si shfaqen markat ose shenjat dallues të furnizuesit);
 - c) një ndalim i drejtpërdrejtë ose i tërthortë i përdorimit të tregjeve online⁹⁵;
 - d) një kërkesë që blerësi të operojë një ose më shumë dyqane ose sallone ekspozimi fizikë, për shembull si kusht për t'u bërë anëtar i sistemit të shpërndarjes përzgjedhëse të furnizuesit;
 - e) një kërkesë që blerësi të shesë një sasi minimale absolute të mallrave ose shërbimeve të kontratës fizikisht, pra jo në internet (në vlerë ose volum, por jo në raport të shitjeve të tij totale) për të siguruar funksionimin eficient të dyqanit të tij fizik. Kjo kërkesë mund të jetë e njëjtë për të gjithë blerësit, ose mund të vendoset në një nivel të ndryshëm për çdo blerës, bazuar në kritere objektive, të tilla si madhësia e blerësit në raport me blerësit e tjerë, ose vendndodhja e tij gjeografike.
209. Një kërkesë që blerësi të paguajë një çmim të ndryshëm shumice për produktet e shitura në internet sesa për produktet e shitura fizikisht (çmim i dyfishtë) mund të përfitojë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, pasi mund të nxitë ose shpërblejë një nivel të përshtatshëm investimesh në kanalet e shitjeve në internet ose ato fizike, me kusht që të mos ketë objekt kufizimin e shitjeve në territore ose klientë të veçantë, siç parashikohet në nenin 5, pikat 2, 3 dhe 4 të Rregullores⁹⁶. Megjithatë, kur diferenca në çmimin e shitjes me shumicë ka për qëllim parandalimin e përdorimit efektiv të internetit nga blerësi për të shitur mallra ose shërbime të kontratës në territore ose klientë të veçantë, ky është një kufizim i rëndë sipas

⁹³ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-439/09 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, paragrafët 56 dhe 57, dhe paragrafi 224 i këtij Udhëzimi.

⁹⁴ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit në AT.40428 - Guess, recitalet 118 deri 126, dhe paragrafi 200 i këtij Udhëzimi.

⁹⁵ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-230/16 - Coty Germany, paragrafët 64-69; Shiko gjithashtu Seksionin VIII.2.3 të këtij Udhëzimi.

⁹⁶ Shih gjithashtu paragrafin 206, pika g).

kuptimit të nenit 5, pika 5 të Rregullores. Ky do të ishte veçanërisht rasti kur diferenca në çmimin e shitjes me shumicë e bën shitjen në internet jofitimprurëse ose financiarisht të paqëndrueshme⁹⁷, ose kur çmimi i dyfishtë përdoret për të kufizuar sasinë e produkteve të vëna në dispozicion të blerësit për shitje në internet⁹⁸. Në mënyrë të kundërt, çmimi i dyfishtë mund të përfitojë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores kur diferenca në çmimin e shitjes me shumicë lidhet në mënyrë të arsyeshme me diferencat në investimet dhe kostot e bëra nga blerësi për të kryer shitje në secilin kanal. Në mënyrë të ngjashme, furnizuesi mund të vendosë një çmim të ndryshëm me shumicë për produktet që do të shiten përmes një kombinimi të kanaleve fizike dhe atyre në internet, ku diferenca e çmimit merr parasysh investimet ose kostot që lidhen me atë lloj shpërndarjeje. Palët mund të bien dakord për një metodë të përshtatshme për të zbatuar çmimin e dyfishtë, duke përfshirë, për shembull, një balancim ex-post të llogarive në bazë të shitjeve aktuale.

210. Kufizimet e reklamimit në internet mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, me kusht që ato të mos kenë objekt parandalimin e përdorimit të një kanali të plotë reklamimi nga blerësi. Shembuj të kufizimeve të reklamimit në internet që mund të përfitojnë nga përjashtimi përfshijnë:
- a) një kërkesë që reklamimi në internet të plotësojë disa standarde të cilësisë ose të përfshijë përmbajtje ose informacion specifik;
 - b) një kërkesë që blerësi të mos përdorë shërbimet e ofruesve të veçantë të reklamimit në internet që nuk plotësojnë disa standarde të cilësisë;
 - c) një kërkesë që blerësi të mos përdorë emrin e markës së furnizuesit në emrin e domeinit të dyqanit të tij online.

VI.1.2.2. Dallimi midis “shitjeve aktive” dhe “shitjeve pasive”

211. Neni 5 i Rregullores bën dallimin midis kufizimeve të shitjeve aktive dhe kufizimeve të shitjeve pasive në kontekstin e sistemeve të shpërndarjes ekskluzive. Neni 2, paragrafi 1, pikat l) dhe m) të Rregullores japin përkufizimet e shitjeve aktive dhe pasive.
212. Neni 2, paragrafi 1, pika m) e Rregullores përcakton se, në rastin e shitjeve për klientët në një territor ose grup klientësh të caktuar ekskluzivisht, shitjet për klientët që nuk janë shënjestruar në mënyrë aktive nga shitësi janë shitje pasive. Për shembull, krijimi i një dyqani online është një formë e shitjes pasive, pasi është një mjet për të lejuar klientët potencialë të arrijnë shitësin. Funksionimi i një dyqani online mund të ketë efekte që shtrihen përtej zonës fizike të tregtimit të shitësit, duke përfshirë mundësimin e blerjeve në internet nga klientët që ndodhen në territore të tjera ose grupe klientësh të tjerë. Sidoqoftë, blerje të tilla (përfshirë shpërndarjen e produkteve) janë shitje pasive, me kusht që shitësi të mos synojë në mënyrë aktive klientin specifik ose territorin ose grupin e klientëve të veçantë të cilit klienti i përket. E njëjta gjë vlen kur një klient zgjedh të mbahet i informuar automatikisht nga shitësi dhe një informacion i tillë çon në një shitje. Në mënyrë të ngjashme, përdorimi i optimizimit të motorëve të kërkimit, përkatësisht mjeteve ose teknikave që synojnë të përmirësojnë shikueshmërinë ose renditjen e dyqanit online në rezultatet e motorit të kërkimit, ose ofrimi i një aplikacioni në një dyqan aplikacionesh, janë, në parim, mjete për t'u mundësuar klientëve potencialë të arrijnë shitësi dhe prandaj janë forma të shitjes pasive.
213. Anasjelltas, neni 2, paragrafi 1, pika l) e Rregullores përcakton se në rastin e shitjeve për klientët në një territor ose grup klientësh të rezervuar ekskluzivisht, duke ofruar një opsion gjuhësor në një dyqan online që është i ndryshëm nga gjuhët e përdorura zakonisht në territorin në të cilin

⁹⁷ Shih gjithashtu paragrafin 203.

⁹⁸ Shih gjithashtu paragrafin 208, pika e).

është themeluar shitësi në përgjithësi tregon se shitësi synon territorin në të cilin gjuha përdoret zakonisht dhe kështu rezultojnë në shitje aktive⁹⁹. Megjithatë, ofrimi i një opsioni të gjuhës angleze në një dyqan online nuk tregon që shitësi po synon territore anglishtfolëse, pasi anglishtja kuptohet dhe përdoret gjerësisht. Në mënyrë të ngjashme, krijimi i një dyqani online me një domein të nivelit të lartë që korrespondon me një territor të ndryshëm nga ai në të cilin është vendosur shitësi është një formë e shitjes aktive në atë territor, ndërsa ofrimi i një dyqani online me një emër domeini të përgjithshëm dhe jo specifik të vendit është një formë e shitjes pasive.

214. Në bazë të neni 2, paragrafi 1, pika l) të Rregullores, shitje aktive nënkupton shitjet që rezultojnë nga shënjestrimi aktiv i klientëve nëpërmjet vizitave, letrave, postës elektronike, thirrjeve ose mjeteve të tjera të komunikimit të drejtpërdrejtë. Reklamimi apo promovimi i shënjestruar janë një formë e shitjes aktive. Në veçanti, shërbimet e reklamimit në internet shpesh i lejojnë shitësit të zgjedhë territoret ose klientët për të cilët do të shfaqet reklama në internet. Ky është rasti, për shembull, për reklamimin e motorëve të kërkimit dhe reklamimet e tjera në internet, për shembull në faqet e internetit, dyqanet e aplikacioneve, mediat sociale, me kusht që shërbimi i reklamimit të lejojë reklamuesin të shënjestrojë klientët sipas karakteristikave të tyre të veçanta, duke përfshirë vendndodhjen e tyre gjeografike ose profilin personal. Në të kundërt, kur shitësi i drejton reklamën në internet tek klientët në territorin ose grupin e klientëve të tij dhe nuk është e mundur të parandalohet që një reklamë e tillë të shihet nga klientët në territore të tjera ose grupe klientësh të tjerë, kjo është një formë e shitjes pasive. Shembuj të tillë reklamash të përgjithshme janë përmbajtjet e sponsorizuara në faqen e internetit të një gazete lokale ose kombëtare që mund të aksesohet nga çdo vizitor në atë faqe interneti, ose përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve me emra domenesh gjenerikë dhe jo specifikë për vendin. Në të kundërt, nëse një reklamë e tillë e përgjithshme bëhet në gjuhë që nuk përdoren zakonisht në territorin e shitësit ose në faqet e internetit me një domein të nivelit të lartë që korrespondon me territoret jashtë territorit të shitësit, kjo do të thotë shitje aktive në ato territore të tjera.
215. Pjesëmarrja në prokurimin publik është një formë e shitjes pasive, pavarësisht nga lloji i procedurës së prokurimit publik (p.sh. procedurë e hapur apo tjetër). Ky kualifikim është koherent me qëllimet e ligjit të prokurimit publik, të cilat përfshijnë lehtësimin e konkurrencës brenda markës. Si rezultat, një marrëveshje vertikale që kufizon aftësinë e një blerësi për të marrë pjesë në prokurimin publik është një kufizim i rëndë brenda kuptimit të nenit 5, pikat 2, 3 dhe 4 të Rregullores. Në mënyrë të ngjashme, përgjigjja ndaj ftesave për tender të lëshuara nga subjekte jopublike është një formë e shitjes pasive. Ftesa të tilla për tender janë një formë kërkesë klienti e pasynuar drejtuar shitësve të shumtë të mundshëm dhe për këtë arsye dorëzimi i një oferte në përgjigje të një ftese për tender nga një subjekt jopublik është një formë e shitjes pasive.

VI.1.2.3. Kufizime të rënda në lidhje me sisteme specifike të shpërndarjes

216. Neni 5, pikat 2, 3 dhe 4 të Rregullores përmbajnë një listë të kufizimeve dhe përjashtimeve të rënda që zbatohen në varësi të llojit të sistemit të shpërndarjes që operohet nga furnizuesi: shpërndarje ekskluzive, shpërndarje përzgjedhëse ose shpërndarje e lirë.

VI.1.2.3.1 Kur furnizuesi operon një sistem të shpërndarjes ekskluzive

217. Kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 2 i Rregullores ka të bëjë me marrëveshjet që, drejtpërdrejt ose tërthorazi, kanë si objekt kufizimin e territorit në të cilin ose të klientëve të

⁹⁹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 7 dhjetorit 2010, Peter Pammer v Reederei Karl Schlüter GmbH Co. KG and Hotel Alpenhof GesmbH v Oliver Heller, Çështje të bashkuara / Çështjet C-585/08 dhe C-144/09, EU:C:2010:740, paragrafi 93.

cilëve një blerës, të cilit i është ndarë një territor ose grup klientësh ekskluziv, mund të shesë në mënyrë aktive ose pasive mallrat ose shërbimet e kontratës.

218. Ekzistojnë pesë përjashtime nga kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 2 e Rregullores.
219. Së pari, neni 5, pika 2, a) e Rregullores lejon furnizuesin të kufizojë shitjet aktive nga shpërndarësi ekskluziv në një territor ose në një grup klientësh të ndarë ekskluzivisht për një maksimum prej pesë blerësish, ose të rezervuar furnizuesit. Për të ruajtur incentivat e tyre për të investuar, furnizuesi duhet t'i mbrojë shpërndarësit e tij ekskluzivë kundër shitjeve aktive, duke përfshirë reklamimet e shënjestruara në internet, në territorin e tyre ekskluziv ose në grupin e tyre ekskluziv të klientëve nga të gjithë blerësit e tjerë të furnizuesit.
220. Incentivat e investimeve të shpërndarësve ekskluzivë mund të zhvlerësohen gjithashtu nga shitjet aktive të klientëve të blerësve të tjerë të furnizuesit. Prandaj, neni 5, pika 2, a) e Rregullores gjithashtu i lejon furnizuesit t'iu kërkojë blerësve të tjerë të tij që të kufizojnë klientët e tyre të drejtpërdrejtë nga shitja aktive në territore ose grupe klientësh që furnizuesi i ka ndarë ekskluzivisht për shpërndarësit e tjerë ose i ka rezervuar për vete. Megjithatë, furnizuesi nuk mund t'iu kërkojë këtyre blerësve të tjerë që të kalojnë kufizimet aktive të shitjeve klientëve më tej në zinxhirin e shpërndarjes.
221. Furnizuesi mund të kombinojë alokimin e një territori ekskluziv dhe një grupi ekskluziv të klientëve, për shembull, duke caktuar një shpërndarës ekskluziv për një grup të caktuar klientësh në një territor të caktuar.
222. Mbrojtja e territoreve të ndara ekskluzivisht ose grupeve të klientëve nuk është absolute. Për të parandaluar ndarjen e tregut, shitjet pasive në këto territore ose grupe klientësh nuk mund të kufizohen. Neni 5, pika 2 e Rregullores zbatohet vetëm për kufizimet e vendosura ndaj blerësit. Prandaj, furnizuesi mund të pranojë kufizime mbi shitjet e veta, si në internet ashtu edhe fizikisht, në territorin ekskluziv ose për disa ose të gjithë klientët që i përkasin një grupi klientësh ekskluzivë.
223. Së dyti, neni 5, pika 2, b) e Rregullores lejon një furnizues që operon një sistem shpërndarjeje ekskluzive në një territor të caktuar dhe një sistem shpërndarjeje përzgjedhës në një territor tjetër, të kufizojë shpërndarësit e tij ekskluzivë që të shesin në mënyrë aktive ose në mënyrë pasive ndaj shpërndarësve të paautorizuar të vendosur në territorin ku furnizuesi operon tashmë një sistem shpërndarjeje përzgjedhës ose që ai ka rezervuar për operimin e një sistemi të tillë. Furnizuesi gjithashtu mund të kërkojë nga shpërndarësit e tij ekskluzivë që në mënyrë të ngjashme të kufizojnë klientët e tyre nga kryerja e shitjeve aktive dhe pasive tek shpërndarës të paautorizuar në territoret ku furnizuesi operon një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse ose të cilat ai i ka rezervuar për këtë qëllim. Aftësia për të kaluar kufizimet aktive dhe pasive të shitjeve më tej në zinxhirin e shpërndarjes në këtë skenar synon të mbrojë natyrën e mbyllur të sistemeve të shpërndarjes përzgjedhëse.
224. Së treti, neni 5, pika 2, c) e Rregullores lejon një furnizues të kufizojë vendin e themelimit së blerësit të cilit i ka ndarë një territor ekskluziv ose grup klientësh ("klauzolë vendndodhjeje"). Kjo do të thotë që furnizuesi mund t'i kërkojë blerësit të kufizojë pikat e shpërndarjes dhe magazinat e tij në një adresë, vend ose territor të caktuar. Për sa i përket pikave të shpërndarjes lëvizëse, marrëveshja mund të specifikojë një zonë jashtë së cilës nuk mund të operohet. Megjithatë, krijimi dhe përdorimi i një dyqani online nga shpërndarësi nuk është i barabartë me hapjen e një pike fizike dhe për këtë arsye nuk mund të kufizohet¹⁰⁰.
225. Së katërti, neni 5, pika 2, d) e Rregullores lejon një furnizues të kufizojë shitjet aktive dhe pasive nga një shitës ekskluziv më shumicë tek përdoruesit fundorë, duke i lejuar kështu

¹⁰⁰ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-439/09 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, paragrafët 56 dhe 57.

furnizuesit të mbajë të ndara nivelet e tregtisë të shumicës dhe pakicës. Ky përjashtim përfshin lejimin e shitësit me shumicë për t'u shitur përdoruesve të caktuar fundorë (për shembull, disa përdorues të mëdhenj), ndërkohë që ndalon shitjet për të gjithë përdoruesit e tjerë fundorë.

226. Së pesti, neni 5, pika 2, e) e Rregullores lejon një furnizues të kufizojë aftësinë e një shpërndarësi ekskluziv për të shitur në mënyrë aktive ose pasive pjesë të furnizuara për qëllime montimi, tek konkurrentët e furnizuesit që do të përdorin ato për të prodhuar të njëjtin lloj mallrash si ato të prodhuara nga furnizuesi. Termi “pjesë” përfshin çdo mall të ndërmjetëm dhe termi “montim” i referohet përdorimit të çdo inputi për të prodhuar mallra.

VI.1.2.3.2. Kur furnizuesi operon një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse

227. Kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 3, a) të Rregullores ka të bëjë me marrëveshjet që, drejtpërdrejt ose tërthorazi, kanë si objekt kufizimin e territorit në të cilin ose klientët të cilëve anëtarët e një sistemi të shpërndarjes përzgjedhëse (“shpërndarësit e autorizuar”) mund të shesin në mënyrë aktive ose pasive mallrat ose shërbimet e kontratës. Kjo përfshin kufizimet e shitjeve aktive ose pasive për përdoruesit fundorë të vendosura nga një furnizues ndaj shpërndarësve të autorizuar që operojnë në nivelin e shitjes me pakicë.
228. Ekzistojnë pesë përjashtime nga kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 3, a) të Rregullores.
229. Përjashtimi i parë ka të bëjë me kufizimet e aftësisë së shpërndarësve të autorizuar për të shitur jashtë sistemit të shpërndarjes përzgjedhëse. Ai i lejon furnizuesit të kufizojnë shitjet aktive, duke përfshirë reklamimin e shënjestruar në internet, nga shpërndarësit e autorizuar në territore të tjera ose në grupe klientësh që janë të rezervuar ekskluzivisht për shpërndarësit e tjerë ose për furnizuesin. Furnizuesi gjithashtu mund të kërkojë nga shpërndarësit e autorizuar që të vendosin kufizime të tilla të lejuara të shitjeve aktive për klientët e tyre të drejtpërdrejtë. Megjithatë, mbrojtja e këtyre territoreve ose grupeve të klientëve të rezervuara ekskluzivisht nuk është absolute, pasi furnizuesi nuk mund të kufizojë shitjet pasive në këto territore ose grupe klientësh.
230. Përjashtimi i dytë i lejon furnizuesit t'i kufizojë shpërndarësit e tij të autorizuar dhe klientët e tyre që të bëjnë shitje aktive ose pasive tek shpërndarësit e paautorizuar të vendosur në çdo territor ku furnizuesi operon një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse.
231. Përjashtimi i tretë i lejon furnizuesit të vendosë një klauzolë vendndodhjeje për shpërndarësit e tij të autorizuar, për t'i parandaluar ata të operojnë biznesin e tyre nga ambiente të ndryshme ose të hapin një pikë të re në një vend tjetër. Kjo nënkupton që përfitimi i dhënë nga Rregullorja nuk humbet nëse shpërndarësi pranon të kufizojë pikat e shpërndarjes dhe magazinat e tij në një adresë, vend ose territor të caktuar. Për sa i përket pikave të lëvizëse të shpërndarjes, marrëveshja mund të specifikojë një zonë jashtë së cilës nuk mund të operohet. Megjithatë, krijimi dhe përdorimi nga shpërndarësi i një dyqani online nuk është i barabartë me hapjen e një dyqani fizik dhe si rrjedhim nuk mund të kufizohet¹⁰¹.
232. Përjashtimi i katërt i lejon furnizuesit të kufizojë shitjet aktive dhe pasive nga një shitës me shumicë i autorizuar tek përdoruesit fundorë, duke i lejuar kështu furnizuesit të mbajë të ndara nivelet e tregtisë të shumicës dhe të pakicës. Ky përjashtim përfshin lejimin e shitësit me shumicë për t'u shitur përdoruesve të caktuar fundorë (për shembull, disa përdoruesve të mëdhenj), ndërkohë që ndalon shitjet për të gjithë përdoruesit e tjerë fundorë.
233. Përjashtimi i pestë i lejon furnizuesit të kufizojë aftësinë e një shpërndarësi të autorizuar për të shitur në mënyrë aktive ose pasive pjesë të furnizuara për qëllime të montimit, tek konkurrentët

¹⁰¹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-439/09 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, paragrafët 55-58.

e furnizuesit të cilët do t'i përdorin ato për të prodhuar të njëjtin lloj mallrash si ato të prodhuara nga furnizuesi. Termi "pjesë" përfshin çdo mall të ndërmjetëm dhe termi "montim" i referohet përdorimit të çdo inputi për të prodhuar mallra.

234. Kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 3, c) të Rregullores ka të bëjë me kufizimin e shitjeve aktive ose pasive për përdoruesit fundorë nga anëtarët e një sistemi shpërndarjeje përzgjedhëse që operon në nivelin e shitjes me pakicë. Kjo do të thotë që furnizuesi nuk mund t'i kufizojë shpërndarësit e tij të autorizuar që t'u shesin përdoruesve fundorë, ose agjentëve blerës që veprojnë në emër të përdoruesve fundorë, përveç rasteve kur këta përdorues fundorë janë të vendosur në një territor ose i përkasin një grupi klientësh që i është rezervuar ekskluzivisht një shpërndarësi tjetër ose që është rezervuar për furnizuesin në një territor ku furnizuesi operon një sistem shpërndarjeje ekskluzive (shih nenin 5 pika 3, a), i) të Rregullores dhe paragrafin 229. Kjo gjithashtu nuk përjashton mundësinë e ndalimit të shpërndarësve të autorizuar nga operimi jashtë një vendi të paautorizuar të vendosjes (shih nenin 5, pika 3, a), iii) të Rregullores dhe paragrafin 231 të këtij Udhëzimi).
235. Një furnizues që operon një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse mund të zgjedhë shpërndarësit e tij të autorizuar në bazë të kriterëve cilësorë dhe/ose sasiorë. Çdo kriter cilësor në përgjithësi duhet të vendoset për të dyja si kanalet në internet dhe ato fizike. Megjithatë, duke pasur parasysh se kanalet në internet dhe ato fizike kanë karakteristika të ndryshme, një furnizues që operon një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse mund t'u imponojë shpërndarësve të tij të autorizuar kriterë për shitjet në internet, të cilat nuk janë ekuivalente me ato të vendosura për shitjet në dyqanet fizike, me kusht që kërkesat e vendosura për shitjet në internet nuk kanë në mënyrë indirekte objekt ndalimin e përdorimit efektiv të internetit nga blerësi për të shitur mallra ose shërbime të kontratës në territore ose klientë të caktuar. Për shembull, një furnizues mund të vendosë kërkesa për të siguruar standardet e cilësisë për shitjet në internet, të tilla si një kërkesë për të ngritur dhe operuar një zyrë ndihmëse pas shitjes në internet; një kërkesë për të mbuluar kostot e klientëve që kthejnë produktet e blera, ose përdorimin e sistemeve të sigurta të pagesave. Në mënyrë të ngjashme, një furnizues mund të përcaktojë kriterë të ndryshme në lidhje me zhvillimin e qëndrueshëm për kanalet e shitjeve në internet dhe fizikë. Për shembull, një furnizues mund të kërkojë pika shitjeje ekologjikisht të përgjegjshme ose përdorimin e shërbimeve të dorëzimit duke përdorur biçikleta të gjelbra.
236. Kombinimi i shpërndarjes përzgjedhëse me shpërndarjen ekskluzive në të njëjtin territor nuk mund të përfitojë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, duke përfshirë këtu kur furnizuesi aplikon shpërndarje ekskluzive në nivelin e shumicës dhe shpërndarje përzgjedhëse në nivelin e shitjes me pakicë. Kjo për shkak se një kombinim i tillë do të kërkonte që shpërndarësit e autorizuar të pranonin kufizime të rënda brenda kuptimit të nenit 5, pika 2 ose 3 e Rregullores, për shembull, kufizimet e shitjeve aktive në territore ose klientë që nuk janë rezervuar ekskluzivisht, kufizime të shitjeve aktive ose pasive për përdoruesit fundorë¹⁰², ose kufizime të furnizimeve të kryqëzuara ndërmjet shpërndarësve të autorizuar¹⁰³. Megjithatë, furnizuesi mund të angazhohet të furnizojë vetëm disa shpërndarës të autorizuar, për shembull, në pjesë të caktuara të territorit ku operohet sistemi i shpërndarjes përzgjedhëse, ose mund të angazhohet të mos kryejë vetë shitje direkte në atë territor. Në përputhje me përjashtimin e tretë të nenit 5, pika 3, a) të Rregullores, furnizuesi mund të vendosë gjithashtu një klauzolë vendndodhjeje për shpërndarësit e tij të autorizuar.
237. Kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 3, b) të Rregullores ka të bëjë me kufizimin e furnizimeve të kryqëzuara midis shpërndarësve të autorizuar brenda një sistemi shpërndarjeje përzgjedhëse. Kjo do të thotë që furnizuesi nuk mund të parandalojë shitjet aktive ose pasive

¹⁰² Shih paragrafin 227.

¹⁰³ Shih paragrafin 237.

midis shpërndarësve të tij të autorizuar, të cilët duhet të mbeten të lirë për të blerë produktet e kontratës nga shpërndarës të tjerë të autorizuar brenda rrjetit, që operojnë ose në të njëjtin ose në një nivel të ndryshëm tregtie¹⁰⁴. Rrjedhimisht, shpërndarja përzgjedhëse nuk mund të kombinohet me kufizime vertikale që synojnë të detyrojnë shpërndarësit të blejnë produktet e kontratës ekskluzivisht nga një burim i caktuar. Kjo do të thotë gjithashtu se, në një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse, furnizuesi nuk mund të kufizojë shitjet nga tregtarët me shumicë të autorizuar tek shpërndarësit e autorizuar.

VI.1.2.3.3. Kur furnizuesi operon një sistem shpërndarjeje të lirë

238. Kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 4 të Rregullores ka të bëjë me marrëveshjet ose praktikat e bashkërenduara që, drejtpërdrejt ose tërthorazi, kanë si objekt kufizimin e territorit në të cilin ose klientët të cilëve një blerës në një sistem të shpërndarjes së lirë mund të shesë në mënyrë aktive ose pasive mallrat ose shërbimet e kontratës¹⁰⁵.
239. Ekzistojnë pesë përjashtime nga kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 4 e Rregullores.
240. Së pari, neni 5, pika 4, a) e Rregullores i lejon furnizuesit të kufizojë shitjet aktive, duke përfshirë reklamimet e shënjestruara në internet, nga blerësi në territore ose grupe klientësh që u rezervohen ekskluzivisht blerësve të tjerë ose furnizuesit. Furnizuesi mund të kërkojë gjithashtu që blerësi të vendosë kufizime të tilla të lejuara të shitjeve aktive për klientët e drejtpërdrejtë të blerësit. Megjithatë, mbrojtja e këtyre territoreve ose grupeve të klientëve të rezervuar ekskluzivisht nuk është absolute, pasi furnizuesi nuk mund të kufizojë shitjet pasive në këto territore ose grupe klientësh.
241. Së dyti, neni 5, pika 4, b) e Rregullores lejon furnizuesin të kufizojë blerësin dhe t'i kërkojë blerësit të kufizojë klientët e tij nga shitja aktive ose pasive tek shpërndarësit e paautorizuar të vendosur në një territor ku furnizuesi operon një sistem shpërndarjeje përzgjedhës ose të cilin furnizuesi e ka rezervuar për funksionimin e një sistemi të tillë. Kufizimi mund të mbulojë shitjet aktive ose pasive në çdo nivel tregtie.
242. Së treti, neni 5, pika 4, c) e Rregullores i lejon furnizuesit të vendosë një klauzolë vendndodhjeje mbi blerësin, për t'i kufizuar vendin e themelimit. Kjo do të thotë që furnizuesi mund t'i kërkojë blerësit të kufizojë pikat e shpërndarjes dhe magazinat e tij në një adresë, vend ose territor të caktuar. Për sa i përket pikave të lëvizshme të shpërndarjes, marrëveshja mund të specifikojë një zonë jashtë të cilës nuk mund të operohet. Megjithatë, krijimi dhe përdorimi nga blerësi i një dyqani online nuk është ekuivalent me hapjen e një dyqani fizik dhe për këtë arsye nuk mund të kufizohet¹⁰⁶.
243. Së katërti, neni 5, pika 4, d) e Rregullores lejon furnizuesin të kufizojë shitjet aktive dhe pasive nga një shitës me shumicë tek përdoruesit fundorë, duke i lejuar kështu furnizuesit të mbajë të ndara nivelet e tregtisë të shumicës dhe të pakicës. Ky përjashtim përfshin lejimin e shitësit me shumicë për t'u shitur përdoruesve të caktuar fundorë (për shembull, disa përdoruesve të mëdhenj), ndërkohë që e ndalon atë që t'u shesë përdoruesve të tjerë fundorë.
244. Së pesti, neni 5, pika 4, e) e Rregullores lejon furnizuesin të kufizojë aftësinë e një blerësi për të shitur në mënyrë aktive ose pasive pjesët e furnizuara për qëllime montimi tek konkurrentët e furnizuesit, të cilët do t'i përdornin ato për të prodhuar të njëjtin lloj mallrash si ato të prodhuara nga furnizuesi. Termi “pjesë” përfshin çdo mall të ndërmjetëm dhe termi “montim” i referohet përdorimit të çdo inputi për të prodhuar mallra.

¹⁰⁴ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit në Çështjen AT.40428 - Guess, recitali 65-78.

¹⁰⁵ Shih gjithashtu paragrafin 116.

¹⁰⁶ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-439/09 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, paragrafët 55 deri 58.

VI.1.3. Kufizime në shitjen e pjesëve të këmbimit

245. Kufizimi i rëndë i përcaktuar në nenin 5, pika 6 të Rregullores ka të bëjë me marrëveshjet që pengojnë ose kufizojnë përdoruesit fundorë, riparuesit e pavarur, shitësit me shumicë dhe ofruesit e shërbimeve që të marrin pjesë këmbimi drejtpërdrejt nga prodhuesi i atyre pjesëve. Një marrëveshje ndërmjet një prodhuesi të pjesëve të këmbimit dhe një blerësi që i inkorporon ato pjesë në produktet e veta, si prodhuesit e pajisjeve origjinale ("PPO"), nuk mundet, drejtpërdrejt ose tërthorazi, të ndalojë ose kufizojë shitjet nga prodhuesi i atyre pjesëve të këmbimit tek përdoruesit fundorë, riparuesit e pavarur, shitësit me shumicë ose ofruesit e shërbimeve. Kufizime indirekte mund të lindin veçanërisht kur prodhuesi i pjesëve të këmbimit është i kufizuar në ofrimin e informacionit teknik dhe pajisjeve speciale, të cilat janë të nevojshme për përdorimin e pjesëve të këmbimit nga përdoruesit fundorë, riparuesit e pavarur ose ofruesit e shërbimeve. Megjithatë, marrëveshja mund të vendosë kufizime në furnizimin e pjesëve të këmbimit për riparuesit ose ofruesit e shërbimeve të cilëve PPO u beson riparimin ose shërbimin e mallrave të veta. Kjo do të thotë gjithashtu se PPO mund të kërkojë nga rrjeti i vet i riparimit dhe shërbimit të blejë pjesët e këmbimit nga vetë ai ose nga anëtarët e tjerë të sistemit të shpërndarjes përzgjedhëse, ku operon një sistem të tillë.

VI.2. Kufizimet që përjashtohen nga Rregullorja

246. Neni 6 i Rregullores përjashton disa detyrime të përfshira në marrëveshjet vertikale nga përfitimi i përjashtimit në bllok, pavarësisht nëse kufijtë e pjesës së tregut të përcaktuara në nenin 4, paragrafi 1 të Rregullores janë tejkaluar apo jo. Në veçanti, neni 6 i Rregullores përcakton detyrimet për të cilat nuk mund të supozohet me siguri të mjaftueshme se ato përmbushin kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Megjithatë, nuk ka asnjë supozim se detyrimet e renditura në nenin 6 të Rregullores bien brenda objektit të Nenit 4(1) të Ligjit ose nuk përmbushin kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Përjashtimi i këtyre detyrimeve nga përjashtimi në bllok nënkupton vetëm se ato i nënshtrohen një vlerësimi individual. Për më tepër, ndryshe nga neni 5 i Rregullores, përjashtimi i një detyrimi nga përjashtimi në bllok në përputhje me nenin 6 të Rregullores është i kufizuar në detyrimin specifik, me kusht që detyrimi në fjalë të mund të shkëputet nga pjesa tjetër e marrëveshjes vertikale. Në atë rast, pjesa e mbetur e marrëveshjes vertikale vazhdon të përfitojë nga përjashtimi në bllok.

VI.2.1. Detyrimet për të mos konkurruar që kalojnë një kohëzgjatje prej pesë vjetësh

247. Në përputhje me nenin 6, paragrafi 1 pika a) e Rregullores, detyrimet për mos konkurruar që kalojnë një kohëzgjatje prej pesë vjetësh përjashtohen nga përjashtimi në bllok. Detyrimet për mos konkurruar, siç përkufizohen në nenin 2, paragrafi 1, pika f) të Rregullores, janë angazhime të cilat bëjnë që blerësi të blejë më shumë se 80% të blerjeve totale të tij të mallrave dhe shërbimeve të kontratës dhe zëvendësuesve të tyre gjatë vitit kalendarik të ardhshëm nga furnizuesi ose nga një ndërmarrje tjetër e caktuar nga furnizuesi. Kjo do të thotë që blerësi nuk lejohet të blejë mallra ose shërbime konkurruese ose që blerje të tilla janë të kufizuara në më pak se 20% të blerjeve totale të tij. Nëse nuk disponohen të dhëna përkatëse për blerjet e blerësit në vitin kalendarik që i paraprin lidhjes së marrëveshjes vertikale, në vend të kësaj mund të përdoret përlogaritja më e mirë e mundshme e kërkesës totale vjetore të blerësit. Megjithatë, të dhënat aktuale të blerjeve duhet të përdoren sapo të jenë të disponueshme.
248. Detyrimet për të mos konkurruar nuk mund të përfitojnë nga përjashtimi në bllok nëse kohëzgjatja e tyre është e pacaktuar ose i kalon pesë vjet. Detyrimet për të mos konkurruar që janë të rinovueshme në heshtje përtej një periudhe pesëvjeçare mund të përfitojnë nga përjashtimi në bllok, me kusht që blerësi të mund të rinegociojë ose të zgjidhë efektivisht marrëveshjen vertikale që përmban detyrimin në një periudhë të arsyeshme njoftimi dhe me një kosto të arsyeshme, duke lejuar kështu blerësin të ndërrojë efektivisht furnizuesin e tij pas

mbarimit të periudhës 5-vjeçare. Nëse, për shembull, marrëveshja vertikale përmban një detyrim 5-vjeçar për të mos konkurruar dhe furnizuesi i jep një hua blerësit, shlyerja e huasë nuk duhet ta pengojë blerësin të zgjidhë efektivisht detyrimin për të mos konkurruar në fund të periudhës 5-vjeçare. Në mënyrë të ngjashme, kur furnizuesi i siguron blerësit pajisje që nuk janë specifike për marrëdhënien, blerësi duhet të ketë mundësinë të marrë pajisjen me vlerën saj të tregut pasi të skadojë detyrimi për mos konkurruar.

249. Në bazë të nenit 6, paragrafi 2 të Rregullores, kufizimi i detyrimeve për të mos konkurruar me një kohëzgjatje prej 5 vjetësh nuk zbatohet kur mallrat ose shërbimet e kontratës rishiten nga blerësi nga objektet dhe toka në pronësi të furnizuesit ose marrë me qira nga furnizuesi palëve të treta që nuk kanë lidhje me blerësin. Në raste të tilla, detyrimi për të mos konkurruar mund të vendoset për një kohëzgjatje më të gjatë, me kusht që kjo të mos kalojë periudhën e zotërimit të pikës së shitjes nga blerësi. Arsyeja për këtë përjashtim është se në përgjithësi është e paarsyeshme të pritët që një furnizues të lejojë shitjen e produkteve konkurruese nga objektet dhe toka që ai zotëron pa lejen e tij. Për analogji, të njëjtat parime zbatohen kur blerësi operon nga një pikë të lëvizshme shitjeje në pronësi të, ose të marrë me qira nga, furnizuesi prej palëve të treta që nuk janë të lidhura me blerësin. Krijimet artificiale të pronësisë, të tilla si transferimi nga shpërndarësi i të drejtave të tij të pronësisë mbi tokën dhe mjediset, tek furnizuesi vetëm për një periudhë të kufizuar, me qëllim shmangien e kufizimit 5-vjeçar, nuk mund të përfitojnë nga ky përjashtim.

VI.2.2. Detyrimet për të mos konkurruar pas përfundimit të afatit të marrëveshjes

250. Në bazë të nenit 6, paragrafi 1, pika b) në lidhje me nenin 6, paragrafi 3 të Rregullores, detyrimet për të mos konkurruar pas përfundimit të afatit të marrëveshjes të vendosura ndaj blerësit përjashtohen nga përfitimi i përjashtimit në bllok, përveç nëse plotësohen të gjitha kushtet e mëposhtme:
- a) detyrimi është i domosdoshëm për të mbrojtur njohuritë praktike të transferuara nga furnizuesi te blerësi;
 - b) kufizohet në pikën e shitjes nga e cila blerësi ka operuar gjatë periudhës së kontratës;
 - c) është i kufizuar në një periudhë maksimale prej 1 viti.
251. Njohuritë praktike në fjalë duhet të jenë sekrete, thelbësore dhe të identifikuar sipas kuptimit të nenit 2, paragrafi 2, pika j) e Rregullores, në veçanti ato duhet të përfshijnë informacione që janë të rëndësishme dhe të dobishme për blerësin për përdorimin, shitjen ose rishitjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës.

VI.2.3. Detyrimet për të mos konkurruar të vendosura për anëtarët e një sistemi të shpërndarjes përzgjedhëse

252. Neni 6, paragrafi 1, pika c) e Rregullores ka të bëjë me shitjen e mallrave ose shërbimeve konkurruese në një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse. Përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores zbatohet për kombinimin e shpërndarjes përzgjedhëse me një detyrim për të mos konkurruar, që kërkon nga shpërndarësit e autorizuar të mos rishesin markat konkurrense. Megjithatë, nëse furnizuesi i pengon shpërndarësit e tij të autorizuar, drejtpërdrejt ose tërthorazi, të blejnë produkte për rishitje nga një ose më shumë furnizues specifikë konkurrentë, një detyrim i tillë përjashtohet nga përjashtimi në bllok. Arsyeja për këtë përjashtim është shmangia e një situatë ku një numër furnizuesish që përdorin të njëjtat pika shpërndarjeje përzgjedhëse ndalojnë një ose më shumë konkurrentë specifikë që të përdorin ato pika për të shpërndarë produktet e tyre. Një skenar i tillë mund të çojë në mbylljen e tregut për një furnizues konkurrent përmes një forme bojkoti kolektiv.

VI.2.4. Detyrimet e barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma

253. Përjashtimi i katërt nga përjashtimi në bllok, i cili përcaktohet në nenin 6, paragrafi 1, pika d) të Rregullores, ka të bëjë me detyrimet e barazisë ndër-platformë në shitjet me pakicë të vendosura nga furnizuesit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, përkatësisht detyrime të drejtpërdrejta ose të tërthorta të cilat bëjnë që blerësit e shërbimeve të tilla të mos ofrojnë, shesin ose rishesin mallra ose shërbime për përdoruesit fundorë në kushte më të favorshme nëpërmjet shërbimeve konkurrencte të ndërmjetësimit në internet. Kushtet mund të kenë të bëjnë me çmimet, inventarin, disponueshmërinë ose çdo kusht tjetër të ofertës ose shitjes. Detyrimi i barazisë mund të rezultojë nga një dispozitë kontraktuale ose nga masa të tjera të drejtpërdrejta ose të tërthorta, duke përfshirë përdorimin e çmimeve diferenciale ose incentivave, zbatimi i të cilave varet nga kushtet në të cilat blerësi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet ofron mallra ose shërbime për përdoruesit fundorë nëpërmjet shërbimeve konkurruese të ndërmjetësimit në internet. Për shembull, rasti kur ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet bën ofertë për shikueshmëri më të mirë për mallrat ose shërbimet e blerësit në faqen e internetit të ofruesit ose aplikimin e një norme më të ulët komisioni të varur nga dhënia nga ana e blerësit e kushteve të barabarta në krahasim me ofruesit konkurrentë të këtyre shërbimeve, kjo përbën një detyrim të barazisë në shitjet ndër-platformë me pakicë.
254. Të gjitha llojet e tjera të detyrimeve të barazisë mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores. Kjo përfshin, për shembull:
- a) detyrimet e barazisë në shitjet me pakicë në lidhje me kanalet e shitjes direkte të blerësve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet (të ashtuquajturat detyrime “të ngushta” të barazisë për shitjet me pakicë);
 - b) detyrimet e barazisë në lidhje me kushtet në të cilat mallrat ose shërbimet u ofrohen ndërmarrjeve që nuk janë përdorues fundorë;
 - c) detyrimet e barazisë në lidhje me kushtet në të cilat prodhuesit, shitësit me shumicë ose pakicë blejnë mallra ose shërbime si inpute (detyrimet mbi “klientin më të favorizuar”).
255. Seksioni VIII.2.5 ofron udhëzime për vlerësimin e detyrimeve të barazisë në rastet individuale ku Rregullorja nuk zbatohet.

VII. ANULIMI DHE MOS-ZBATIMI

VII.1. Anulimi i përfitimit të Rregullores

256. Siç theksohet në nenin 7, paragrafi 1 të Rregullores, Komisioni mund të anulojë ose shfuqizojë përjashtimin e Rregullores në përputhje me nenet 48 dhe 51 të Ligjit, nëse ai konstaton se, në një rast të veçantë, një marrëveshje vertikale për të cilën zbatohet Rregullorja ka efekte që janë të papajtueshme me Nenin 5 të Ligjit.
257. Komisioni mund të anulojë ose shfuqizojë përfitimin e Rregullores në dy skenarë. Fillimisht, mund ta anulojë ose revokojë përfitimin e Rregullores nëse marrëveshja vertikale që bie brenda objektit të Nenit 4(1) të Ligjit ka, *e vetme*, efekte në tregun përkatës, të cilat janë të papajtueshme me Nenin 5 të Ligjit. Së dyti, mund ta anulojë përfitimin e Rregullores edhe nëse marrëveshja vertikale i ka ato efekte *së bashku me* marrëveshje të ngjashme të lidhura nga furnizuesit ose blerësit konkurrentë. Kjo për shkak se rrjetet paralele të marrëveshjeve të ngjashme vertikale mund të prodhojnë efekte kumulative kundër konkurrencës që janë të papajtueshme me Nenin 5 të Ligjit. Kufizimi i aksesit në tregun përkatës dhe kufizimi i konkurrencës në të janë shembuj të efekteve të tilla kumulative që mund të justifikojnë anulimin ose revokimin e përfitimit të Rregullores.

258. Rrjetet paralele të marrëveshjeve vertikale duhet të konsiderohen si të ngjashme nëse përmbajnë të njëjtat lloje kufizimesh që prodhojnë efekte të ngjashme në treg. Efekte të tilla kumulative mund të lindin, për shembull, në rastin e detyrimeve të barazisë për shitjet me pakicë, shpërndarjes përzgjedhëse ose detyrimeve për të mos konkurruar.
259. Për sa i përket detyrimeve të barazisë për shitjet me pakicë në lidhje me kanalet e shitjeve direkte (detyrime të ngushta të barazisë për shitjet me pakicë), neni 7 i Rregullores parashikon që përfitimi i Rregullores mund të tërhiqet në përputhje me nenin 51 të Ligjit, veçanërisht kur tregu përkatës për furnizimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet është shumë i përqendruar dhe konkurrenca ndërmjet ofruesve të këtyre shërbimeve është e kufizuar nga efekti kumulativ i rrjeteve paralele të marrëveshjeve të ngjashme që i kufizojnë blerësit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet nga ofrimi, shitja ose rishitja e mallrave ose shërbimeve për përdoruesit fundorë në kushte më të favorshme në kanalet e tyre të shitjes direkte. Udhëzime të mëtejshme për këtë skenar jepen në Seksionin VIII.2.5.2.
260. Për sa i përket shpërndarjes përzgjedhëse, një situatë e rrjeteve paralele mjaftueshëm të ngjashme mund të ekzistojë nëse, në një treg të caktuar, furnizues të caktuar aplikojnë shpërndarje përzgjedhëse cilësore të pastër, ndërsa furnizues të tjerë aplikojnë shpërndarje përzgjedhëse sasiore, me efekte të ngjashme në treg. Efekte të tilla kumulative mund të lindin gjithashtu kur, në një treg të caktuar, rrjetet paralele të shpërndarjes përzgjedhëse përdorin kritere cilësore që përjashtojnë shpërndarësit. Në këto rrethana, vlerësimi duhet të marrë parasysh efektet anti-konkurruese që i atribuohen secilit rrjet individual të marrëveshjeve. Kur është e përshtatshme, revokimi i përfitimit të Rregullores mund të kufizohet në kritere të veçanta cilësore ose në kritere të veçanta sasiore, të cilat, për shembull, kufizojnë numrin e shpërndarësve të autorizuar.
261. Përgjegjësia për një efekt kumulativ anti-konkurrues mund t'u atribuohet vetëm atyre ndërmarrjeve që japin një kontribut të dukshëm për të. Marrëveshjet e lidhura nga ndërmarrjet, kontributi i të cilave në efektin kumulativ është i parëndësishëm, nuk përfshihen në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit. Prandaj, ato nuk i nënshtrohen mekanizmit të revokimit¹⁰⁷.
262. Komisioni mund të revokojë përfitimin e Rregullores me iniciativën e tij ose në bazë të një ankese.
263. Kur Komisioni revokon përfitimin e Rregullores, Komisioni ka barrën e provës që fillimisht të provojë se vertikale marrëveshja në fjalë kufizon konkurrencën sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit¹⁰⁸. Së dyti, Komisioni duhet të provojë se marrëveshja ka efekte që janë të papajtueshme me Nenin 5 të Ligjit, që do të thotë se marrëveshja nuk arrin të përmbushë të paktën një nga katër kushtet e Nenit 5¹⁰⁹.
264. Nëse plotësohen parashikimet e vendosura nga neni 51 i Ligjit, Komisioni mund të revokojë përfitimin e Rregullores në një rast individual. Një revokim i tillë dhe kërkesat e tij siç përcaktohen në këtë seksion, duhet të dallohen nga gjetjet e një vendimi për shkelje të Komisionit në përputhje me Kreun III, Seksionin I të Ligjit. Megjithatë, një revokim mund të kombinohet, për shembull, me konstatimin e një shkeljeje dhe vendosjen e një mjeti juridik, madje edhe me masa të përkohshme.

¹⁰⁷ Vlerësimi i një kontributi të tillë do të bëhet në përputhje me kriteret e përcaktuara në Seksionin VIII në lidhje me praktikën e zbatimit në raste individuale.

¹⁰⁸ Nëse një marrëveshje vertikale bie jashtë fushës së Nenit 4(1) të Ligjit, siç përcaktohet në Seksionin III të këtij Udhëzimi, çështja e zbatimit të Rregullore nuk ngrihet, sepse Rregullorja përcakton kategoritë e marrëveshjeve vertikale që përgjithësisht i plotësojnë kushtet e Nenit 5 të Ligjit, gjë që presupozon se ajo marrëveshje vertikale bie në fushën e Nenit 4(1) të Ligjit.

¹⁰⁹) Është e mjaftueshme që Komisioni të vërtetojë se një nga katër kushtet e Nenit 5 të Ligjit nuk është përmbushur. Kjo sepse, në mënyrë që përjashtimi i Nenit 5 të zbatohet, duhet të plotësohen të katër kushtet.

265. Nëse Komisioni revokon përfitimin e Rregullores në përputhje me nenin 51 të Rregullores, revokimi prodhon vetëm efekte *ex nunc*, që do të thotë statusi si e përjashtuar e marrëveshjes në fjalë mbetet i paprekur për periudhën që i paraprin datës në të cilën revokimi hyn në fuqi.

VII.2. Moszbatimi i Rregullores

266. Neni 8 i Rregullores i mundëson Komisionit të përjashtojë nga objekti i Rregullores rrjetet paralele të kufizimeve vertikale të ngjashme kur rrjete të tilla mbulojnë më shumë se 50% të një tregu përkatës, nëpërmjet rregulloreve. Një rregullore e tillë nuk do t'i drejtohet ndërmarrjeve individuale, por ka të bëjë me të gjitha ndërmarrjet, marrëveshjet e të cilave përmbushin kushtet e përcaktuara në një rregullore të nxjerrë në përputhje me nenin 8 të Rregullores. Kur vlerëson nevojën për miratimin e një rregulloreje të tillë, Komisioni do të shqyrtojë nëse një revokim individual do të ishte një zgjidhje më e përshtatshme. Numri i ndërmarrjeve konkurrencte që kontribuojnë në një efekt kumulativ në një treg përkatës dhe numri i tregjeve gjeografike të prekura janë dy aspekte që janë veçanërisht të rëndësishme për vlerësimin.
267. Komisioni do të shqyrtojë miratimin e një rregulloreje në përputhje me nenin 8 të Rregullores nëse kufizime të ngjashme që mbulojnë më shumë se 50% të tregut përkatës ka të ngjarë të kufizojnë në mënyrë të konsiderueshme aksesin në atë treg ose konkurrencën në të. Ky mund të jetë veçanërisht rasti kur rrjetet paralele të shpërndarjes përzgjedhëse që mbulojnë më shumë se 50% të një tregu mund të shkaktojnë mbyllje tregu, për shkak të përdorimit të kriterëve të përzgjedhjes që nuk kërkohen nga natyra e mallrave ose shërbimeve përkatëse ose që diskriminojnë kundër llojeve të caktuara të shpërndarjes së mallrave ose shërbimeve të tilla. Për të llogaritur raportin 50% të mbulimit të tregut, duhet të merret parasysh çdo rrjet individual i marrëveshjeve vertikale që përmban kufizime ose kombinime kufizimesh që prodhojnë efekte të ngjashme në treg. Megjithatë, neni 8 i Rregullores nuk kërkon që Komisioni të miratojë një rregullore të tillë kur tejkalohet raporti 50% i mbulimit të tregut.
268. Efekti i një rregulloreje të miratuar në përputhje me nenin 8 të Rregullores është se Rregullorja bëhet e pazbatueshme në lidhje me kufizimet dhe tregjet në fjalë, dhe për rrjedhojë Neni 4(1) dhe Neni 5 i Ligjit zbatohen plotësisht.
269. Çdo rregullore e miratuar në përputhje me nenin 8 të Rregullores duhet të përcaktojë qartë fushëveprimin e saj. Prandaj, Komisioni duhet së pari të përcaktojë tregun përkatës të produktit dhe atë gjeografik dhe, së dyti, llojin e kufizimeve vertikale në lidhje mbi të cilat Rregullorja nuk do të zbatohet më. Për sa i përket aspektit të fundit, Komisioni mund të modifikojë fushëveprimin e rregullores sipas problematikës në konkurrencë që synon të trajtojë. Për shembull, ndërsa të gjitha rrjetet paralele të marrëveshjeve të tipit të një marke të vetme mund të merren parasysh kur përcaktohet raporti 50% i mbulimit të tregut, Komisioni megjithatë mund të kufizojë fushëveprimin e rregullores që miraton në përputhje me nenin 8 të Rregullores për detyrimet për të mos konkurruar që kalojnë një kohëzgjatje të caktuar. Kështu, marrëveshjet me një kohëzgjatje më të shkurtër ose të një natyre më pak kufizuese mund të lihen të paprekura, duke pasur parasysh shkallën më të vogël të mbylljes së tregut që i atribuohet kufizimeve të tilla. Në mënyrë të ngjashme, nëse, në një treg të caktuar, ndërmarrjet përdorin shpërndarje përzgjedhëse në kombinim me kufizime shtesë, të tilla si detyrimet për të mos konkurruar ose detyrime sasisore, një rregullore e miratuar në përputhje me nenin 8 të Rregullores mund të ketë të bëjë vetëm me kufizime të tilla shtesë. Kur është e përshtatshme, Komisioni mund të specifikojë gjithashtu nivelin e pjesës së tregut, i cili, në kontekstin specifik të tregut, mund të konsiderohet i pamjaftueshëm për një ndërmarrje individuale për të dhënë një kontribut të rëndësishëm në efektin kumulativ.

270. Një rregullore e miratuar në përputhje me nenin 8 të Rregullores duhet të caktojë një periudhë kalimtare jo më pak se gjashtë muaj përpara se të hyjë në fuqi. Kjo periudhë synon t'u mundësojë ndërmarrjeve në fjalë të përshtatin marrëveshjet e tyre vertikale në përputhje me rrethanat.
271. Një rregullore e miratuar në përputhje me nenin 8 të Rregullores nuk do të ndikojë në statusin e përjashtimit të marrëveshjeve në fjalë për periudhën që i paraprin datës së zbatimit të asaj rregulloreje.

VIII. ZBATIMI NË RASTET INDIVIDUALE

VIII.1. Kuadri i analizës

272. Kur përjashtimi bllok i parashikuar nga Rregullorja nuk zbatohet për një marrëveshje vertikale, është e nevojshme të vlerësohet nëse, në rastin individual, marrëveshja vertikale bie brenda objektit të Nenit 4(1) të Ligjit dhe, nëse po, nëse janë plotësuar kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Me kusht që ato të mos përmbajnë kufizime të konkurrencës sipas objektit dhe në veçanti kufizime të rënda sipas kuptimit të nenit 5 të Rregullores, nuk ka asnjë supozim se marrëveshjet vertikale që bien jashtë fushëveprimit të Rregullores bien në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit ose nuk përmbushin kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Marrëveshje të tilla kërkojnë një vlerësim individual. Marrëveshjet që ose nuk kufizojnë konkurrencën sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit ose që plotësojnë kushtet e Nenit 5 të Ligjit janë të vlefshme dhe të zbatueshme.
273. Ndërmarrjet nuk kanë nevojë të njoftojnë marrëveshjet e tyre vertikale për të përfituar nga një përjashtim individual sipas Nenit 5 të Ligjit. Në rastin e një shqyrtimi individual nga Komisioni, është Komisioni ai që mban barrën e provës se marrëveshja vertikale në fjalë kufizon konkurrencën sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit. Ndërmarrjet që pretendojnë përfitimin nga Neni 5 i Ligjit mbajnë barrën e provës se kushtet e kësaj dispozite janë përmbushur. Aty ku demonstrohen efekte të mundshme kundër konkurrencës, ndërmarrjet mund të vërtetojnë pretendimet mbi efikasitetin dhe të shpjegojnë pse një marrëveshje e veçantë shpërndarjeje është e domosdoshme për të sjellë përfitime të mundshme për konsumatorët pa eliminuar konkurrencën. Komisioni do të vendosë më pas nëse marrëveshja i plotëson kushtet e Nenit 5 të Ligjit.
274. Vlerësimi nëse një marrëveshje vertikale ka efekt në kufizimin e konkurrencës bëhet duke krahasuar situatën në tregun përkatës me ekzistencën e kufizimeve vertikale me situatën që do të mbizotëronte në mungesë të kufizimeve vertikale në marrëveshjen vertikale. Në vlerësimin e rasteve individuale, Komisioni mund të marrë parasysh efektet aktuale dhe ato potenciale. Që marrëveshjet vertikale të jenë kufizuese të konkurrencës për nga efekti, ato duhet të ndikojnë në konkurrencën aktuale ose potenciale në atë masë që në tregun përkatës të mund të priten efekte negative mbi çmimet, produktin, inovacionin, shumëllojshmërinë ose cilësinë e mallrave ose shërbimeve në një shkallë të arsyeshme probabiliteti. Efektet negative në konkurrencë duhet të jenë të konsiderueshme¹¹⁰. Efektet e konsiderueshme anti-konkurruese kanë më shumë gjasa të ndodhin kur të paktën njëra nga palët në marrëveshje ka ose fiton një farë fuqie tregu dhe marrëveshja kontribuon në krijimin, ruajtjen ose forcimin e asaj fuqie tregu, ose i lejon palët në marrëveshje për shfrytëzimin e një fuqie tregu të tillë. Fuqia e tregut është aftësia për të mbajtur çmimet mbi nivele konkurruese ose për të ruajtur prodhimin në terma të sasive të produktit, cilësisë së produktit dhe shumëllojshmërisë ose inovacionit nën nivelet konkurruese për një periudhë jo të parëndësishme kohore. Shkalla e fuqisë së tregut që kërkohet përgjithësisht për konstatimin e një kufizimi të konkurrencës sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit është më e ulët

¹¹⁰ Shih Seksionin III.1.

se shkalla e fuqisë së tregut që kërkohet për një konstatim të pozitës dominuese sipas nenit 8 të Ligjit.

VIII.1.1. Faktorët e rëndësishëm për vlerësimin sipas Nenit 4(1) të Ligjit

275. Në vlerësimin e marrëveshjeve individuale vertikale ndërmjet ndërmarrjeve me pjesë tregu mbi pragun 30%, Komisioni do të ndërmarrë një analizë të plotë të konkurrencës. Faktorët e mëposhtëm janë veçanërisht të rëndësishëm për të përcaktuar nëse një marrëveshje vertikale sjell një kufizim të ndjeshëm të konkurrencës sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit:
- a) natyra e marrëveshjes;
 - b) pozicioni i palëve në treg;
 - c) pozicioni në treg i konkurrentëve (në rrjedhën e sipërme dhe të poshtme);
 - d) pozicioni në treg i blerësve të mallrave ose shërbimeve të kontratës;
 - e) pengesat në hyrje;
 - f) niveli i zinxhirit të prodhimit ose shpërndarjes që preket;
 - g) natyra e produktit;
 - h) dinamika e tregut.
276. Mund të merren parasysh edhe faktorë të tjerë të rëndësishëm.
277. Rëndësia e faktorëve individualë mund të ndryshojë në varësi të rrethanave të rastit. Për shembull, një pjesë tregu e madhe e palëve është zakonisht një tregues i mirë i fuqisë së tregut. Megjithatë, në rastin e pengesave të vogla në hyrje, fuqia e tregut mund të kufizohet mjaftueshëm nga hyrja aktuale ose e mundshme. Prandaj nuk është e mundur të ofrohen rregulla të prera të zbatueshmërisë së përgjithshme mbi rëndësinë e faktorëve individualë.
278. Marrëveshjet vertikale mund të marrin shumë forma. Prandaj, është e rëndësishme të analizohet natyra e marrëveshjes për sa i përket kufizimeve që ajo përmban, kohëzgjatjes së këtyre kufizimeve dhe pjesës së shitjeve totale në tregun (në rrjedhën e poshtme) e prekur nga këto kufizime. Mund të jetë e nevojshme të shkohet përtej kushteve të shprehura të marrëveshjes. Ekzistenca e kufizimeve të nënkuptuara mund të deduktohet nga mënyra në të cilën marrëveshja zbatohet nga palët dhe incentivat me të cilat përballen.
279. Pozicioni në treg i palëve jep një tregues të shkallës së fuqisë së tregut, nëse ka, të mbajtur nga furnizuesi, blerësi, ose të dy. Sa më e lartë të jetë pjesa e tyre e tregut, aq më e madhe ka të ngjarë të jetë fuqia e tyre në treg. Kjo është veçanërisht e vërtetë kur pjesa e tregut pasqyron avantazhet e kostos, ose avantazhe të tjera konkurruese kundrejt konkurrentëve. Avantazhe të tilla konkurruese mund të rezultojnë, për shembull, nga të qenit vepruesi i parë në treg (të pasurit e faqes së internetit më të mirë, etj.), nga mbajtja e patentave thelbësore ose të zotëruarit e një teknologjie superiore, ose nga të qenit lider i markës ose të paturit një portofol superior. Shkalla e diferencimit të produktit mund të jetë gjithashtu një tregues i rëndësishëm për praninë e fuqisë në treg. Marka tenton të rrisë diferencimin e produktit dhe të zvogëlojë zëvendësueshmërinë e produktit, duke çuar në uljen e elasticitetit të kërkesës dhe një mundësi të lartë për rritje çmimi.
280. Pozicioni në treg i konkurrentëve është gjithashtu i rëndësishëm. Sa më i fortë të jetë pozicioni konkurrues i konkurrentëve dhe sa më i madh të jetë numri i tyre, aq më i ulët është rreziku që palët të jenë në gjendje të ushtrojnë individualisht fuqi tregu dhe të mbyllin tregun ose të zbusin konkurrencën. Është gjithashtu e rëndësishme të merret në konsideratë nëse ka kundërstrategji efektive dhe të shpejta që konkurrentët ka të ngjarë t'i përdorin. Megjithatë, nëse numri i

ndërmarrjeve në treg është relativisht i vogël dhe pozicioni i tyre në treg është i ngjashëm (për shembull, për sa i përket madhësisë, kostove dhe potencialit për kërkim dhe zhvillim), kufizimet vertikale mund të rrisin rrezikun e marrëveshjeve të fshehta. Pjesët e tregut që variojnë ose ndryshojnë me shpejtësi janë në përgjithësi një tregues i konkurrencës intensive.

281. Pozicioni në treg i klientëve të rrjedhës së poshtme të palëve në marrëveshjen vertikale është një tregues nëse një ose më shumë prej këtyre klientëve kanë apo jo fuqi blerëse. Treguesi i parë i fuqisë blerëse është pjesa e tregut të klientit në tregun blerës. Kjo pjesë e tregut pasqyron rëndësinë e kërkesës së klientit për furnizues të mundshëm. Tregues të tjerë janë pozicioni i klientit në tregun e rishitjes ku ai është aktiv, duke përfshirë karakteristika të tilla si përhapja e gjerë gjeografike e pikave të shitjes së tij, markat e veta duke përfshirë etiketat private dhe imazhi i markës së tij tek përdoruesit fundorë. Në disa rrethana, fuqia blerëse mund të parandalojë dëmtimin e konsumatorit nga një marrëveshje vertikale problematike. Kjo është veçanërisht e vërtetë kur klientët e fortë kanë aftësinë dhe incentivat për të sjellë burime të reja furnizimi në treg në rastin e një rritjeje të vogël por të përhershme të çmimeve relative.
282. Pengesat në hyrje maten nga shkalla në të cilën firmat ekzistuese mund të rrisin çmimin e tyre mbi nivelin konkurrues pa tërhequr hyrje të reja. Si rregull i përgjithshëm, pengesat në hyrje mund të thuhet se janë të ulëta kur hyrja efektive, e aftë për të parandaluar ose gërryer/dobësuar ushtrimin e fuqisë në treg nga firmat ekzistuese, ka të ngjarë të ndodhë brenda 1 ose 2 viteve. Pengesat në hyrje mund të jenë të pranishme në nivelin e furnizuesit ose të blerësit ose në të dy nivelet. Pengesat në hyrje mund të rezultojnë nga një gamë e gjerë faktorësh të tillë si ekonomitë e shkallës dhe shtrirjes (përfshirë efektet e rrjetit të bizneseve të që operojnë njëkohësisht në disa rrjedha), aktet shtetërore (veçanërisht kur ato vendosin të drejta ekskluzive), ndihma shtetërore, tarifat e importit, DPI, pronësia e burimeve ku oferta është e kufizuar (për shembull, për shkak të kufizimeve natyrore), shërbimet thelbësore, një avantazh i vepruesit të parë dhe besnikëri ndaj markës së konsumatorëve të krijuar nga reklamimi i fuqishëm gjatë një periudhe kohore. Çështja nëse disa nga këta faktorë duhet të konsiderohen si pengesa në hyrje varet, në veçanti, nga fakti nëse ato sjellin kosto të zhytura. Kostot e zhytura janë kosto që duhen bërë për të hyrë ose për të qenë aktiv në një treg, por që nuk mund të rikuperohen me daljen nga tregu. Kostot e reklamimit për të ndërtuar besnikërinë e konsumatorit janë zakonisht kosto të zhytura, përveç nëse një firmë ekzistuese mund ta shesë emrin e saj të markës ose ta përdorë atë diku tjetër pa humbje. Aty ku hyrja kërkon kosto të zhytura të larta, kërcënimi i konkurrencës së ashpër nga operatorët ekzistues pas hyrjes mund ta pengojë hyrjen, pasi hyrjet e mundshme nuk mund ta justifikojnë rrezikun e humbjes së investimeve të zhytura.
283. Kufizimet vertikale mund të funksionojnë gjithashtu si pengesa në hyrje, duke e bërë aksesin më të vështirë dhe duke përjashtuar konkurrentët (e mundshëm). Për shembull, një detyrim për të mos konkurruar që lidh shpërndarësit me një furnizues mund të ketë një efekt të konsiderueshëm të mbylljes së tregut, nëse ngritja e shpërndarësve të vet do të impononte kosto të zhytura mbi hyrësit e mundshëm.
284. Niveli i zinxhirit të prodhimit ose shpërndarjes është i lidhur me dallimin midis mallrave ose shërbimeve të ndërmjetme dhe përfundimtare. Mallrat ose shërbimet e ndërmjetme iu shiten ndërmarrjeve për t'u përdorur si një input për të prodhuar mallra ose shërbime të tjera dhe në përgjithësi janë të paidentifikueshme tek mallrat ose shërbimet përfundimtare. Blerësit e mallrave ose shërbimeve të ndërmjetme janë zakonisht klientë të mirinformuar, të aftë për të vlerësuar cilësinë dhe për këtë arsye më pak të varur nga marka dhe imazhi. Mallrat ose shërbimet përfundimtare, drejtpërdrejt ose tërthorazi, u shiten përdoruesve fundorë, të cilët shpesh mbështeten më shumë tek marka dhe imazhi.

285. Natyra e produktit luan një rol në vlerësimin e efekteve të mundshme negative dhe pozitive të kufizimeve vertikale, veçanërisht për mallrat ose shërbimet përfundimtare. Kur vlerësohen efektet e mundshme negative, është e rëndësishme të përcaktohet nëse mallrat ose shërbimet e shitura në tregun përkatës janë homogjene ose të diferencuara¹¹¹, nëse produkti është i shtrenjtë, nëse zë një pjesë të madhe të buxhetit të konsumatorit, apo nëse është i lirë dhe nëse produkti blihet një herë apo në mënyrë të përsëritur.
286. Dinamika e tregut përkatës duhet të vlerësohet me kujdes. Në disa tregje dinamike, efektet e mundshme negative të kufizimeve të veçanta vertikale mund të jenë joproblematike, pasi konkurrenca ndërmjet markave nga rivalët dinamikë dhe novatorë mund të veprojë si një kufizim i mjaftueshëm. Megjithatë, në raste të tjera, kufizimet vertikale mund t'i lejojnë një operatori aktual në një treg dinamik një avantazh konkurrues të qëndrueshëm dhe si rrjedhim të rezultojë në efekte negative afatgjata për konkurrencën. Ky mund të jetë rasti kur një kufizim vertikal i pengon rivalët të përfitojnë nga efektet e rrjetit (*network effects*), ose kur në një treg ka tendencë dominimi (*tipping*).
287. Faktorë të tjerë gjithashtu mund të jenë të rëndësishëm për vlerësimin. Këta faktorë mund të përfshijnë në veçanti:
- a) praninë e efekteve kumulative, që rrjedhin nga fakti se tregu mbulohet nga kufizime të ngjashme vertikale të vendosura nga furnizues ose blerës të tjerë;
 - b) nëse marrëveshja është “imponuar” (përkatësisht, shumica e kufizimeve ose detyrimeve zbatohen vetëm për njërën palë në marrëveshje) ose “e rënë dakord” (të dyja palët pranojnë kufizime ose detyrime);
 - c) mjedisin rregullator;
 - d) sjellje që mund të tregojnë ose lehtësojnë marrëveshjet e fshehta, të tilla si udhëheqja në çmim, shpallja paraprake e ndryshimeve dhe diskutimeve të çmimeve, ngurtësimi i çmimeve në përgjigje të kapacitetit të tepërt, diskriminimi i çmimeve dhe sjellja e fshehtë e mëparshme.

VIII.1.2. Faktorët për vlerësimin sipas Nenit 5 të Ligjit

288. Marrëveshjet vertikale që kufizojnë konkurrencën sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit mund të prodhojnë gjithashtu efekte pro-konkurrese në formën e efikasiteteve, të cilat mund të tejkalojnë efektet e tyre anti-konkurrese. Vlerësimi i efikasitetit ndaj efekteve anti-konkurrese bëhet brenda kuadrit të Nenit 5 të Ligjit, i cili përmban një përjashtim nga ndalimi i përcaktuar në Nenin 4(1) të Ligjit. Që ky përjashtim të jetë i zbatueshëm, marrëveshja vertikale duhet të plotësojë katër kushtet e mëposhtme kumulative:
- a) duhet të prodhojë përfitime ekonomike objektive,
 - b) konsumatorët duhet të marrin një pjesë të drejtë të përfitimit që rezultojnë¹¹²,
 - c) kufizimet e konkurrencës duhet të jenë të domosdoshme për të arritur këto përfitime, dhe
 - d) marrëveshja nuk duhet t'u ofrojë palëve mundësinë e eliminimit të konkurrencës në lidhje me një pjesë të konsiderueshme të mallrave ose shërbimeve në fjalë.

¹¹¹ Shih gjithashtu paragrafin 279.

¹¹² Koncepti i “konsumatorëve” sipas kuptimit të Nenit 5 të Ligjit përfshin të gjithë përdoruesit e drejtpërdrejtë ose të tërthortë të produkteve të mbuluara nga marrëveshja, duke përfshirë prodhuesit që përdorin produktin si input, tregtarët me shumicë, shitës me pakicë dhe konsumatorët përfundimtarë, d.m.th., personat fizikë që veprojnë për qëllime që janë jashtë tregtisë ose profesionit të tyre.

289. Sipas Nenit 5 të Ligjit, vlerësimi i marrëveshjeve vertikale bëhet brenda kontekstit aktual në të cilin ato ndodhin¹¹³ dhe në bazë të fakteve që ekzistojnë në çdo moment të caktuar kohor. Vlerësimi është i ndjeshëm ndaj ndryshimeve materiale të fakteve. Përfshirja e parashikuar nga Neni 5 i Ligjit zbatohet për sa kohë që plotësohen katër kushtet dhe pushon së zbatuari kur nuk është më rasti¹¹⁴. Kur zbatohet Neni 5 i Ligjit në përputhje me këto parime, është e nevojshme të merren parasysh investimet e bëra nga palët në marrëveshje, si dhe koha e nevojshme dhe kufizimet e nevojshme për t'i dedikuar dhe rikuperuar investimin që rrit efektivitetin.
290. Kushti i parë i Nenit 5 të Ligjit kërkon një vlerësim të përfitimeve objektive në drejtim të efikasitetit të prodhuar nga marrëveshja vertikale. Në këtë aspekt, marrëveshjet vertikale shpesh kanë potencialin për të ndihmuar në realizimin e efikasitetit, siç shpjegohet në Seksionin II.1, duke përmirësuar mënyrën në të cilën palët në marrëveshje kryejnë aktivitetet e tyre plotësuese.
291. Kushti i dytë i Nenit 5 të Ligjit kërkon që konsumatorët duhet të marrin një pjesë të drejtë të përfitimeve. Kjo nënkupton që konsumatorët e mallrave ose shërbimeve të blera dhe/ose (ri)shitura sipas marrëveshjes vertikale duhet të paktën të kompensohen për efektet negative të marrëveshjes. Me fjalë të tjera, përfitimet nga efikasiteti duhet të kompensojnë plotësisht ndikimin e mundshëm negativ në çmim, prodhim dhe faktorë të tjerë të rëndësishëm të shkaktuar nga marrëveshja vertikale.
292. Së treti, kur zbatohet testi i domosdoshmërisë që përmban Neni 5 i Ligjit, Komisioni do të shqyrtojë në veçanti nëse kufizimet individuale bëjnë të mundur arritjen e prodhimit, blerjes ose (ri)shitjes së mallrave ose shërbimeve të kontratës me më shumë efikasitet sesa do të ishte rasti në mungesë të kufizimit në fjalë. Në bërjen e këtij vlerësimi duhet të merren parasysh kushtet e tregut dhe faktet reale me të cilat përballen palët në marrëveshje. Ndërmarrjeve që kërkojnë të përfitojnë në përputhje me Nenin 5 të Ligjit nuk u kërkohet të marrin në konsideratë alternativat hipotetike dhe teorike. Megjithatë, ato duhet të shpjegojnë dhe demonstrojnë pse alternativat në dukje realiste dhe dukshëm më pak kufizuese nuk do të prodhonin të njëjtat efikasitete. Nëse aplikimi i asaj që duket të jetë një alternativë komercialisht realiste dhe më pak kufizuese do të çonte në një humbje të konsiderueshme të efikasitetit, kufizimi në fjalë trajtohet si i domosdoshëm.
293. Kushti i katërt i Nenit 5 të Ligjit kërkon që marrëveshja vertikale nuk duhet t'u ofrojë palëve në marrëveshje mundësinë e eliminimit të konkurrencës në lidhje me një pjesë të konsiderueshme të mallrave ose shërbimeve në fjalë. Kjo presupozon një analizë të presioneve të mbetura konkurruese në treg dhe ndikimin e marrëveshjes në këto burime të mbetura të konkurrencës. Kur zbatohet ky kusht, është e nevojshme të merret parasysh marrëdhënia midis Nenit 5 të Ligjit dhe nenit 9 të Ligjit. Sipas praktikës, zbatimi i Nenit 5 të Ligjit nuk mund të pengojë zbatimin e nenit 9. Për më tepër, duke qenë se Nenet 4, 5 dhe 9 të Ligjit ndjekin qëllimin e ruajtjes së konkurrencës efektive në treg, konsistenca kërkon që Neni 5 të interpretohet se përjashton çdo zbatim të rregullit të përjashtimit ndaj marrëveshjeve vertikale kufizuese që përbëjnë abuzim me pozitën dominuese¹¹⁵. Marrëveshja vertikale nuk duhet të eliminojë konkurrencën efektive duke hequr të gjitha ose shumicën e burimeve ekzistuese të konkurrencës aktuale ose të mundshme. Rivaliteti ndërmjet ndërmarrjeve është një shtytës thelbësor i efikasitetit ekonomike, duke përfshirë efikasitetin dinamik në formën e inovacionit.

¹¹³ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi Ford v Commission, Çështje të bashkuara 25/84 dhe 26/84, EU:C:1985:340 paragrafët 24 dhe 25.

¹¹⁴ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i Komisionit 1999/242/EC (Case No IV/36.237 - TPS), (OJ L 90, 2.4.1999, fq. 6). Në mënyrë të ngjashme, ndalimi i parashikuar në Nenin 4(1) të Ligjit zbatohet vetëm për sa kohë që marrëveshja ka një objekt kufizues ose efekte kufizuese.

¹¹⁵ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 10 korrikut 1990, Tetra Pak v Commission, Çështja T-51/89, EU:T:1990:41.

Në mungesë të saj, ndërmarrjes dominuese do t'i mungojnë incentivat e duhura për të vazhduar krijimin dhe përcjelljen e përfitimeve të eficientës. Një marrëveshje kufizuese e cila ruan, krijon ose forcon një pozicion tregu që i afrohet atij të një monopoli, normalisht nuk mund të justifikohet me arsyetimin se ajo gjithashtu krijon përfitime në eficientë.

VIII.2. Analiza e kufizimeve specifike vertikale

294. Ndërsa Seksioni VI përfshin udhëzime për vlerësimin e kufizimeve vertikale që përbëjnë kufizime të rënda sipas kuptimit të nenit 5 të Rregullores, ose ndaj kufizimeve të përjashtuara sipas kuptimit të nenit 6 të Rregullores, paragrafët e mëposhtëm ofrojnë udhëzime në kufizime të tjera vertikale specifike. Për sa i përket kufizimeve vertikale që nuk trajtohen në mënyrë specifike në këtë Udhëzim, Komisioni do t'i vlerësojë ato si kufizime vertikale në përputhje me të njëjtat parime duke marrë parasysh faktorët përkatës, siç përcaktohet në këtë Seksion VIII.

VIII.2.1. Marrëveshjet për një markë të vetme

295. Nën titullin e “markë e vetme” hyjnë ato marrëveshje të cilat kanë si element kryesor faktin që blerësi detyrohet ose nxitet të përqendrojë porosinë e tij për një lloj produkti të caktuar me një furnizues. Kjo kërkesë mund të gjendet ndër të tjera në klauzolat e detyrimit për të mos konkurruar dhe të detyrimit sasior të rënë dakord me blerësin. Një marrëveshje për të mos konkurruar bazohet në një skemë detyrimi ose incentivash që bën që blerësi të blejë më shumë se 80% të kërkesave të tij në një treg të caktuar nga vetëm një furnizues. Kjo nuk do të thotë që blerësi duhet të blejë drejtpërdrejt nga furnizuesi, por që blerësi de facto nuk duhet të blejë, shesë ose të inkorporojë mallra ose shërbime konkurruese. Detyrimi i sasisë ndaj blerësit është një formë më e dobët e detyrimit për të mos konkurruar, ku incentivat ose detyrimet e rënda dakord ndërmjet furnizuesit dhe blerësit sjellin si pasojë që ky i fundit të përqendrojë blerjet e tij në një masë të madhe tek një furnizues. Për shembull, detyrimi sasior mund të marrë formën e kërkesave minimale për blerje, kërkesave për stokun ose çmime jolineare, të tilla si skemat e besnikërisë (*rebates*) ose një tarifë me dy pjesë (tarifa fikse plus një çmim për njësi). E ashtuquajtura “klauzola angleze”, që kërkon që blerësi të raportojë çdo ofertë më të mirë dhe që e lejon blerësin të pranojë një ofertë të tillë vetëm nëse furnizuesi nuk mund të japë ofertë të njëjtë, pritet të ketë efekt si një detyrim për një markë të vetme, veçanërisht kur blerësi duhet ta zbulojë se kush ia bën këtë ofertë më të mirë.
296. Rreziqet e mundshme të konkurrencës nga detyrimi për një markë të vetme janë mbyllja e tregut për furnizuesit konkurrues dhe ata potencialë, zbutja e konkurrencës dhe lehtësimi i marrëveshjeve të fshehta midis furnizuesve në rastin e përdorimit kumulativ dhe, kur blerësi është një shitës me pakicë, një humbje e konkurrencës ndërmjet markave brenda dyqaneve. Efekte të tilla kufizuese kanë një ndikim të drejtpërdrejtë në konkurrencën ndërmjet markave.
297. Marrëveshjet për një markë të vetme mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores kur as pjesa e tregut e furnizuesit dhe as e blerësit nuk kalon 30% dhe detyrimi për mos konkurruar nuk i kalon pesë vjet. Siç përcaktohet në paragrafin 248, marrëveshjet për një markë të vetme që janë të rinovueshme në heshtje përtej një periudhe pesëvjeçare mund të përfitojnë nga përjashtimi në bllok, me kusht që blerësi të mund të rinegociojë ose të zgjidhë në mënyrë efektive marrëveshjen e markës së vetme me një periudhë të arsyeshme njoftimi dhe me një kosto të arsyeshme, duke i lejuar kështu blerësit të ndërrojë në mënyrë efektive furnizuesin e tij pas përfundimit të periudhës 5-vjeçare. Nëse këto kushte nuk plotësohen, marrëveshja për një markë të vetme duhet të vlerësohet individualisht.
298. Potenciali që detyrimet për një markë të vetme të rezultojnë në mbyllje anti-konkurruese tregu lind veçanërisht kur, pa këto detyrime, një shtrëngim i rëndësishëm konkurrues do të ushtrohej nga konkurrentët që, ose nuk janë ende të pranishëm në treg në kohën kur detyrimet janë vendosur, ose nuk janë në gjendje të konkurrojnë për furnizimin e plotë të klientëve.

Konkurrentët mund të mos jenë në gjendje të konkurrojnë për të gjithë kërkesën e një klienti individual, sepse furnizuesi në fjalë është një partner tregtar i pashmangshëm për të paktën një pjesë të kërkesës në treg, për shembull sepse marka e tij është një ‘artikull i detyrueshëm’ i preferuar nga shumë konsumatorë ose për shkak se kufizimet e kapacitetit për furnizuesit e tjerë janë të tilla që një pjesë e kërkesës mund të sigurohet vetëm nga furnizuesi në fjalë¹¹⁶. Kështu, pozicioni në treg i furnizuesit është i një rëndësie parësore kur vlerësohen efektet e mundshme anti-konkurrese të detyrimeve për një markë të vetme.

299. Nëse ndërmarrjet konkurrense mund të konkurrojnë në kushte të barabarta për të gjithë kërkesën e secilit klient individual, detyrimet për një markë të vetme të vendosura nga një furnizues i vetëm nuk kanë gjasa të kufizojnë ndjeshëm konkurrencën, përveç nëse aftësia e klientëve për të kaluar ndërmjet furnizuesve vështirësohet nga kohëzgjatja dhe mbulimi i tregut të detyrimit për një markë të vetme. Sa më e lartë të jetë përqindja e pjesës së tij të tregut ku një furnizues shet sipas një detyrimi për një markë të vetme dhe sa më e gjatë të jetë kohëzgjatja e këtij detyrimi, aq më shumë ka të ngjarë të ndodhë mbyllja e tregut. Detyrimet për një markë të vetme kanë më shumë gjasa të rezultojnë në mbyllje anti-konkurrese tregu kur vendosen nga ndërmarrjet dominuese.
300. Kur vlerësohet fuqia në treg e furnizuesit, pozicioni në treg i konkurrentëve të tij është i rëndësishëm. Për sa kohë që konkurrentët janë mjaftueshëm të shumtë dhe të fortë, nuk mund të priten efekte të dukshme anti-konkurrese. Mbyllja e tregut për konkurrentët nuk është shumë e mundshme kur ata mbajnë pozicione të ngjashme në treg dhe mund të ofrojnë produkte ngjashmërisht tërheqëse. Megjithatë, në një rast të tillë, mbyllja e tregut mund të ndodhë për hyrësit potencialë kur një numër furnizuesish të mëdhenj lidhin marrëveshje detyrimi për një markë të vetme me një numër të konsiderueshëm blerësish në tregun përkatës (situata me efekt kumulativ). Kjo është gjithashtu një situatë ku marrëveshjet e një marke të vetme mund të lehtësojnë marrëveshjet e fshehta midis furnizuesve konkurrentë. Kur këto marrëveshje përfitojnë individualisht nga përjashtimi i parashikuar nga Rregullorja, një revokim i përfitimit të përjashtimit në bllok mund të jetë i nevojshëm për të trajtuar një efekt të tillë kumulativ negativ kundër konkurrencës. Një pjesë e lidhur e tregut prej më pak se 5% në përgjithësi nuk konsiderohet se kontribuon ndjeshëm në një efekt të tillë kumulativ.
301. Në rastet kur pjesa e tregut e furnizuesit më të madh është nën 30 % dhe pjesa e kombinuar e tregut e pesë furnizuesve më të mëdhenj është nën 50 %, nuk ka gjasa të ketë një efekt të vetëm ose kumulativ anti-konkurrese. Në raste të tilla, kur një hyrës potencial në treg nuk mund të depërtojë në treg me fitim, ka të ngjarë të jetë për shkak të faktorëve të ndryshëm nga detyrimet për një markë të vetme, siç janë për shembull preferencat e konsumatorëve.
302. Për të përcaktuar nëse ka gjasa të mbylljes anti-konkurrese të tregut, është e nevojshme të vlerësohet shkalla e pengesave në hyrje. Aty ku është relativisht e lehtë për furnizuesit konkurrese të krijojnë rrjetin e tyre të integruar të shpërndarjes ose të gjejnë shpërndarës alternativë për produktin e tyre, mbyllja e tregut nuk ka gjasa të jetë një problem real.
303. Fuqia kundërbalancuese e blerësve është e rëndësishme, pasi blerësit e fuqishëm nuk do ta lejojnë veten lehtësisht të shpërbëhen nga furnizimi i mallrave ose shërbimeve konkurrense. Në përgjithësi, për të bindur klientët të pranojnë një markë të vetme, furnizuesit mund t’i duhet t’i kompensojë ata, tërësisht ose pjesërisht, për humbjen në konkurrencë që rezulton nga ekskluziviteti. Kur jepet një kompensim i tillë, mund të jetë në interesin individual të një klienti që të hyjë në një detyrim për një markë të vetme me furnizuesin. Megjithatë, do të ishte e gabuar të dilej në përfundimin se të gjitha detyrimet për një markë të vetme, të marra së bashku, janë

¹¹⁶ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 23 tetorit 2003, Van den Bergh Foods v Commission, Çështja T-65/98, EU:T:2003:281, paragrafët 104 dhe 156.

- përgjithësisht të dobishme për klientët në atë treg dhe për konsumatorët. Në veçanti, nuk ka gjasa që konsumatorët në tërësi të përfitojnë nëse detyrimet për një markë të vetme, të marra së bashku, kanë efektin e ndalimit të hyrjes ose zgjerimit të ndërmarrjeve konkurrense.
304. Së fundmi, niveli në zinxhirin e prodhimit ose shpërndarjes është i rëndësishëm. Mbyllja e tregut ka më pak gjasa të ndodhë në rastin e një produkti të ndërmjetëm. Aty ku furnizuesi i një produkti të ndërmjetëm nuk është dominues, furnizuesit konkurrentë kanë ende një pjesë thelbësore të kërkesës që është e lirë. Megjithatë, detyrimi për një markë të vetme mund të çojë në efekte anti-konkurrense të mbylljes së tregut nën nivelin e dominancës në rastet kur ekziston një situatë me efekt kumulativ. Një efekt kumulativ anti-konkurrense nuk ka gjasa të lindë për sa kohë që më pak se 50% e tregut është e lidhur.
305. Kur marrëveshja ka të bëjë me furnizimin e një produkti përfundimtar në nivelin e shitjes me shumicë, mundësia e shfaqjes së një problemi konkurrence varet në një masë të madhe nga lloji i shitjes me shumicë dhe pengesat në hyrje në nivelin e shitjes me shumicë. Nuk ka rrezik real të mbylljes së tregut nëse prodhuesit konkurrentë mund të krijojnë lehtësisht sistemin e tyre të shitjes me shumicë. Nëse pengesat në hyrje janë të vogla varet pjesërisht nga lloji i sistemit të shitjes me shumicë që furnizuesi mund të krijojë në mënyrë efikente. Në një treg ku shitja me shumicë mund të funksionojë në mënyrë efikente vetëm me produktin në fjalë të marrëveshjes (për shembull akullorja), prodhuesi mund të ketë aftësinë dhe incentivat, nëse është e nevojshme, të ngrejë sistemin e tij të shitjes me shumicë, rast në të cilin nuk ka gjasa mbylljeje nga ai treg. Në të kundërt, në një treg ku është më efikente të tregtohet me shumicë një gamë e tërë produktesh (për shembull ushqime të ngrira), nuk është efikente që një prodhues që shet vetëm një produkt të ngrejë veprimtarinë e tij të shitjes me shumicë. Pa akses tek tregtarët e konsoliduar të shumicës, prodhuesi ka të ngjarë të mbyllet nga tregu. Në këtë rast, mund të shfaqen efekte anti-konkurrense. Përveç kësaj, një efekt kumulativ kundër konkurrencës mund të lindë nëse disa furnizues mbajnë të lidhur shumicën e shitësve me shumicë në dispozicion.
306. Për sa i përket produkteve përfundimtare, mbyllja e tregut në përgjithësi ka më shumë gjasa të ndodhë në nivelin e shitjes me pakicë, duke pasur parasysh pengesat e rëndësishme të hyrjes për shumicën e prodhuesve për të nisur pikat e shitjes me pakicë vetëm për produktet e tyre. Përveç kësaj, ndodh në nivelin e shitjes me pakicë që marrëveshjet për një markë të vetme mund të çojnë në reduktimin e konkurrencës ndërmjet markave në dyqan. Për këto arsye, për sa i përket produkteve përfundimtare në nivelin e shitjes me pakicë, mund të lindin efekte të rëndësishme anti-konkurrense, duke marrë parasysh të gjithë faktorët e tjerë përkatës, kur një furnizues jo dominues mban lidhur 30% ose më shumë të tregut përkatës. Për një ndërmarrje dominuese, edhe një pjesë modeste e lidhur e tregut mund të çojë në efekte të rëndësishme anti-konkurrense.
307. Një efekt kumulativ i mbylljes së tregut mund të lindë gjithashtu në nivelin e shitjes me pakicë. Kur të gjithë furnizuesit kanë pjesë tregu nën 30 %, një efekt kumulativ i mbylljes së tregut nuk ka gjasa të ndodhë aty ku pjesa totale e tregut të lidhur është më pak se 40 %, rast në të cilin për rrjedhojë revokimi i përjashtimit në bllok nuk ka gjasa. Kjo shifër mund të jetë më e lartë kur merren parasysh faktorë të tjerë si numri i konkurrentëve ose pengesat në hyrje. Kur disa nga ndërmarrjet kanë pjesë tregu mbi kufirin e përcaktuar në nenin 4 të Rregullores, por asnjë ndërmarrje nuk është dominuese, një efekt kumulativ i mbylljes së tregut nuk ka gjasa të ndodhë nëse pjesa totale e tregut të lidhur është nën 30%.
308. Kur blerësi operon nga ambientet dhe toka në pronësi të furnizuesit ose që furnizuesi ka marrë me qira nga një palë e tretë që nuk është e lidhur me blerësin, mundësia e vendosjes së mjeteve juridike efektive për të adresuar një efekt të mundshëm mbylljeje tregu që rezulton nga një

marrëveshje për një markë të vetme do të jetë e kufizuar. Në këtë rast, ndërhyrja nga Komisioni nën nivelin e dominancës nuk ka gjasa të ndodhë.

309. Në sektorë të caktuar, shitja e më shumë se një marke nga një vend i vetëm mund të jetë e vështirë, rast në të cilin një problem i mbylljes së tregut mund të zgjidhet më mirë duke kufizuar kohëzgjatjen e kontratave.
310. Kur detyrimi për një markë të vetme prodhon efekte të konsiderueshme kufizuese, është e nevojshme të vlerësohet nëse marrëveshja gjeneron eficienta që plotësojnë kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Për detyrimet për të mos konkurruar, eficientat e përshkruara në paragrafin 16, pika b) (përfitim i padrejtë (*free riding*) ndërmjet furnizuesëve), pikat e) dhe f) (problemet e mbajtjes pezull (*hold-up*)) dhe pika i) (të metat e tregut të kapitalit), mund të jenë veçanërisht të rëndësishme.
311. Për sa i përket eficientave të përshkruara në paragrafin 16, pikat b), e) dhe i), është e mundur që detyrimi sasior ndaj blerësit mund të jetë një alternativë më pak kufizuese. Në të kundërt, një detyrim për të mos konkurruar mund të jetë mjeti i vetëm i zbatueshëm për të arritur eficientën e përshkruar në paragrafin 16, pika f) (problemi i mbajtjes pezull (*hold-up*)) në lidhje me transferimin e *know-how*.
312. Në rastin e një investimi specifik për marrëdhënien i cili është bërë nga furnizuesi, siç përshkruhet në paragrafin 16, pika e), një detyrim për të mos konkurruar ose detyrim sasior për periudhën e amortizimit të investimit, në përgjithësi, do të përmbushë kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Në rastin e investimeve të larta specifike për marrëdhënie, mund të justifikohet një detyrim për të mos konkurruar që tejkalon pesë vjet. Një investim specifik për marrëdhënien mund të jetë, për shembull, instalimi ose përshtatja e pajisjeve nga furnizuesi kur këto pajisje mund të përdoren më pas vetëm për të prodhuar pjesë për një blerës të caktuar. Investimet e përgjithshme ose specifike të tregut në kapacitet (shtesë) në përgjithësi nuk janë investime specifike për marrëdhënien. Megjithatë, kur një furnizues krijon kapacitet të ri të lidhur në mënyrë specifike me operacionet e një blerësi të caktuar, për shembull një shoqëri që prodhon kanaçe metalike e cila krijon kapacitete të reja për të prodhuar kanaçe në ose pranë fabrikës së konservimit të një prodhuesi ushqimor, këto kapacitete të reja mund të jenë ekonomikisht të qëndrueshme vetëm kur prodhojnë për atë klient të veçantë, rast në të cilin, investimi do të konsiderohet të jetë i veçantë për marrëdhënien.
313. Detyrimet për të mos konkurruar mund të lidhen gjithashtu për të trajtuar një problem të mbajtjes pezull (*hold-up*) për investimet që ndjekin objektivat e zhvillimit të qëndrueshëm. Për shembull, një problem mbajtjeje pezull (*hold-up*) mund të lindë kur një furnizues energjie që përballet me një kërkesë në rritje për energji të rinovueshme dëshiron të investojë në një hidrocentral ose një park ere. Furnizuesi mund të marrë këtë rrezik në investim vetëm nëse një numër i mjaftueshëm blerësish angazhohen për të blerë energji të rinovueshme për një periudhë më të gjatë. Marrëveshje të tilla vertikale me blerësit mund të jenë pro-konkurruese për sa kohë që detyrimi për të mos konkurruar me kohëzgjatje të gjatë të jetë i nevojshëm që të ndodhë investimi, ose që ai të kryhet në shkallën e parashikuar ose brenda afatit të parashikuar. Prandaj, detyrimet të tilla për të mos konkurruar mund të plotësojnë kushtet e Nenit 5 të Ligjit nëse investimi i furnizuesit ka një periudhë të gjatë amortizimi, që kalon 5 vitet e përcaktuar në nenin 6, paragrafi 1 pika a) e Rregullores.
314. Kur furnizuesi i jep blerësit një hua ose pjesë që nuk janë specifike për marrëdhënien, kjo në përgjithësi nuk ka gjasa të përbëjë një eficientë që plotëson kushtet e Nenit 5 të Ligjit kur marrëveshja prodhon efekte anti-konkurruese të mbylljes së tregut. Në rast të të metave të tregut të kapitalit, mund të jetë më efiçente për një furnizues produkti të japë një hua, në vend të një banke (shiko paragrafin 16, pika i)). Megjithatë, në këtë rast, kjo hua duhet të jepet në mënyrën

më pak kufizuese të mundshme, dhe blerësi në përgjithësi nuk duhet të pengohet për të zgjidhur detyrimin dhe për të shlyer shumën e mbetur të huasë në çdo moment në kohë dhe pa paguar penalitete.

315. Transferimi i *know-how* thelbësore, siç përmendet në paragrafin 16, pika f), zakonisht justifikon një detyrim për të mos konkurruar për të gjithë kohëzgjatjen e marrëveshjes së furnizimit, si, për shembull, në kontekstin e *franchising*.
316. Më poshtë jepet një shembull i një detyrimi për të mos konkurruar:

Lideri i tregut në tregun kombëtar për një produkt konsumi impulsiv, me një pjesë tregu prej 40 %, shet shumicën e produkteve të tij (90 %) përmes shitësve të lidhur me pakicë (pjesa tregut të lidhur është 36 %). Marrëveshjet vertikale i detyrojnë shitësit me pakicë të blejnë vetëm nga lideri i tregut për të paktën katër vjet. Lideri i tregut është veçanërisht i përfaqësuar fuqishëm në zonat me popullsi më të dendur, siç është kryeqyteti. Ai ka 10 konkurrentë, por produktet e disa prej tyre janë të disponueshme vetëm në vende të caktuara dhe të gjithë kanë pjesë shumë më të vogla të tregut, ku më i madhi ka 12%. Këta 10 konkurrentë së bashku furnizojnë 10% të tregut nëpërmjet pikave të lidhura. Ka një diferencim të fortë të markës dhe produktit në treg. Lideri i tregut ka markat më të forta. Ai është i vetmi me fushata të rregullta reklamuese kombëtare dhe u siguron shitësve të tij të lidhur me pakicë kabinete të veçanta stoku për produktin e tij.

*Kjo rezulton në një situatë ku, në total, 46 % (36 % + 10 %) e tregut është e mbyllur për hyrjet e mundshme dhe për operatorët aktualë që nuk kanë pika të lidhura. Hyrësit potencialë e kanë edhe më të vështirë hyrjen në zonat me popullsi të dendur, ku mbyllja e tregut është edhe më e lartë, edhe pse pikërisht në ato zona do të preferonin të hynin në treg. Për më tepër, për shkak të diferencimit të fortë të markës dhe produktit dhe kostove të larta të kërkimit në raport me çmimin e produktit, mungesa e konkurrencës ndërmjet markave në dyqan çon në një humbje shtesë të mirëqenies së konsumatorëve. Efiçenca e mundshme e ekskluzivitetit të pikave të shitjes, të cilat lideri i tregut pretendon se rezultojnë nga kostot e reduktuara të transportit dhe një problem i mundshëm i mbajtjes pezull (hold-up) në lidhje me kabinetet e stokut, janë të kufizuara dhe nuk i tejkalojnë efektet negative në konkurrencë. Efiçenca është e kufizuar, pasi kostot e transportit janë të lidhura me sasinë dhe jo me ekskluzivitetin, dhe kabinetet e stokut nuk përfshijnë *know-how* të veçanta dhe nuk janë specifike për markën. Prandaj, nuk ka gjasa që të përmbushen kushtet e Nenit 5 të Ligjit.*

317. Më poshtë jepet një shembull i detyrimit sasior:

Një prodhues X me një pjesë tregu 40% shet 80% të produkteve të tij përmes kontratave të cilat specifikojnë se rishitësi duhet të blejë të paktën 75% të kërkesës së tyre për atë lloj produkti nga X. Në këmbim, X ofron financim dhe pajisje me tarifa të favorshme. Kontratat kanë një kohëzgjatje prej pesë vitesh dhe huaja duhet të shlyhet me kështe të barabarta. Megjithatë, pas dy viteve të para, blerësit kanë mundësinë të zgjidhin kontratën me një periudhë njoftimi 6-mujore nëse shlyejnë shumën e papaguar të huasë dhe marrin pajisjet në vlerën e aseteve të tyre të tregut. Në fund të periudhës 5-vjeçare pajisja kalon në pronësi të blerësit. Janë 12 prodhues konkurrentë, shumica e të cilëve janë të vegjël, më i madhi ka një pjesë tregu prej 20 %, dhe përdorin kontrata të ngjashme me kohëzgjatje të ndryshme. Prodhuesit me pjesë tregu nën 10% shpesh kanë kontrata me kohëzgjatje më të gjata dhe klauzola më pak të favorshme për zgjidhjen e tyre. Kontratat e prodhuesit X lënë 25 % të kërkesës të lirë për t'u plotësuar nga konkurrentët. Në tre vitet e fundit, dy prodhues të rinj

kanë hyrë në treg dhe kanë fituar një pjesë të përbashkët të tregut prej rreth 8%, pjesërisht duke marrë përsipër huatë e një numri rishitësish në këmbim të kontratave me këta rishitës.

Pjesa e lidhur e tregut të prodhuesit X është 24 % ($0,75 \times 0,80 \times 40$ %). Pjesa e lidhur e tregut të prodhuesve të tjerë është rreth 25%. Prandaj, në total, rreth 49% e tregut është e mbyllur për hyrjet potenciale dhe për operatorët aktualë që nuk kanë pika të lidhura për të paktën dy vitet e para të kontratave të furnizimit. Duket se rishitësit shpesh kanë vështirësi në marrjen e huave nga bankat dhe në përgjithësi janë shumë të vegjël për të mbledhur kapital përmes mjeteve të tjera, si p.sh., me emetimin e aksioneve. Përveç kësaj, prodhuesi X është në gjendje të demonstrojë se përqendrimi i shitjeve të tij në një numër të kufizuar rishitësish i lejon atij të planifikojë më mirë shitjet e tij dhe të kursejë kostot e transportit. Në dritën e efikasitetit të gjeneruar nga detyrimet për blerje, nga njëra anë, dhe pjesës së palidhur 25% në kontratat e prodhuesit X, mundësia reale për zgjidhjen e parakohshme të kontratave, hyrja e fundit e prodhuesve të rinj dhe faktit se rreth gjysma e rishitësve nuk janë të lidhur, nga ana tjetër, detyrimi sasior prej 75 % i aplikuar nga prodhuesi X ka të ngjarë të përmbushë kushtet e Nenit 5 të Ligjit.

VIII.2.2. Furnizimi ekskluziv

318. Furnizimi ekskluziv i referohet kufizimeve që detyrojnë ose nxisin furnizuesin të shesë produktet e kontratës vetëm ose kryesisht tek një blerës, në përgjithësi ose për një përdorim specifik. Kufizime të tilla mund të marrin formën e një detyrimi furnizimi ekskluziv, duke e detyruar furnizuesin t'i shesë vetëm një blerësi për qëllime rishitjeje ose për një përdorim të caktuar. Ato gjithashtu mund të marrin formën e detyrimit sasior ndaj furnizuesit, ku një furnizues dhe blerësi bien dakord për incentiva që e bëjnë të parin të përqendrojë shitjet e tij kryesisht me atë blerës. Për mallrat ose shërbimet e ndërmjetme, furnizimi ekskluziv shpesh referohet si furnizim industrial.
319. Marrëveshja ekskluzive e furnizimit mund të përfitojë nga përjashtimi në bllok i parashikuar nga Rregullorja kur as pjesa e tregut e furnizuesit dhe as e blerësit nuk kalon 30%, edhe nëse kombinohet me kufizime të tjera vertikale jo të rënda, të tilla si detyrimet për të mos konkurruar. Pjesa e mbetur e këtij Seksioni VIII.2.2 jep udhëzime për vlerësimin e marrëveshjeve të furnizimit ekskluziv në raste individuale mbi prapenësinë e pjesës së tregut.
320. Rreziku kryesor i konkurrencës i furnizimit ekskluziv është mbyllja anti-konkurruese e tregut për blerësit e tjerë. Ekziston një ngjashmëri me efektet e mundshme të shpërndarjes ekskluzive, veçanërisht kur shpërndarësi ekskluziv bëhet blerës ekskluziv për një treg të tërë (shih në veçanti paragrafin 130). Pjesa e tregut e blerësit në tregun e blerjes në rrjedhën e sipërme është padyshim e rëndësishme për vlerësimin e aftësisë së blerësit për të imponuar furnizim ekskluziv që i përjashton blerësit e tjerë nga aksesit në furnizime. Megjithatë, rëndësia e pozicionit të blerësit në tregun e rrjedhës së poshtme është faktori më i rëndësishëm për të përcaktuar nëse lind ose jo një problem për konkurrencën. Nëse blerësi nuk ka fuqi tregu në rrjedhën e poshtme, atëherë nuk mund të priten efekte negative të konsiderueshme për konsumatorët. Efektet negative mund të lindin kur pjesa e tregut të blerësit në tregun e furnizimit të nivelit të poshtëm si dhe në tregun e blerjes në rrjedhën e sipërme kalon 30%. Kur pjesa e tregut të blerësit në tregun e rrjedhës së sipërme nuk kalon 30%, mund të shfaqen gjithashtu efekte të rëndësishme të mbylljes së tregut, veçanërisht kur pjesa e tregut të blerësit në tregun e tij në rrjedhën e poshtme tejkalon 30% dhe furnizimi ekskluziv lidhet me një përdorim të veçantë të produkteve të kontratës. Kur një blerës është dominues në rrjedhën e poshtme të tregut, çdo detyrim për t'i furnizuar produktet vetëm ose kryesisht blerësit dominues mund të ketë lehtësisht efekte të rëndësishme anti-konkurruese.

321. Njësoj si pozicioni i blerësit në treg në rrjedhat e poshtme dhe të sipërme të tregut, është gjithashtu e rëndësishme të merret parasysh shtrirja dhe kohëzgjatja e detyrimit të furnizimit ekskluziv. Sa më e lartë të jetë pjesa e lidhur e furnizimit dhe sa më e gjatë të jetë kohëzgjatja e detyrimit të furnizimit ekskluziv, aq më i rëndësishëm ka të ngjarë të jetë efekti i mbylljes së tregut. Marrëveshjet ekskluzive të furnizimit më të shkurtra se pesë 5 vjet të lidhura nga ndërmarrjet jo dominuese zakonisht kërkojnë një balancim të efekteve pro dhe anti-konkurruese, ndërsa marrëveshjet që zgjasin më shumë se pesë vjet, për shumicën e llojeve të investimeve, nuk janë të nevojshme për të arritur eficientë e pretenduar, ose eficientat nuk janë të mjaftueshme për të tejkaluar efektin e mbylljes së tregut për marrëveshje të tilla të furnizimit ekskluziv afatgjatë.
322. Pozicioni i tregut i blerësve konkurrentë në tregun e blerjeve në rrjedhën e sipërme është gjithashtu i rëndësishëm, pasi ka të ngjarë që marrëveshjet e furnizimit ekskluziv do të mbyllin tregun për blerësit konkurrentë për arsye anti-konkurruese, si rritja e kostove të tyre, nëse ato janë dukshëm më të vogla se për blerësin e mbyllur nga tregu. Mbyllja e tregut për blerësit konkurrentë nuk është shumë e mundshme kur këta konkurrentë kanë fuqi blerëse të ngjashme me atë të blerësit palë në marrëveshje dhe mund t'u ofrojnë furnizuesëve mundësi të ngjashme shitjeje. Në një rast të tillë, mbyllja e tregu mund të ndodhë vetëm për hyrësit potencialë në treg, të cilët mund të mos jenë në gjendje të sigurojnë furnizime kur një numër blerësish kryesorë të gjithë lidhin kontrata furnizimi ekskluzive me shumicën e furnizuesëve në treg. Një efekt i tillë kumulativ i mbylljes së tregut mund të çojë në revokimin e përfitimit të Rregullores.
323. Ekzistenca e pengesave në hyrje në nivel furnizuesi, si dhe madhësia e tyre janë të rëndësishme për të vlerësuar nëse ka mbyllje tregu. Për aq sa është eficientë që blerësit konkurrentë të ofrojnë vetë mallrat ose shërbimet nëpërmjet integritimit vertikal në rrjedhën e sipërme, mbyllja e tregut nuk ka gjasa të jetë problem.
324. Duhet të merret parasysh edhe fuqia kundërbalancuese e furnizuesve, pasi furnizuesit e rëndësishëm nuk do të lejojnë lehtësisht një blerës t'i shkëputë ata nga blerësit alternativë. Prandaj, mbyllja e tregut është kryesisht një rrezik në rastin e furnizuesve të dobët dhe blerësve të fortë. Në rastin e furnizuesve të fortë, detyrimi ekskluziv i furnizimit mund të gjendet në kombinim me detyrimet për të mos konkurruar. Për kombinime të tilla, është gjithashtu e nevojshme për t'iu referuar udhëzimeve për detyrimet për një markë të vetme. Aty ku ka investime specifike për marrëdhëniet, të përfshira nga të dyja palët (problemi i mbajtjes pezull (hold-up)), kombinimi i detyrimeve të furnizimit ekskluziv dhe atij për të mos konkurruar shpesh do të justifikohet, veçanërisht poshtë nivelit të dominancës.
325. Së fundmi, niveli në zinxhirin e prodhimit ose shpërndarjes dhe natyra e produktit janë të rëndësishme për vlerësimin e efekteve të mundshme të mbylljes së tregut. Mbyllja anti-konkurruese e tregut ka më pak gjasa në rastin e një produkti të ndërmjetëm, ose kur produkti është homogjen. Së pari, një prodhues i mbyllur nga tregu që përdor një input të caktuar në përgjithësi ka më shumë fleksibilitet për t'iu përgjigjur kërkesës së klientëve të tij sesa një shitës me shumicë ose pakicë që duhet t'iu përgjigjet kërkesës së konsumatorëve përfundimtarë, për të cilët markat mund të luajnë një rol të rëndësishëm. Së dyti, humbja e një burimi të mundshëm furnizimi ka më pak rëndësi për blerësit e mbyllur nga tregu në rastin e produkteve homogjene sesa në rastin e një produkti heterogjen me shkallë dhe cilësi të ndryshme. Për produktet përfundimtare të markuara ose produktet e ndërmjetme të diferencuara ku ka pengesa në hyrje, furnizimi ekskluziv mund të ketë efekte të konsiderueshme anti-konkurruese kur blerësit konkurrentë janë relativisht të vegjël në krahasim me blerësin e mbyllur nga tregu, edhe ky i fundit nuk janë dominues në rrjedhën e poshtme të tregut.
326. Eficientat mund të priten në rastin e një problemi të mbajtjes pezull (*hold-up*) (paragrafi 16, pikat e) dhe f)), dhe eficienta të tilla janë më të mundshme për produktet e ndërmjetme sesa për

produktet përfundimtare. Efiçencat e tjera janë më pak të mundshme. Ekonomitë e mundshme të shkallës në shpërndarje (paragrafi 16 pika g) nuk duket se kanë gjasë të justifikojnë furnizimin ekskluziv.

327. Në rastin e një problemi të mbajtjes pezull (*hold up*), dhe aq më tepër në rastin e ekonomive të shkallës në shpërndarje, detyrimi sasior ndaj furnizuesit, siç janë kërkesat minimale të furnizimit, mund të jetë një alternativë më pak kufizuese.
328. Më poshtë jepet një shembull i furnizimit ekskluziv:

Në një treg për një lloj të caktuar komponenti (treg i produktit të ndërmjetëm), furnizuesi A bie dakord me blerësin B për të zhvilluar një version të ndryshëm të komponentit, duke përdorur know-how të veta dhe investime të konsiderueshme në makineri të reja dhe me ndihmën e specifikimeve të ofruara nga blerësi B. Blerësi B do të duhet të bëjë investime të konsiderueshme për të montuar komponentin e ri. Është rënë dakord që furnizuesi A do të furnizojë produktin e ri vetëm për blerësin B për një periudhë pesëvjeçare nga data e hyrjes së parë në treg. Blerësi B është i detyruar të blejë produktin e ri vetëm nga furnizuesi A për të njëjtën periudhë pesëvjeçare. Si A ashtu edhe B mund të vazhdojnë përkatësisht të blejnë dhe shesin versione të tjera të komponentit diku tjetër. Pjesa e tregut e blerësit B në tregun e komponentëve në rrjedhën e sipërme dhe në tregun e mallrave përfundimtare në rrjedhën e poshtme është 40 %. Pjesa e tregut e furnizuesit A është 35 %. Ekzistojnë dy furnizues të tjerë të komponentëve me rreth 20-25 % të tregut dhe një numër furnizuesish të vegjël.

Duke pasur parasysh investimet e konsiderueshme nga të dyja palët, marrëveshja ka të ngjarë të përmbushë kushtet e Nenit 5 të Ligjit, në funksion të efiçencës dhe efektit të kufizuar të mbylljes së tregut. Blerësit e tjerë mbyllen nga tregu për një version të veçantë të një produkti të një furnizuesi me 35% të tregut, por furnizuesit e tjerë të komponentëve mund të zhvillojnë produkte të reja të ngjashme. Mbyllja e tregut për një pjesë të kërkesës së blerësit B ndaj furnizuesëve të tjerë kufizohet në një maksimum prej 40% të tregut.

VIII.2.3. Kufizime në përdorimin e tregjeve online

329. Tregjet online lidhin tregtarët dhe klientët potencialë me synimin për të mundësuar blerje të drejtpërdrejta dhe në përgjithësi janë ofrues të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet. Shërbimet në internet që nuk ofrojnë funksione të drejtpërdrejta të blerjes, por ridrejtojnë klientët në faqet e tjera të internetit ku mund të blihen mallra dhe shërbime, konsiderohen si shërbime reklamimi për qëllimin e këtij Udhëzimi, jo si tregje online¹¹⁷.
330. Tregjet online janë bërë një kanal i rëndësishëm shitjesh për furnizuesit dhe shitësit me pakicë, duke u ofruar atyre akses në një numër të madh klientësh, si dhe për përdoruesit fundorë. Tregjet online mund t'i lejojnë shitësve me pakicë të fillojnë të shesin në internet me investime fillestare më të ulëta. Ato gjithashtu mund të lehtësojnë shitjet ndërkufitare dhe të rrisin shikueshmërinë, veçanërisht të shitësve të vegjël dhe të mesëm, të cilët nuk kanë dyqanin e tyre online ose që nuk janë të njohur mirë për përdoruesit fundorë.
331. Furnizuesit mund të dëshirojnë të kufizojnë përdorimin e tregjeve online nga blerësit e tyre, për shembull për të mbrojtur imazhin dhe pozicionimin e markës së tyre, për të dekurajuar shitjen e produkteve të falsifikuara, për të siguruar shërbime të mjaftueshme të para dhe pas-shitjes, ose për të siguruar që blerësi të mbajë një marrëdhënie të drejtpërdrejtë me klientët. Kufizime të tilla mund të variojnë nga një ndalim total i përdorimit të tregjeve online deri te kufizimet në përdorimin e tregjeve online që nuk plotësojnë disa kërkesa cilësore. Për shembull, furnizuesit mund të ndalojnë përdorimin e tregjeve në të cilat produktet shiten me ankand, ose mund t'u

¹¹⁷ Shih gjithashtu paragrafin 340340.

kërkojnë blerësve të përdorin tregje të specializuara, në mënyrë që të sigurojnë standarde të caktuara të cilësisë në lidhje me mjedisin në të cilin mallrat ose shërbimet e tyre mund të shiten. Vendosja e disa kërkesave cilësore mund të ndalojë de facto përdorimin e tregjeve online, sepse asnjë treg online nuk është në gjendje të përmbushë kërkesat. Ky mund të jetë rasti, për shembull, kur furnizuesi kërkon që logoja e tregut në internet të mos jetë e dukshme, ose kërkon që emri i domenit të çdo faqe interneti të përdorur nga shitësi me pakicë të përmbajë emrin e biznesit të shitësit me pakicë.

332. Marrëveshjet vertikale që kufizojnë përdorimin e tregjeve online mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, me kusht që marrëveshja të mos ketë objekt, drejtpërdrejt ose tërthorazi, pengimin e përdorimit efektiv të internetit nga blerësi për t'i shitur mallrat ose shërbimet e kontratës territoriale ose klientëve të caktuar, sipas kuptimit të nenit 5, pika 5 të Rregullores dhe kur pjesët e tregut të furnizuesit dhe blerësit nuk i kalojnë kufijtë e përcaktuar në nenin 4 të Rregullores.
333. Siç përcaktohet në Seksionin VI.1.2, një kufizim ose ndalim i shitjeve në tregjet online ka të bëjë me mënyrën me të cilën blerësi mund të shesë në internet dhe nuk kufizon shitjet në një territor ose grup të caktuar klientësh. Edhe pse një kufizim ose ndalim i tillë kufizon përdorimin e një kanali specifik të shitjeve në internet, kanale të tjera të shitjeve në internet mbeten të disponueshme për blerësin¹¹⁸. Në veçanti, pavarësisht një kufizimi ose ndalimi të shitjeve në tregjet online, blerësi mund të shesë ende mallra ose shërbime të kontratës nëpërmjet dyqanit të tij në internet dhe kanaleve të tjera në internet dhe mund të përdorë teknika të optimizimit të motorëve të kërkimit ose të reklamojë në internet, duke përfshirë platforma të palëve të treta, për të rritur shikueshmërinë e dyqanit të tij online ose kanaleve të tjera të shitjes. Prandaj, një kufizim i tillë, në parim, mund të përfitojë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores.
334. Pjesa tjetër e këtij Seksioni VIII.2.3. jep udhëzime për vlerësimin e kufizimeve në përdorimin e tregjeve online në rastet individuale kur tejkalohen pragjet e pjesës së tregut të përcaktuara në nenin 4 të Rregullores.
335. Kufizimet në përdorimin e tregjeve online shpesh dakordësohen në sistemet e shpërndarjes përzgjedhëse. Seksioni IV.6.2 përcakton kriteret sipas të cilave një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse mund të bjerë jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit¹¹⁹. Në rastet kur furnizuesi nuk lidh një marrëveshje me tregun online, furnizuesi mund të mos jetë në gjendje të verifikojë nëse tregu online plotëson kushtet që duhet të plotësojnë shpërndarësit e tij të autorizuar për shitjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës. Në këtë rast, një kufizim ose ndalim i përdorimit të tregjeve online mund të jetë i përshtatshëm dhe të mos shkojë përtej asaj që është e nevojshme për të ruajtur cilësinë dhe për të siguruar përdorimin e duhur të mallrave ose shërbimeve të kontratës. Megjithatë, në rastet kur një furnizues cakton operatorin e një tregu online si një anëtar të sistemit të tij të shpërndarjes përzgjedhëse, ose kur ai kufizon përdorimin e tregjeve online nga disa shpërndarës të autorizuar, por jo të tjerë, ose kur kufizon përdorimin e një tregu online por e përdor vetë atë treg online për të shitur mallra ose shërbime të kontratës, kufizimet në përdorimin e këtyre tregjeve online nuk kanë gjasa të përmbushin kushtet e përshtatshmërisë dhe proporcionalitetit¹²⁰.

¹¹⁸ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-230/16 - Coty Germany, paragrafët 64-69.

¹¹⁹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-230/16 - Coty Germany, paragrafët 24-36.

¹²⁰ Shih paragrafët 147-150 të këtij Udhëzimi. Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-230/16 - Coty Germany, paragrafët 43-58.

336. Kur një shpërndarje përzgjedhëse bie brenda objektit të Nenit 4(1) të Ligjit, marrëveshja vertikale dhe çdo kufizim mbi përdorimin e tregjeve online duhet të vlerësohen sipas Nenit 5 të Ligjit.
337. Rreziku kryesor për konkurrencën që rrjedh nga kufizimet në përdorimin e tregjeve online është një reduktim i konkurrencës brenda markës në nivelin e shpërndarjes. Për shembull, disa shpërndarës të autorizuar, si blerës të vegjël ose të mesëm, mund të mbështeten në tregjet online për të tërhequr klientët. Kufizimet në përdorimin e tregjeve në internet mund t'i privojnë këta blerës nga një kanal shitjesh potencialisht i rëndësishëm dhe të ulin kufizimin konkurrues që ata ushtrojnë ndaj shpërndarësve të tjerë të autorizuar.
338. Për të vlerësuar efektet e mundshme anti-konkurruese të kufizimeve në përdorimin e tregjeve online, fillimisht është e nevojshme të vlerësohet shkalla e konkurrencës ndërmjet markave, pasi një reduktim i konkurrencës brenda markës nuk ka gjasa në vetvete të çojë në efekte negative për konsumatorët nëse konkurrenca ndërmjet markave është e fortë në nivelet e furnizuesit dhe shpërndarësit¹²¹. Për këtë qëllim, duhet të merret parasysh pozicioni në treg i furnizuesit dhe i konkurrentëve të tij. Së dyti, është e nevojshme të merret parasysh lloji dhe shtrirja e kufizimeve në përdorimin e tregjeve online. Për shembull, një ndalim i të gjitha shitjeve përmes tregjeve online është më kufizues sesa një kufizim në përdorimin e tregjeve të veçanta ose një kërkesë për të përdorur vetëm tregje online që plotësojnë disa kriterë cilësorë. Së treti, duhet të merret parasysh rëndësia relative e tregjeve online të kufizuara si një kanal shitjesh në tregjet përkatëse të produktit dhe gjeografik. Së fundmi, duhet të merret parasysh efekti kumulativ i çdo kufizimi tjetër mbi shitjet ose reklamimin online të vendosura nga furnizuesi.
339. Siç përcaktohet në paragrafin 331, kufizimet në përdorimin e tregjeve në internet mund të çojnë në efienca, veçanërisht të lidhura me sigurimin e mbrojtjes së markës, një nivel të caktuar të cilësisë së shërbimit ose reduktimin e mundësive për falsifikim. Në masën që kufizimet bien brenda objektit të Nenit 4(1) të Ligjit, vlerësimi duhet të marrë në konsideratë nëse efienca të tilla mund të arrihen me mjete më pak kufizuese, në përputhje me kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Ky mund të jetë, për shembull, rasti kur tregu online i lejon shitësit me pakicë të krijojnë dyqanin e tyre të markës brenda tregut dhe kështu të ushtrojnë më shumë kontroll mbi mënyrën se si shiten mallrat ose shërbimet e tyre. Çdo justifikim i lidhur me cilësinë, mbi të cilin mbështetet furnizuesi, nuk ka gjasa të plotësojë kushtet e Nenit 5 të Ligjit në situatat e mëposhtme:
- a) a) vetë furnizuesi përdor tregun online që blerësi nuk lejohet ta përdorë;
 - b) b) furnizuesi vendos kufizimin për disa shpërndarës, por jo për të tjerët;
 - c) c) operatori i tregut online është vetë anëtar i autorizuar i sistemit të shpërndarjes përzgjedhëse.

VIII.2.4. Kufizime në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve

340. Shërbimet e krahasimit të çmimeve¹²², të tilla si faqet e internetit ose aplikacionet e krahasimit të çmimeve, u mundësojnë shitësve të rrisin shikueshmërinë e tyre dhe të gjenerojnë trafik për dyqanin e tyre online dhe u mundësojnë klientëve potencial të gjejnë shitës me pakicë, të krahasojnë produkte të ndryshme dhe të krahasojnë ofertat për të njëjtin produkt. Shërbimet e

¹²¹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështja C-306/20 - Visma Enterprise, paragrafi 78.

¹²² Për qëllimin e këtij Udhëzimi, shërbimet e krahasimit të çmimeve i referohen shërbimeve që nuk ofrojnë një funksionalitet të drejtpërdrejtë blerjeje. Shërbimet që u mundësojnë përdoruesve të kryejnë transaksione blerjeje duke ofruar funksionalitete shitje dhe blerje klasifikohen si tregje online për qëllimet e këtij Udhëzimi. Kufizimet në përdorimin e tregjeve online trajtohen në Seksionin VIII.2.3.

- krahasimit të çmimeve rrisin transparencën e çmimeve dhe kanë potencialin për të intensifikuar konkurrencën e çmimeve brenda markës dhe ndërmjet markave në nivelin e shitjes me pakicë.
341. Ndryshe nga tregjet online, shërbimet e krahasimit të çmimeve zakonisht nuk ofrojnë funksionalitetet e shitjes dhe të blerjes, por përkundrazi i ridrejtojnë klientët te dyqani online i shitësit me pakicë, duke mundësuar fillimin e një transaksioni të drejtpërdrejtë midis klientit dhe shitësit me pakicë jashtë shërbimit të krahasimit të çmimeve. Prandaj, shërbimet e krahasimit të çmimeve nuk janë një kanal i veçantë shitjesh në internet, por një kanal reklamimi në internet.
342. Furnizuesit mund të dëshirojnë të kufizojnë përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve, për shembull për të mbrojtur imazhin e markës së tyre, pasi shërbimet e krahasimit të çmimeve zakonisht përqendrohen te çmimi dhe mund të mos lejojnë shitësit të diferencohen përmes veçorive të tjera, të tilla si shumëllojshmëria ose cilësia e mallrave ose shërbimeve të kontratës. Arsytet e tjera për kufizimin e përdorimit të shërbimeve të krahasimit të çmimeve mund të jenë reduktimi i mundësive për falsifikim, ose mbrojtja e modelit të biznesit të furnizuesit, për shembull, kur ai model mbështetet në elementë të tillë si specializimi ose cilësia, në vend të çmimit.
343. Kufizimet në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve mund të variojnë nga një ndalim direkt ose i tërthortë deri te kufizimet e bazuara në kërkesat e cilësisë ose kërkesat për të përfshirë përmbajtje specifike në ofertat e reklamuar në shërbimin e krahasimit të çmimeve. Për shembull, një kufizim për të mos dhënë informacionin e çmimeve tek shërbimet e krahasimit të çmimeve, një kërkesë për të marrë autorizimin e furnizuesit përpara se të përdoren shërbimet e krahasimit të çmimeve, ose një kufizim në përdorimin e markës së furnizuesit në shërbimet e krahasimit të çmimeve mund të përbëjë një ndalim të përdorimit të shërbimeve të krahasimit të çmimeve.
344. Kufizimet në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve mund të rrisin kostot e kërimit të konsumatorëve dhe në këtë mënyrë të zbutin konkurrencën e çmimeve me pakicë. Ato gjithashtu mund të kufizojnë aftësinë e blerësit për të arritur klientët e mundshëm, për t'i informuar ata për ofertën e tij dhe për t'i drejtuar në dyqanin e tij online. Siç përcaktohet në paragrafin 203, një ndalim i përdorimit të shërbimeve të krahasimit të çmimeve e pengon blerësin të përdorë një kanal të tërë reklamimi në internet, që është një kufizim i rëndë brenda kuptimit të nenit 5, pika 5 e Rregullores. Ndalimi i përdorimit të shërbimeve të krahasimit të çmimeve pengon blerësin që t'u shesë klientëve që ndodhen jashtë zonës së tij të aktivitetit dhe që dëshirojnë të blejnë në internet. Prandaj, kjo mund të çojë në ndarje të tregut dhe ulje të konkurrencës brenda markës.
345. Në të kundërt, kur marrëveshja vertikale parandalon përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve që synojnë klientët në një territor ose grup klientësh që i rezervohet ekskluzivisht blerësve të tjerë ose i rezervohet ekskluzivisht furnizuesit, ajo mund të përfitojë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, në përputhje me përjashtimet e përcaktuara në nenin 5, pika 2 a), 3 a), i) dhe 4 a) të Rregullores në lidhje me shpërndarjen ekskluzive. Për shembull, një shërbim i krahasimit të çmimeve mund të konsiderohet se shënjestron një territor ekskluziv ku shërbimi përdor një gjuhë të përdorur zakonisht në atë territor dhe jo në territorin e blerësit, ose ku shërbimi përdor një domen të nivelit të lartë që korrespondon me territorin ekskluziv .
346. Marrëveshjet vertikale që kufizojnë përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve, por që nuk parandalojnë drejtpërdrejt ose tërthorazi përdorimin e të gjitha shërbimeve të krahasimit të çmimeve, për shembull një kërkesë që shërbimi i krahasimit të çmimeve të përmbushë disa

standarde të cilësisë, mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores.

347. Udhëzimet e mëposhtme jepen për vlerësimin e marrëveshjeve vertikale që kufizojnë përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve që nuk përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores, për shembull sepse pragjet e pjesës së tregut të përcaktuara në nenin 4 të Rregullores janë tejkaluar.
348. Kufizimet në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve shpesh vendosen në sistemet e shpërndarjes përzgjedhëse. Seksioni IV.6.2 përcakton kriteret sipas të cilave një sistem shpërndarjeje përzgjedhëse bie jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit. Prandaj, kur kufizimet në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve përdoren në një marrëveshje shpërndarjeje përzgjedhëse, fillimisht është e nevojshme të vlerësohet nëse kufizimet janë një mjet i përshtatshëm dhe proporcional për të ruajtur cilësinë ose për të siguruar përdorimin e duhur të mallrave ose shërbimeve të kontratës. Në lidhje me këtë, duhet theksuar se shërbimet e krahasimit të çmimeve i ridrejtojnë klientët potencialë në dyqanin online të shpërndarësit të autorizuar për përfundimin e transaksionit të shitjes dhe se furnizuesi zakonisht është në gjendje të ushtrojë kontroll mbi dyqanin online të shpërndarësit të autorizuar përmes kriterëve të përzgjedhjes dhe duke vendosur kërkesa në marrëveshjen e shpërndarjes përzgjedhëse.
349. Kur kufizimet në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve përdoren në një marrëveshje shpërndarjeje përzgjedhëse që bie brenda objektit të Nenit 4(1) të Ligjit ose brenda llojeve të tjera të marrëveshjeve të shpërndarjes, është e nevojshme të vlerësohet nëse kufizimi ka një efekt të konsiderueshëm kufizues mbi konkurrencën sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit. Kufizimet në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve që nuk përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores munden në veçanti të zbutin konkurrencën e çmimeve ose të ndajnë tregjet, duke ndikuar përfundimisht në konkurrencën ndërmjet dhe brenda markave. Për shembull, këto kufizime mund të zbutin konkurrencën e çmimeve, duke kufizuar mundësinë që blerësi të informojë klientët potencialë për çmimet më të ulëta. Konkurrenca brenda markës mund të ndikohet veçanërisht kur një furnizues vendos kufizimet vetëm për disa nga shpërndarësit e tij, ose kur vetë furnizuesi përdor shërbimet e krahasimit të çmimeve të mbuluara nga këto kufizime. Në masën që blerësit janë të kufizuar në aftësinë e tyre për t'u mbështetur në një kanal potencialisht të rëndësishëm reklamimi në internet, ata mund të jenë në gjendje të ushtrojnë vetëm presion të kufizuar konkurrues ndaj furnizuesit ose çdo shpërndarësi tjetër që nuk përballlet me atë kufizim.
350. Faktorët për vlerësim sipas Nenit 4(1) të Ligjit përfshijnë:
- a) pozicionin në treg të furnizuesit dhe konkurrentëve të tij;
 - b) rëndësinë e shërbimeve të krahasimit të çmimeve si një kanal reklamimi në tregun përkatës për shitjen e mallrave ose shërbimeve të kontratës;
 - c) llojin dhe shtrirjen e kufizimeve dhe rëndësinë relative të shërbimit të veçantë të krahasimit të çmimeve, përdorimi i të cilit është i kufizuar ose i ndaluar;
 - d) nëse furnizuesi vendos gjithashtu kufizime në aftësinë e blerësit për të përdorur forma të tjera të reklamimit në internet.
351. Efekti i kombinuar shtrëngues i kufizimit në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve dhe çdo kufizim tjetër për reklamimin në internet të vendosur nga furnizuesi duhet të merret parasysh.
352. Siç përcaktohet në paragrafin 342, kufizimet në përdorimin e shërbimeve të krahasimit të çmimeve mund të çojnë në efikasitet, veçanërisht të lidhura me sigurimin e mbrojtjes së markës

ose një nivel të caktuar të cilësisë së shërbimit, ose reduktimin e mundësive për falsifikim. Në bazë të kushteve të Nenit 5 të Ligjit, është e nevojshme të vlerësohet nëse ndonjë efikasitet e tillë mund të arrihet me mjete më pak kufizuese. Ky mund të jetë rasti, për shembull, kur përdorimi i shërbimeve të krahasimit të çmimeve kushtëzohet me ofrimin gjithashtu të shërbimit krahasues ose të vlerësimit në lidhje me cilësinë e mallrave ose shërbimeve në fjalë, nivelin e shërbimit ndaj klientit të ofruar nga blerësi, ose veçori të tjera të ofertave të blerësit. Çdo vlerësim i justifikimeve të lidhura me cilësinë sipas Nenit 5 të Ligjit duhet të marrë parasysh gjithashtu se shitja nuk është lidhur në faqen e internetit të shërbimit të krahasimit të çmimeve, por në dyqanin online të blerësit.

VIII.2.5. Detyrimet e barazisë

353. Detyrimet e barazisë, të quajtura ndryshe dhe Marrëveshjet e Barazisë ndër Platforma (“MBNP”), kërkojnë që një shitës i mallrave ose shërbimeve t’ia ofrojë mallrat ose shërbimet një pale tjetër me kushte që nuk janë më pak të favorshme sesa kushtet e ofruara nga shitësi për disa palë të tjera ose nëpërmjet disa kanaleve të tjera. Kushtet mund të kenë të bëjnë me çmimet, inventarin, disponueshmërinë ose çdo kusht tjetër të ofertës ose shitjes. Detyrimi i barazisë mund të marrë formën e një dispozite kontraktuale ose mund të jetë rezultat i masave të tjera direkte ose të tërthorta, të tilla si çmimi i diferencuar ose incentive të tjera, zbatimi i të cilave varet nga kushtet në të cilat shitësi ofron mallrat ose shërbimet e tij palëve të tjera ose përmes kanaleve të tjera.
354. Detyrimet e barazisë në pakicë lidhen me kushtet në të cilat mallrat ose shërbimet u ofrohen përdoruesve fundorë. Këto detyrime shpesh imponohen nga ofruesit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet (për shembull, tregjet online ose shërbimet e krahasimit të çmimeve) për blerësit e shërbimeve të tyre të ndërmjetësimit (për shembull, ndërmarrjet që shesin nëpërmjet platformës ndërmjetëse).
355. Detyrimet e barazisë në pakicë i referohen kanaleve të tjera të ndryshme të shitjeve ose reklamuese. Për shembull, detyrimet e barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma i referohen kushteve të ofruara nëpërmjet shërbimeve konkurrense të ndërmjetësimit në internet (platforma konkurrense). Të ashtuquajturat detyrime të ngushta të barazisë në pakicë i referohen kushteve të ofruara në kanalet e shitjes direkte të shitësve të mallrave ose shërbimeve. Disa detyrime të barazisë në pakicë i referohen kushteve të ofruara në të gjitha kanalet e tjera të shitjes (ndonjëherë të quajtura detyrime “të gjera” të barazisë në pakicë).
356. Me përjashtim të detyrimeve të barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma, sipas kuptimit të nenit 6, paragrafi 1 pika d) të Rregullores, të gjitha llojet e detyrimeve të barazisë në marrëveshjet vertikale mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 të Rregullores. Udhëzimi i mëposhtëm jepet për vlerësimin e detyrimeve të barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma të përmendur në nenin 6, paragrafi 1, pika d) të Rregullores dhe për llojet e tjera të detyrimeve të barazisë në rastet kur përjashtimi në bllok nuk zbatohet.

VIII.2.5.1. Detyrimet e barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma

357. Detyrimet e barazisë në pakicë të cilat bëjnë që një blerës i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet të mos ofrojë, shesë ose rishes mallra ose shërbime përdoruesve fundorë në kushte më të favorshme nëpërmjet shërbimeve konkurruese të ndërmjetësimit në internet, sipas kuptimit të nenit 6, paragrafi 1, pika d) e Rregullores, kanë më shumë gjasa për të prodhuar efekte anti-konkurruese se llojet e tjera të detyrimeve të barazisë. Ky lloj detyrimi i barazisë në pakicë mund të kufizojë konkurrencën në mënyrat e mëposhtme:
 - a) mund të zbutë konkurrencën dhe të lehtësojë marrëveshjet e fshehta ndërmjet ofruesve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet. Në veçanti, ka më shumë gjasa që një ofrues që

vendos këtë lloj detyrimi barazie do të jetë në gjendje të rrisë çmimin ose të ulë cilësinë e shërbimeve të tij të ndërmjetësimit pa humbur pjesën e tregut. Pavarësisht nga çmimi ose cilësia e shërbimeve të ofruesit, shitësit e mallrave ose shërbimeve që zgjedhin të përdorin platformën e ofruesit janë të detyruar të ofrojnë kushte në platformë që janë të paktën po aq të mira sa kushtet që ofrojnë në platformat konkurrense;

- b) mund të mbyllë tregun për hyrjen ose zgjerimin nga ofruesit e rinj ose më të vegjël të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, duke kufizuar aftësinë e këtyre ofruesve për t'u ofruar blerësve dhe përdoruesve fundorë kombinime të diferencuara çmim-shërbim.
358. Për vlerësimin e këtij lloji të detyrimit të barazisë, duhet të merren parasysh faktorët e mëposhtëm:
- a) pozicioni në treg i ofruesit të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet që imponon detyrimin dhe pozicioni i konkurrentëve të tij;
 - b) pjesa e blerësve të shërbimeve përkatëse të ndërmjetësimit në internet që mbulohen nga detyrimet;
 - c) mundësia e zgjedhjes së platformave (*homming behaviour*) nga blerësit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet dhe e përdoruesve fundorë (sa shërbime konkurruese të ndërmjetësimit në internet përdorin ata);
 - d) ekzistenca e pengesave në hyrje në tregun përkatës për furnizimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet;
 - e) rëndësia e kanaleve të shitjes direkte të blerësve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet dhe masën në të cilën këta blerës janë në gjendje të heqin produktet e tyre nga platformat e ofruesve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet (heqja nga listat).
359. Efektet kufizuese të detyrimeve të barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma janë përgjithësisht më të rënda kur ato përdoren nga një ose më shumë ofrues kryesorë të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet. Aty ku ofrues të tillë kanë një model të ngjashëm biznesi, detyrimet e barazisë ka të ngjarë të zvogëlojnë hapësirën për ndërprerje të këtij modeli. Ky lloj detyrimi mundet t'i mundësojë gjithashtu një lideri tregu të ruajë pozicionin e tij ndaj ofruesve më të vegjël.
360. Pjesa e blerësve të shërbimeve përkatëse të ndërmjetësimit në internet që i nënshtrohen detyrimeve të barazisë në pakicë dhe mundësia e zgjedhjes së platformave (*homming behaviour*) janë të rëndësishme, pasi ato mund të tregojnë se detyrimet e barazisë së ofruesit kufizojnë konkurrencën në lidhje me një pjesë të kërkesës që tejkalon pjesën e tregut të ofruesit. Për shembull, një ofrues i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet mund të mbajë një pjesë prej 20% të totalit të transaksioneve të kryera duke përdorur shërbime të tilla, por blerësit mbi të cilët ai vendos detyrime të barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma për shkak se përdorin platforma të shumta, mund të përbëjnë më shumë se 50 % e totalit të transaksioneve të platformës. Në këtë rast, detyrimet e barazisë së ofruesit mund të kufizojnë konkurrencën në lidhje me më shumë se gjysmën e kërkesës totale përkatëse.
361. Blerësit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet shpesh përdorin shumë platforma (*multi-homing*), me qëllim që të arrijnë tek klientët që përdorin vetëm një platformë (*single-homing*) dhe që nuk ndërrojnë platforma. Përdorimi i shumë platformave nga blerësit nxitet nga modelet e biznesit të platformës sipas të cilave blerësi duhet të paguajë vetëm për përdorimin e shërbimit të ndërmjetësimit në internet kur shërbimi gjeneron një transaksion. Siç shpjegohet në paragrafin 360, përdorimi i shumë platformave nga blerësit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet mund të rrisë pjesën e kërkesës totale për shërbime të tilla që ndikohet nga detyrimet e

barazisë së një ofruesi. Përdorimi i vetëm një platforme nga përdoruesit fundorë mund të nënkuptojë se çdo ofrues i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet kontrollon aksesin në një grup të veçantë përdoruesish fundorë. Kjo mund të rrisë fuqinë negociuese të ofruesit dhe aftësinë e tij për të vendosur detyrime të barazisë në pakicë.

362. Tregjet për ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet shpesh karakterizohen nga barriera të rëndësishme për hyrjen dhe zgjerimin, të cilat mund të përkeqësojnë efektet negative të detyrimeve të barazisë në pakicë. Këto tregje shpesh shfaqin efekte pozitive të tërthorta të rrjetit: ofruesit e rinj ose më të vegjël të këtyre shërbimeve mund ta kenë të vështirë të tërheqin blerës sepse platformat e tyre ofrojnë akses në një numër të pamjaftueshëm përdoruesish fundorë. Aty ku përdoruesit fundorë janë konsumatorët përfundimtarë, besnikëria ndaj markës, përdorimi i vetëm një platforme dhe strategjitë e kyçjes së ofruesve aktualë të shërbimeve të ndërmjetësimit mund gjithashtu të krijojnë pengesa në hyrje.
363. Blerësit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet gjithashtu mund t'i shesin mallrat ose shërbimet e tyre drejtpërdrejt tek përdoruesit fundorë. Këto shitje direkte mund të kufizojnë aftësinë e ofruesve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet për të rritur çmimin e shërbimeve të tyre. Prandaj është e nevojshme të vlerësohet nëse kanale të tilla të shitjes direkte mbulohen gjithashtu nga detyrimi i barazisë në pakicë, pjesa e shitjeve të mallrave ose shërbimeve përkatëse që bëhen nëpërmjet kanaleve të shitjes direkte dhe nëpërmjet shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, dhe zëvendësueshmëria e të dyja llojeve të kanaleve nga këndvështrimi i shitësve dhe blerësve të mallrave ose shërbimeve të ndërmjetësuar.
364. Detyrimet e barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma mund të prodhojnë efekte të konsiderueshme kufizuese kur ato vendosen mbi blerësit që përfaqësojnë një pjesë të rëndësishme të kërkesës totale për shërbimet përkatëse të ndërmjetësimit në internet. Në rastin e një efekti kumulativ anti-konkurrues, efektet kufizuese në përgjithësi do t'i atribuohen vetëm detyrimeve të barazisë së ofruesve, pjesa e tregut të cilëve kalon 5%.
365. Në parim, detyrimet e barazisë në pakicë mund të vendosen gjithashtu nga shitësit me pakicë në lidhje me kushtet në të cilat mallrat ose shërbimet e shitësit u ofrohen konsumatorëve fundorë nga shitësit konkurrent. Megjithatë, kur ky lloj detyrimi i barazisë lidhet me çmimin, në përgjithësi do të kërkohet nga shitësi i mallrave ose shërbimeve që pranon detyrimin për të rënë dakord për një çmim minimal shitjeje (ÇMSH) me shitësit konkurrentë me pakicë me të cilët ndërvepron. ÇMSH është një kufizim i rëndë sipas kuptimit të nenit 5, pika 1 e Rregullores. Në rastet kur ndërmarrjet janë në gjendje të zbatojnë detyrime të tilla të barazisë në pakicë në përputhje me rregullat në lidhje me ÇMSH, duke përfshirë kur detyrimi i barazisë lidhet me kushte të ndryshme nga çmimi, detyrimet mund të përfitojnë nga përjashtimi në bllok. Mbi prapenësitë e pjesës së tregut të përcaktuar në nenin 4, paragrafi 1 të Rregullores, udhëzimet e dhëna në paragrafët 357-364 zbatohen me analogji.

VIII.2.5.2. Detyrimet e barazisë në pakicë në lidhje me kanalet e shitjes direkte

366. Detyrimet e barazisë në pakicë të vendosura nga ofruesit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet në lidhje me kanalet e shitjes direkte i pengojnë blerësit e shërbimeve të ofrojnë çmime dhe kushte në kanalet e tyre të shitjes direkte, që janë më të favorshme se kushtet që ata ofrojnë në platformën e ofruesit të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, që vendos detyrimin. Këto detyrime shpesh quhen detyrime “të ngushta” të barazisë në pakicë. Në parim, detyrimet e ngushta të barazisë në pakicë nuk kufizojnë aftësinë e një blerësi të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet për të ofruar çmime ose kushte më të favorshme nëpërmjet shërbimeve të tjera të ndërmjetësimit në internet. Megjithatë, kur blerësi përdor ofrues të shumtë të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet që zbatojnë detyrime të ngushta të barazisë

në pakicë, këto detyrime e pengojnë atë të ofrojë në kanalet e tij të drejtpërdrejta kushte që janë më të favorshme se kushtet që ofron në platformën ndërmjetëse më të shtrenjtë.

367. Detyrimet e ngushta të barazisë në pakicë eliminojnë kufizimin e ushtruar nga kanalet e shitjes direkte të blerësit. Aty ku konkurrenca për furnizimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet është e kufizuar, këto detyrime mund të lejojnë një ofrues të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet të mbajë një çmim më të lartë për shërbimet e tij, duke rezultuar ndoshta në çmime më të larta të shitjes me pakicë për mallrat ose shërbimet e ndërmjetësuar.
368. Në kushte të caktuara, veçanërisht kur numri i ofruesve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet është i kufizuar, detyrimet e ngushta të barazisë në pakicë mund të ndikojnë në incentivat e blerësve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet për t'i kaluar ndryshimet në çmimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në çmimet e tyre të shitjes me pakicë. Kjo mund të çojë në një zbutje të konkurrencës midis ofruesve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, i cili është i ngjashëm me efektin e detyrimeve të barazisë në pakicë ndër-platforma.

VIII.2.5.3. Vlerësimi i detyrimeve të barazisë në pakicë sipas Nenit 5 të Ligjit

369. Kur detyrimet e barazisë në pakicë prodhojnë efekte të konsiderueshme kufizuese, justifikimet e mundshme të efikasitetit duhet të vlerësohen sipas Nenit 5 të Ligjit. Arsytimi më i zakonshëm për përdorimin e detyrimeve të barazisë në pakicë nga ofruesit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet është adresimi i problemit të përfitimit të padrejtë (*free riding*). Për shembull, ofruesi mund të mos ketë një incentive për të investuar në zhvillimin e platformës së tij, në shërbimet e para-shitjes ose promovimin e rritjes së kërkesës, nëse përfitimet e këtyre investimeve në drejtim të rritjes së shitjeve shkojnë në platformat konkurrense ose në kanalet e shitjeve të drejtpërdrejta të cilat mund të ofrojë të njëjtat mallra ose shërbime në kushte më të favorshme.
370. Faktorët përkatës për vlerësimin sipas Nenit 5 të Ligjit përfshijnë nëse investimet e bëra nga ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet krijojnë përfitime objektive, përkatësisht nëse ato shtojnë vlerë për përdoruesit fundorë; nëse rreziku i përfitimit të padrejtë (*free riding*) të investimeve të ofruesit është real dhe thelbësor, dhe nëse lloji dhe shtrirja e veçantë e detyrimit të barazisë është e domosdoshme për arritjen e përfitimeve objektive. Niveli i mundshëm i përfitimit të padrejtë (*free riding*) duhet të jetë i mjaftueshëm për të ndikuar ndjeshëm në incentivat për të investuar në shërbimet e ndërmjetësimit në internet. Prova e masës në të cilën përdoruesit e shërbimeve të ndërmjetësimit (shitësit dhe blerësit) përdorin shumë platforma është veçanërisht e rëndësishme, megjithëse është gjithashtu e nevojshme të merret parasysh nëse sjellja e tyre ndikohet nga efektet e detyrimeve të barazisë. Nëse ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet ose konkurrentët e tij operojnë në tregje të tjera të krahasueshme pa përdorur detyrime të barazisë në pakicë ose duke përdorur detyrime më pak kufizuese, kjo mund të tregojë se detyrimet nuk janë të domosdoshme. Aty ku furnizimi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet ka përqendrim të lartë dhe ka pengesa të theksuara në hyrje, nevoja për të mbrojtur konkurrencën e mbetur mund të tejkalojë përfitimet e mundshme të efikasitetit. Arsytetime të tjera në lidhje me përfitimet e përgjithshme të ofruara nga platformat ndërmjetëse, të tilla si bashkimi i shpenzimeve promovuese të përdoruesve, rritja e transparencës së çmimeve ose kostot e reduktuara të transaksionit mund të përmbushin kushtet e Nenit 5 të Ligjit vetëm nëse ofruesi i shërbimeve të ndërmjetësimit në internet mund të tregojë një lidhje të drejtpërdrejtë shkakësore midis përfitimit të pretenduar dhe përdorimit të llojit të caktuar të detyrimit të barazisë.
371. Në përgjithësi, detyrimet e ngushta të barazisë në pakicë kanë më shumë gjasa të përmbushin kushtet e Nenit 5 të Ligjit sesa detyrimet e barazisë në shitjet me pakicë ndër-platforma. Kjo kryesisht për shkak se efektet e tyre kufizuese janë përgjithësisht më pak të rënda dhe për këtë arsye më shumë gjasa të tejkalohen nga efikasiteti. Për më tepër, rreziku i përfitimit të padrejtë

(free riding) nga shitësit e mallrave ose shërbimeve nëpërmjet kanaleve të tyre të shitjes direkte mund të jetë më i lartë, veçanërisht për shkak se shitësi nuk mbart asnjë kosto komisioni platforme për shitjet e tij direkte. Megjithatë, kur detyrimet e ngushta të barazisë në pakicë nuk gjenerojnë efienca sipas kuptimit të Nenit 5 të Ligjit, përfitimi i përjashtimit në bllok mund të revokohet. Kjo mund të ndodhë, në veçanti, kur rreziku i përfitimit të padrejtë (free riding) është i kufizuar ose kur detyrimet e ngushta të barazisë në pakicë nuk janë të domosdoshme për të arritur efienca. Në mungesë të efienca, revokimi është veçanërisht i mundur kur detyrimet e ngushta të barazisë në pakicë zbatohen nga tre ofruesit më të mëdhenj të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet në tregun përkatës dhe këta ofrues mbajnë një pjesë të kombinuar të tregut që tejkalon 50%. Në mungesë të efienca, përjashtimi në bllok mund të revokohet gjithashtu, në varësi të rrethanave të veçanta, ku blerësit që përfaqësojnë një pjesë të konsiderueshme të kërkesës totale përkatëse për shërbimet e ndërmjetësimit në internet janë subjekt i detyrimeve të ngushta të barazisë në pakicë. Përjashtimi në bllok mund të revokohet në lidhje me marrëveshjet e të gjithë ofruesve të shërbimeve të ndërmjetësimit në internet, detyrimet e ngushta të barazisë në pakicë të të cilëve japin një kontribut të rëndësishëm në efektin kumulativ anti-konkurrues, përkatësisht ofruesit me pjesë tregu që tej kalojnë 5%.

372. Më poshtë jepet një shembull i përdorimit të detyrimeve të ngushta të barazisë në pakicë:

Në shkallë kombëtare dy të tretat e vakteve në restorant që shpërndahen për konsum në shtëpi porositen nëpërmjet platformave në internet dhe një e treta porositet direkt nga restorantet. Platformat A, B, C dhe D gjenerojnë përkatësisht 25 %, 20 %, 20 % dhe 15 % të porositve të bëra nëpërmjet platformave. Platformat A, B dhe C kanë operuar për tre deri në pesë vjet dhe pjesa e totalit të porositve të bëra nëpërmjet platformave është rritur gjatë kësaj periudhe. Platforma D ka hyrë në treg kohët e fundit. Platformat i ngarkojnë restorantet 15-20 % komision për porosi. Shumica e konsumatorëve që përdorin platforma përdorin një ose dy platforma, ndërsa shumica e restoranteve që përdorin platforma përdorin dy ose më shumë platforma.

Gjatë dymbëdhjetë muajve të fundit, të gjitha platformat kanë futur një klauzolë detyrimi të barazisë së ngushtë në pakicë, e cila i pengon restorantet të ofrojnë çmime më të ulëta për porositë direkte në internet ose telefonike. Në të njëjtën periudhë, tre nga platformat kanë rritur normën standarde të komisionit. Platformat pretendojnë se klauzola e ngushtë e barazisë është e nevojshme për të parandaluar që restorantet të përfitojnë në mënyrë të padrejtë (free riding) nga investimet e tyre, veçanërisht në zhvillimin e funksioneve të përshtatshme të kërkimit dhe krahasimit për përdoruesit dhe shërbimeve të sigurta të pagesave.

Asnjë nga tre platformat më të mëdha nuk ka shtuar veçori ose shërbime të reja ose nuk ka bërë përmirësime të rëndësishme në shërbimet e tyre në dymbëdhjetë muajt e fundit. Nuk ka asnjë provë konkrete për një rrezik të konsiderueshëm të përfitimit të padrejtë (free riding), veçanërisht që një pjesë e konsiderueshme e konsumatorëve përdorin platformat për të kërkuar dhe krahasuar ofertat e restoranteve, por më pas porosisin direkt nga restoranti. As nuk ka prova që kërcënimet i pretenduar i përfitimit të padrejtë (free riding), ka ndikuar negativisht në investimet e mëparshme të platformave në zhvillimin e shërbimeve të tyre.

Nëse arrihet në përfundimin se tregu i produktit përkatës përbëhet nga ofrimi i shërbimeve të platformës për restorantet, ofrimi i këtyre shërbimeve duket përqendrim. Duke pasur parasysh rritjet e fundit në normat e komisionit të platformës dhe mungesën e provave që klauzolat e barazisë prodhojnë efienca, ka të ngjarë që përfitimi i përjashtimit në bllok të revokohet në lidhje me marrëveshjet e restoranteve të të katër platformave.

VIII.2.5.4. Detyrimet e barazisë në rrjedhën e sipërme

373. Detyrimet e barazisë ndër-platforma dhe të ngushta mund të vendosen gjithashtu nga ofruesit e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet në lidhje me kushtet në të cilat mallrat ose shërbimet u ofrohen ndërmarrjeve të ndryshme nga përdoruesit fundorë (për shembull, shitësve me pakicë). Ky lloj detyrimi barazie mund të përfitojë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores. Në parim, ky lloj detyrimi i barazisë në rrjedhën e sipërme është në gjendje të kufizojë konkurrencën për ofrimin e shërbimeve të ndërmjetësimit në internet në mënyra të ngjashme me detyrimet e barazisë në pakicë. Megjithatë, për të vlerësuar këtë lloj detyrimi të barazisë në rrjedhën e sipërme, është gjithashtu e nevojshme të merren parasysh kushtet e konkurrencës në rrjedhën e poshtme, pra midis ndërmarrjeve që blejnë mallra ose shërbime nëpërmjet shërbimit të ndërmjetësimit në internet. Në rastet kur përjashtimi në bllok nuk zbatohet, udhëzimet e parashikuara në paragrafët 357-371 mund të zbatohen me analogji.

VIII.2.5.5. Detyrimet e klientit më të favorizuar

374. Detyrimet e barazisë mund të vendosen gjithashtu nga prodhuesit, shitësit me shumicë ose pakicë në lidhje me kushtet me të cilat ata blejnë mallra ose shërbime si inpute nga furnizuesit. Ky lloj detyrimi tradicional i klientit më të favorizuar nuk ndikon drejtpërdrejt në kushtet në të cilat ndërmarrjet blerëse konkurrojnë në rrjedhën e poshtme. Shqetësimi kryesor i lidhur me detyrimet e barazisë në lidhje me kushtet në të cilat mallrat ose shërbimet blihen si inpute është se ato mund të reduktojnë incentivat e furnizuesve të inputeve për të konkurruar dhe në këtë mënyrë të rrisin çmimet e inputeve. Faktorët përkatës për vlerësimin e këtyre detyrimeve përfshijnë madhësinë relative dhe fuqinë e tregut të furnizuesit dhe blerësit që bien dakord me detyrimin e barazisë, pjesën e tregut përkatës të mbuluar nga detyrime të ngjashme dhe koston e inputit në fjalë në raport me totalin e shpenzimeve të blerësit.
375. Detyrimet tradicionale të klientëve më të favorizuar mund të krijojnë efijenca që plotësojnë kushtet e Nenit 5 të Ligjit. Në veçanti, ato mund t'u mundësojnë palëve në një marrëveshje furnizimi afatgjatë të minimizojnë kostot e transaksionit. Ato gjithashtu mund të parandalojnë sjelljen oportuniste nga furnizuesi dhe të adresojnë një problem të mbajtjes pezull (*hold-up*) për blerësin, ku, për shembull, blerësi mund të frenohet nga investimi ose hedhja në treg e një produkti të ri për shkak të frikës se furnizuesi i inputit mund të ulë çmimin e tij për blerësit e mëvonshëm. Kjo lloj efijence ka më shumë gjasa në marrëdhëniet afatgjata që përfshijnë investime të zhytura.

VIII.2.6. Pagesat paraprake të aksesit

376. Pagesat paraprake të aksesit janë tarifa fikse që furnizuesit u paguajnë shpërndarësve në kuadrin e një marrëdhënieje vertikale në fillim të një periudhe përkatëse, me qëllim që të kenë akses në rrjetin e tyre të shpërndarjes dhe të shpërblejnë shërbimet e ofruara për furnizuesit nga shitësit me pakicë. Kjo kategori përfshin praktika të ndryshme, të tilla si tarifat e vendosjes (*slotting allowances*)¹²³, të ashtuquajturat tarifa të pagesës për qëndrim (*pay-to-stay*)¹²⁴ dhe pagesat për të pasur akses në fushatat promovuese të një shpërndarësi. Ky Seksion VIII.2.6 ofron udhëzime për vlerësimin e pagesave paraprake të aksesit në raste individuale mbi prapagun e pjesës së tregut të përcaktuar në nenin 4 të Rregullores.
377. Pagesat paraprake të aksesit mund të rezultojnë në mbyllje anti-konkurrese të tregut për shpërndarësit e tjerë. Për shembull, një tarifë e lartë mund të nxisë një furnizues të kanalizojë një vëllim të konsiderueshëm të shitjeve të tij tek një ose mes një numri të kufizuar shpërndarësish në mënyrë që të mbulojë kostot e tarifës. Në një rast të tillë, pagesat paraprake të aksesit mund të kenë të njëjtin efekt mbylljeje tregu në rrjedhën e poshtme si një lloj detyrimi

¹²³ Tarifat fikse që prodhuesit u paguajnë shitësve me pakicë në mënyrë që të kenë akses në hapësirën e tyre të raftit.

¹²⁴ Pagesat e një shume të bëra për të siguruar praninë e vazhdueshme të një produkti ekzistues në raft për një periudhë të mëtejshme.

i furnizimit ekskluziv. Për të vlerësuar mundësinë e këtij lloji efekti negativ, udhëzimi në lidhje me detyrimet e furnizimit ekskluziv mund të zbatohet me analogji (në veçanti paragrafët 318-327).

378. Përjashtimisht, pagesat paraprake të aksesit mund të rezultojnë në efekte anti-konkurruese të mbylljes së tregut në rrjedhën e sipërme. Për shembull, kur shpërndarësi ka një pozicion të fortë negociimi, ose përdorimi i pagesave paraprake të aksesit është i përhapur, këto pagesa mund të rrisin pengesat në hyrje për furnizuesit e vegjël. Për të vlerësuar gjasat e këtij lloji efekti negativ, udhëzimet në lidhje me detyrimet për një markë të vetme mund të zbatohen me analogji (në veçanti paragrafët 295-315). Vlerësimi duhet gjithashtu të marrë parasysh nëse shpërndarësi në fjalë shet produkte konkurruese nën markën e tij. Në këtë rast, mund të lindin edhe shqetësime horizontale, me pasojën që përjashtimi në bllok nuk zbatohet, sipas nenit 3, paragrafi 4 të Rregullores (shih Seksionin IV.4.3).
379. Përveç efekteve të mundshme të mbylljes së tregut, pagesat paraprake të aksesit mund të zbutin konkurrencën dhe të lehtësojnë marrëveshjet e fshehta midis shpërndarësve. Pagesat paraprake të aksesit ka të ngjarë të rrisin çmimin e faturuar nga furnizuesi për produktet e kontratës, pasi furnizuesi duhet të mbulojë shpenzimet e këtyre pagesave. Çmimet më të larta të furnizimit mund të zvogëlojnë incentivat e shitësve me pakicë për të konkurruar me çmim në tregun e rrjedhës së poshtme, ndërkohë që fitimet e shpërndarësve rriten si rezultat i pagesave të aksesit. Ky reduktim i konkurrencës ndërmjet shpërndarësve, nëpërmjet përdorimit kumulativ të pagesave paraprake të aksesit, në përgjithësi lind vetëm kur tregu i shpërndarjes ka përqendrim të lartë.
380. Megjithatë, përdorimi i pagesave paraprake të aksesit në shumë raste mund të kontribuojë në një shpërndarje eficiente të hapësirës së rafteve për produkte të reja. Kur furnizuesit hedhin në treg produkte të reja, shpërndarësit shpesh kanë më pak informacion se sa furnizuesi nëse produkti i ri ka të ngjarë të jetë i suksesshëm dhe, si rezultat, ata mund të mbajnë sasi sub-optimale stoku të produktit. Pagesat paraprake të aksesit mund të përdoren për të reduktuar këtë asimetri në informacion midis furnizueseve dhe shpërndarësve, duke lejuar në mënyrë të shprehur furnizuesit të konkurrojnë për hapësirën e raftit. Kështu, shpërndarësi mund të marrë paralajmërim paraprak se cilat produkte kanë më shumë gjasa të jenë të suksesshme, pasi një furnizues në përgjithësi do të pranojë të paguajë një pagesë paraprake aksesit vetëm nëse konsideron se ka një probabilitet të ulët që hedhja në treg e produktit të dështojë.
381. Për më tepër, për shkak të asimetrisë në informacion të përmendur në paragrafin më sipër, furnizuesit mund të kenë incentiva që të përfitojnë pa pagesë nga përpjekjet promovuese të shpërndarësve në mënyrë që të prezantojnë produkte sub-optimale. Nëse një produkt nuk është i suksesshëm, shpërndarësit do të përballojnë një pjesë të kostove të dështimit të produktit. Përdorimi i pagesave paraprake të aksesit mund të parandalojë përfitimin e padrejtë (*free riding*), duke e zhvendosur rrezikun e dështimit të produktit përsëri tek furnizuesi, dhe duke kontribuar kështu në një normë optimale të hedhjes në treg të produktit.

VIII.2.7. Marrëveshjet e menaxhimit të kategorisë

382. Marrëveshjet e menaxhimit të kategorive janë marrëveshje¹²⁵ sipas të cilave shpërndarësi i beson furnizuesit ("kapitenit të kategorisë") marketingun e një kategorie produktesh. Kjo mund të përfshijë jo vetëm produktet e furnizuesit, por edhe produktet e konkurrentëve të furnizuesit. Kështu, kapiteni i kategorisë mund të ketë një ndikim, për shembull, në vendosjen dhe promovimin e produktit në dyqan dhe në përzgjedhjen e produktit për dyqanin. Marrëveshjet e menaxhimit të kategorive mund të përfitojnë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi

¹²⁵ Një marrëveshje brenda kuptimit të Nenit 4 të Ligjit mund të lindë gjithashtu kur kapiteni i kategorisë lëshon rekomandime jodetyruese, të cilat zbatohen sistematikisht nga shpërndarësi.

1 i Rregullores kur as pjesa e tregut të kapitenit të kategorisë dhe as ajo e shpërndarësit nuk kalojnë 30 % dhe me kusht që marrëveshja të mos përfshijë kufizime të rënda, për shembull, kufizimet e aftësisë së shpërndarësit për të përcaktuar çmimin e tij të shitjes sipas kuptimit të nenit 5, pika 1 të Rregullores.

383. Ndërsa marrëveshjet e menaxhimit të kategorive në përgjithësi nuk ngrejne shqetësime, ato mund të shtrembërojnë konkurrencën midis furnizuesve dhe të rezultojnë në mbyllje anti-konkurruese tregu për furnizuesit e tjerë në rastet kur kapiteni i kategorisë është në gjendje të kufizojë ose të dëmtojë shpërndarjen e produkteve të furnizuesve konkurrues. Në përgjithësi, shpërndarësi nuk do të ketë interes të kufizojë mundësinë e tij të zgjedhjes së produktit. Megjithatë, kur shpërndarësi gjithashtu shet produkte konkurruese nën markën e tij, ai mund të ketë incentiva për të mbyllur tregun për disa furnizues. Për të vlerësuar mundësinë e një efekti të tillë mbylljeje tregu në rrjedhën e sipërme, udhëzimi në lidhje me detyrimet për një markë të vetme mund të zbatohen me analogji (në veçanti paragrafët 295-315). Në veçanti, ky vlerësim duhet të marrë parasysh mbulimin e tregut të marrëveshjeve të menaxhimit të kategorive, përdorimin e mundshëm kumulativ të këtyre marrëveshjeve dhe pozicionin në treg të furnizueseve konkurrues dhe të shpërndarësit.
384. Marrëveshjet e menaxhimit të kategorive, përveç kësaj, mund të lehtësojnë marrëveshjet e fshehta ndërmjet shpërndarësve, ku i njëjti furnizues shërben si kapiteni i kategorisë për të gjithë ose shumicën e shpërndarësve konkurrentë. Marrëveshje të tilla mund të lehtësojnë gjithashtu marrëveshjet e fshehta ndërmjet furnizueseve, nëpërmjet rritjes së mundësive për të shkëmbyer informacione sensitive të tregut nëpërmjet shitësve me pakicë, për shembull informacion në lidhje me çmimet e ardhshme, planet promovuese ose fushatat reklamuese¹²⁶. Rregullorja nuk mbulon shkëmbime të tilla informacioni ndërmjet konkurrentëve. Në veçanti, udhëzimet për shkëmbimin e informacionit të parashikuar në paragrafët 95-103 zbatohen vetëm për shkëmbimin e informacionit në kontekstin e skenarëve të shpërndarjes të dyfishtë të përcaktuar në nenin 3, paragrafi 4 të Rregullores. Megjithatë, paragrafi 103, i cili përshkruan masat paraprake që ndërmarrjet mund të marrin për të minimizuar rrezikun e marrëveshjeve të fshehta që rrjedhin nga shkëmbimi i informacionit në kontekstin e shpërndarjes së dyfishtë, mund të jetë i rëndësishëm për analogji.
385. Përdorimi i marrëveshjeve të menaxhimit të kategorive mund të çojë në efienca. Marrëveshje të tilla mund t'i lejojnë shpërndarësit të kenë akses në ekspertizën e marketingut të furnizuesit për një grup të caktuar produktesh dhe të arrijnë ekonomi shkalle, pasi ato sigurojnë që sasia optimale e produkteve të paraqitet në kohën e duhur. Në përgjithësi, sa më e lartë të jetë shkalla e konkurrencës ndërmjet markave dhe sa më e ulët të jetë kostoja për të ndërruar markën për konsumatorët, aq më të mëdha janë përfitimet ekonomike të arritura përmes menaxhimit të kategorive.

VIII.2.8. Shitja e lidhur

386. Shitja e lidhur i referohet situatave kur klientëve që blejnë një produkt (produkti lidhës) u kërkohet gjithashtu të blejnë një produkt tjetër të veçantë (produktin e lidhur) nga i njëjti furnizues ose dikush i caktuar nga ky i fundit. Shitja e lidhur mund të përbëjë një abuzim sipas kuptimit të nenit 9 të Ligjit¹²⁷. Shitja e lidhur mund të përbëjë gjithashtu një kufizim vertikal

¹²⁶ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Çështje të gjykatave të bashkimit që lidhen me shkëmbimin e informacionit midis ndërmarrjeve konkurruese. Vendimet e 10 nëntorit 2017, ICAP v Commission, Çështja T-180/15, EU:T:2017:795, paragrafi 57, 4 qershorit 2009, T-Mobile Netherlands and Others, Çështja C-8/08, EU:C:2009:343, paragrafi 51, 19 marsit 2015, Dole Food and Dole Fresh Fruit Europe v Commission, Çështja C-286/13 P, EU:C:2015:184, paragrafi 127, 21 janarit 2016, Eturas UAB and Others, Çështja C-74/14 ECLI:EU:C:2016:42, paragrafët 40-44; 10 nëntorit 2017, ICAP v Commission, Çështja T-180/15, EU:T:2017:795, paragrafi 57.

¹²⁷ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 14 nëntorit 1996, Tetra Pak v Commission, C-333/94 P, EU:C:1996:436, paragrafi 37.

sipas kuptimit të Nenit 4(1) të Ligjit kur rezulton në një lloj detyrimi për një markë të vetme për produktin e lidhur (shih paragrafët 295-315). Ky Udhëzim trajton vetëm këtë situatë të fundit.

387. Nëse produktet do të konsiderohen si të veçantë, varet nga kërkesa e klientëve. Dy produkte janë të veçantë kur, në mungesë të lidhjes, një numër i konsiderueshëm klientësh do të blinin ose do të kishin blerë produktin lidhës pa blerë gjithashtu produktin e lidhur nga i njëjti furnizues, duke lejuar kështu prodhimin e pavarur si për produktin lidhës ashtu edhe për produktin e lidhur¹²⁸. Provat që dy produkte janë të veçantë mund të përfshijnë prova të drejtpërdrejta që, kur u jepet një mundësi zgjedhje, klientët blejnë produktet lidhëse dhe të lidhura veçmas nga burime të ndryshme furnizimi, ose prova indirekte, si prania në treg e ndërmarrjeve të specializuara në prodhim ose shitje të produktit të lidhur pa produktin lidhës¹²⁹, ose prova që tregojnë se ndërmarrjet me pak fuqi tregu, veçanërisht në tregjet konkurruese, priren të mos i lidhin ose të mos i bashkojnë këto produkteve. Për shembull, meqenëse klientët duan të blejnë këpucë me lidhëse dhe nuk është praktike që shpërndarësit të ofrojnë këpucë të reja me lidhëse të zgjedhura nga klientët, është bërë komercialisht praktike për prodhuesit e këpucëve që të furnizojnë këpucë me lidhëse. Prandaj, shitja e këpucëve me lidhëse nuk është një praktikë shitjeje e lidhur.
388. Shitja e lidhur mund të çojë në efekte mbylljeje anti-konkurruese tregu në tregun e lidhur, në tregun lidhës, ose të dy njëkohësisht. Efekti i mbylljes së tregut varet nga përqindja e lidhur e shitjeve totale në treg të produktit të lidhur. Për sa i përket çështjes se çfarë mund të konsiderohet si mbyllje e konsiderueshme sipas Nenit 4(1) të Ligjit, mund të zbatohet analiza e bërë për detyrimin për një markë të vetme. Shitja e lidhur do të thotë që ka të paktën një formë detyrimi sasior që detyron blerësin në lidhje me produktin e lidhur. Kur, përveç kësaj, është rënë dakord për një detyrim për të mos konkurruar në lidhje me produktin e lidhur, kjo rrit efektin e mundshëm të mbylljes së tregut në tregun e produktit të lidhur. Shitja e lidhur mund të çojë në më pak konkurrencë për klientët e interesuar për të blerë produktin e lidhur, por jo produktin lidhës. Nëse nuk ka një numër të mjaftueshëm klientësh që do të blejnë vetëm produktin e lidhur për të mbështetur konkurrentët e furnizuesit në tregun e lidhur, shitja e lidhur mund të bëjë që këta klientë të përballen me çmime më të larta. Nëse produkti i lidhur është një produkt plotësues i rëndësishëm për klientët e produktit lidhës, një reduktim i furnizuesve alternativë të produktit të lidhur dhe si rrjedhim një disponueshmëri e reduktuar e atij produkti mund ta bëjë më të vështirë hyrjen vetëm në tregun lidhës.
389. Shitja e lidhur gjithashtu mund të çojë drejtpërdrejt në çmime që janë mbi nivelin konkurrues, veçanërisht në tre situata. Së pari, nëse produkti lidhës dhe produkti i lidhur mund të përdoren në përmasa të ndryshueshme si inpute në një proces prodhimi, klientët mund të reagojnë ndaj një rritjeje të çmimit për produktin lidhës duke rritur kërkesën e tyre për produktin e lidhur ndërkohë që ulin kërkesën e tyre për produktin lidhës. Duke lidhur dy produktet, furnizuesi mund të kërkojë të shmangë këtë zëvendësim dhe si rezultat të jetë në gjendje të rrisë çmimet e tij. Së dyti, shitja e lidhur mund të lejojë diskriminimin në çmim sipas përdorimit që klienti i bën produktit lidhës, për shembull lidhja e kasetës (*cartridge*) së bojës për shitjen e makinerive fotokopjuese (*metering*). Së treti, në rastin e kontratave afatgjata, ose në rastin e tregjeve plotësuese (*aftermarkets*) me pajisje origjinale me një kohë të gjatë ndërrimi, mund të jetë e vështirë për klientët të llogarisin pasojat e shitjes së lidhur.

¹²⁸ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 17 shtatorit 2007, *Microsoft v Commission*, T-201/04, EU:T:2007:289, paragrafët 917, 921 dhe 922.

¹²⁹ Shembuj nga praktika/jurisprudenca evropiane: Vendimi i 12 dhjetorit 1991, *Hilti v Commission*, T-30/89, EU:T:1991:70, paragrafi 67.

390. Shitja e lidhur mund të përfitojë nga përjashtimi i parashikuar nga neni 3, paragrafi 1 i Rregullores kur pjesa e tregut të furnizuesit, si në tregun e produktit të lidhur ashtu edhe në tregun e produktit lidhës, dhe pjesa e tregut të blerësit, në tregjet përkatëse të rrjedhës së sipërme, nuk i kalon 30 %. Ajo mund të kombinohet me kufizime të tjera vertikale që nuk janë kufizime të rënda sipas kuptimit të Rregullores, të tilla si detyrimet për të mos konkurruar, detyrimet sasiore në lidhje me produktin lidhës, ose blerjen ekskluzive. Pjesa tjetër e këtij Seksioni VIII.2.8 ofron udhëzime për vlerësimin e shitjes së lidhur në raste individuale mbi pragun e pjesës së tregut.
391. Pozicioni në treg i furnizuesit në tregun e produktit lidhës është padyshim i një rëndësie qendrore për vlerësimin e efekteve të mundshme anti-konkurrese. Në përgjithësi, kjo lloj marrëveshjeje imponohet nga furnizuesi. Rëndësia e furnizuesit në tregun e produktit lidhës është arsyeja kryesore pse një blerës mund ta ketë të vështirë ta refuzojë një detyrim lidhjeje produktesh.
392. Pozicioni në treg i konkurrentëve të furnizuesit në tregun e produktit lidhës është i rëndësishëm në vlerësimin e fuqisë së tregut të furnizuesit. Për sa kohë që konkurrentët e tij janë mjaftueshëm të shumtë dhe të fortë, nuk mund të priten efekte anti-konkurrese, pasi blerësit kanë alternativa të mjaftueshme për të blerë produktin lidhës pa produktin e lidhur, përveç nëse furnizuesit e tjerë aplikojnë shitje të lidhura të ngjashme. Përveç kësaj, pengesat në hyrje në tregun e produktit lidhës janë të rëndësishme për të përcaktuar pozicionin në treg të furnizuesit. Kur shitja e lidhur kombinohet me një detyrim për të mos konkurruar referuar produktit lidhës, kjo forcon ndjeshëm pozicionin e furnizuesit.
393. Fuqia blerëse është e rëndësishme, pasi blerësit e rëndësishëm nuk do të detyrohen lehtësisht të pranojnë shitjen e lidhur pa marrë të paktën një pjesë të efikasitetit të mundshme. Shitja e lidhur që nuk bazohet në efikasitet është kryesisht risk kur blerësit nuk kanë fuqi të konsiderueshme blerëse.

Kur konstatohen efekte të konsiderueshme anti-konkurrese, është e nevojshme të vlerësohet nëse kushtet e Nenit 5 të Ligjit janë përmbushur. Detyrimet e shitjes së lidhur mund të ndihmojnë për të arritur një efikasitet që rrjedh nga prodhimi i përbashkët ose shpërndarja e përbashkët. Kur produkti i lidhur nuk prodhohet nga furnizuesi, mund të lindë një efikasitet edhe nga blerja e sasive të mëdha të produktit të lidhur nga furnizuesi. Që shitja e lidhur të përmbushë kushtet e Nenit 5 të Ligjit, duhet të tregohet se të paktën një pjesë e këtyre reduktimeve të kostos i kalohet konsumatorit, gjë që normalisht nuk është rasti kur shitësi me pakicë është në gjendje të marrë rregullisht furnizime të produkteve të njëjta, ose të barasvlershme me kushte të njëjta, ose më të mira, se ato të ofruara nga furnizuesi që zbaton praktikën e shitjes së lidhur. Një efikasitet tjetër mund të ekzistojë kur shitja e lidhur ndihmon për të siguruar një uniformitet të caktuar dhe standardizim të cilësisë (shiko paragrafin 16, pika h)). Megjithatë, duhet të demonstrohet se efektet pozitive nuk mund të realizohen efektivisht në mënyrë të barabartë duke i kërkuar blerësit të përdorë ose rishesë produkte që plotësojnë standardet minimale të cilësisë, pa kërkuar që blerësi t'i blejë ato nga furnizuesi ose dikush i caktuar nga ky i fundit. Kërkesat në lidhje me standardet minimale të cilësisë normalisht nuk do të bien në objektin e Nenit 4(1) të Ligjit. Kur furnizuesi i produktit lidhës kërkon që blerësi të blejë produktin e lidhur nga furnizuesi të caktuar, për shembull për shkak se caktimi i standardeve minimale të cilësisë nuk është i mundur, kjo mund të bjerë gjithashtu jashtë objektit të Nenit 4(1) të Ligjit, veçanërisht kur furnizuesi i produktit lidhës nuk nxjerr përfitim të drejtpërdrejtë (financiar) nga përcaktimi i furnizueseve të produktit të lidhur.