



Lieta Nr.A43018013  
SKA-1192/2015

## RĪCĪBAS SĒDES LĒMUMS

Rīgā 2015.gada 14.oktobrī

Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta tiesnešu kolēģija šādā sastāvā:

tiesnesis J.Neimanis

tiesnese V.Krūmiņa

tiesnese R.Vīduša

rīcības sēdē izskatīja SIA „BMS-Baltijas Marketing Serviss” kasācijas sūdzību par Administratīvās apgabaltiesas 2015.gada 25.jūnija spriedumu administratīvajā lietā, kas ierosināta pēc SIA „BMS-Baltijas Marketing Serviss” pieteikuma par Konkurences padomes 2013.gada 1.novembra lēmuma Nr.58 (prot. Nr.54, 3.§) „Par lietas neierosināšanu” atcelšanu un pienākuma uzlikšanu ierosināt konkurences pārkāpuma lietu.

### **Aprakstošā daļa**

[1] Pieteicēja SIA „BMS-Baltijas Marketing Serviss” lūdza Konkurences padomi ierosināt lietu par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas un 13.panta un Līguma par Eiropas Savienības darbību 102.panta pārkāpumiem, uzskatot, ka trešā persona SIA „Procter & Gamble Marketing Latvia, Ltd.” Baltijas reģionā nepamatoti paaugstinājusi *Duracell* bateriju cenas.

[2] Ar Konkurences padomes 2013.gada 1.novembra lēmumu lietu atteikts ierosināt, jo trešajai personai nav būtiskas tirgus varas (dominējošā stāvokļa) bateriju vairumtirdzniecības tirgū.

[3] Pieteicēja iesniedza pieteikumu par labvēlīga administratīvā akta izdošanu. Pieteicēja uzskata, ka Konkurences padome nepareizi noteikusi konkrēto tirgu, jo alkalīna baterijas veido atsevišķu tirgu. Tāpat padome nav ievērojusi, ka trešās personas *Duracell* bateriju tirgus daļa būtu ap 70 %, bet nākamā lielākā *Duracell* konkurenta tirgus daļa nepārsniedz pat 10 % sliekšni.

[4] Ar Administratīvās apgabaltiesas 2015.gada 25.jūnija spriedumu pieteikums noraidīts. Tiesas spriedums pamatots ar turpmāk minētajiem argumentiem.

[4.1] Padome pareizi konstatējusi, ka pieteicēja nodarbojas ar dažādu preču – kafijas, olīveļļas, elektrotehnikas, kā arī *Duracell* zīmola bateriju – vairumtirdzniecību, piegādājot tās mazumtirgotājiem Baltijas reģionā. Savukārt trešā persona ir *Duracell* zīmola īpašnieka „Procter & Gamble” grupā ietilpstošs uzņēmums, kurš citastarp nodarbojas ar *Duracell* zīmola preču izplatīšanu. No lietas materiāliem secināms, ka pieteicējas iebildumu pamatā ir tas, ka trešās personas īstenotās nepamatotās cenu paaugstināšanas politikas rezultātā *Duracell* bateriju cenas ir nesamērīgi pieaugušas visā Baltijas reģionā, un tas ir radījis zaudējumus patērētājiem un pieteicējai kā šo bateriju izplatītājam. Tā kā patērētāji neesot gatavi maksāt šādu cenu par produktu, tad trešā persona ar pieteicēju izbeigusi līgumu, pēc kā pieteicēja bijusi spiesta lūgt tiesiskās aizsardzības procesu, atlaist darbiniekus un izpārdot savus aktīvus, savukārt minētās darbības esot novedušas pie tā, ka pieteicēja ir spiesta atstāt bateriju izplatīšanas tirgu. Pieteicēja arī norādījusi uz apstākļiem, ka par oficiālo *Duracell* izplatītāju Baltijā kopš 2011.gada 1.septembra ir kļuvusi SIA „Sanitex Baltic Distribution”, un pieteicējai pastāv aizdomas, ka visa pieteicējas sniegtā informācija ir nonākusi SIA „Sanitex Baltic Distribution”, kas ir tiešs pieteicējas konkurents, īpašumā. Pieteicējas ieskatā, konkrētais tirgus bija jānosaka kā alkalīna bateriju vairumtirdzniecības tirgus Latvijas Republikas teritorijā.

[4.2] Padome lēmuma 2.punktā pareizi, atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 3.–5.punktam vērtējusi konkrēto tirgu (konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu) – bateriju vairumtirdzniecības tirgus, konkrēto ģeogrāfisko tirgus definīciju atstājot atklātu jeb precīzi nedefinējot, atzīstot, ka tas var būt arī plašāks

par Latvijas Republiku. Padome pareizi norādījusi, ka lēmumā apkopotais tirgus dalībnieku viedokļu izvērtējums un cita pārbaudītā informācija neliecina par pamatotu nepieciešamību izskatāmajā gadījumā noteikt konkrēto tirgu šaurāk. Padome aplūkojusi bateriju iedalījumu pēc to iespējas lietot atkārtoti, tās attiecīgi iedalot atkārtoti neuzlādējamās (alkalīna, cinka oglekļa un litija) un lādējamās baterijās (niķeļa kadmija, niķeļa metāla hidrīda un litija baterijas), un pēc izmēra (AAA, AA, C, D, 9V u.c.). Pamatoti ir atbildētāja argumenti, ka alkalīna baterijas no konkurences tiesību viedokļa ir aizstājamas ar citām attiecīga izmēra baterijām. AA formas baterijas, kas ir visbiežāk izmantotais alkalīna bateriju formāts, var sastāvēt arī, piemēram, no litija. Lai arī pieteicēja ir iesniegusi zinātniski pamatotus pierādījumus, ka cinka oglekļa baterijas nav pareizi aizstāt ar alkalīna baterijām, tomēr pieteicēja nav pierādījusi, ka tas vispār nav iespējams, ja lieto tāda paša izmēra cita sastāva bateriju. Padome pareizi atsaukusies uz mazumtirgotāju pausto viedokli, ka baterijas patērētājs neizvēlas pēc to ķīmiskā sastāva, bet pēc to formas. Patērētājs tik lētu preču veidu kā baterijas arī neuztver par tik nozīmīgu, lai apgūtu speciālas zināšanas, kādas baterijas konkrētajai ierīcei ir labākas. No dzīvē gūtiem novērojumiem secināms, ka vidējais patērētājs ne vienmēr iegādājas konkrētai ierīcei vajadzīgo bateriju skaitu, un tās arī īpaši nemeklē vairākos veikalos, bet bieži vien vienas formas baterijas iegādājas akcijās pie veikalu kasēm lielākā iepakojumā, un lieto tās visās ierīcēs, kurās ievietojama attiecīgas formas baterija. Padome lietā ieguvusi arī mazumtirgotāju viedokli, no kura izriet, ka baterijas tiek izvēlētas pēc cenas, zīmola atpazīstamības un kvalitātes, nevis pēc to ķīmiskā sastāva. Tādējādi, lai arī atsevišķās elektroniskajās ierīcēs bateriju ķīmiskajam sastāvam var būt izšķiroša nozīme, ko norādījusi pieteicēja un kas izriet no Rīgas Tehniskās universitātes speciālistu attiecīgajā jomā veiktā pētījuma „Cinka karbona sārma bateriju tehnoloģiju izpēte un eksperimentālais salīdzinājums SIA „BMS-Baltijas Marketing Serviss” uzdevumā”, tad tas ir izņēmums no pārsvarā lietotajām elektroniskajām ierīcēm, līdz ar to tik šauru konkrēto tirgu, kā to vēlas pieteicēja, definēt nav pamata. Pamatots ir arī padomes viedoklis, ka, pat nosakot konkrēto tirgu vienīgi kā alkalīna baterijas, trešās personas izplatīto *Duracell* bateriju tirgus daļa nepalielinātos tādā apmērā, kas būtiski mainītu lēmumā izdarītos secinājumus, jo tirgus daļu lielumam konkrētā tirgus struktūras dēļ nav izšķirošas nozīmes, un tādējādi atšķirīga konkrētā tirgus definēšana neizmainītu lēmumā secināto par trešās personas tirgus varu un tās iespējamo atrašanos dominējošā stāvoklī. Pieteicējas atsaukšanās uz Eiropas Komisijas lēmumu Nr.COMP/M.5421 nav pamatota, jo arī minētajā lietā konkrēto tirgu definīcijas ir atstātas atvērtas.

[4.3] Padome pamatoti arī vērsusi uzmanību, ka pieteicējas norādītā lielo tirgus daļu esība jāskata kopsakarā ar lēmumā konstatēto mazumtirdzniecības tīklu būtisko darījumu slēgšanas tirgus varu. Lēmumā citastarp pareizi secināts, ka bateriju vairumtirdzniecības tirgū konkrētās preces tirgus ir plašāks par alkalīna baterijām un attiecīgi *Duracell* tirgus daļa ir mazāka. Lēmumā pamatoti vērtētas tirgus daļas kopsakarā ar citiem apstākļiem, tostarp attiecībā uz ražošanu, piegādi un pieprasījumu. Lēmumā pareizi konstatēts, ka bez *Duracell* zīmola baterijām tirgū ir pārstāvēta virkne citu zīmolu bateriju: *Sony, Philips, Toshiba, Energizer, Panasonic, Maxima, Varta, ICA* u.c., un pārbaudēs konstatēts, ka veikalos Latvijā vienlaikus ir nopērkamas vismaz 3-4 zīmolu baterijas. Atbilstošs faktiskajai situācijai ir padomes secinājums, ka *Duracell* bateriju plašā izplatība mazumtirdzniecībā vismaz Latvijā, visticamāk, ir skaidrojama ar zīmola atpazīstamību patērētāju vidū, ko veicinājuši aktīvi reklamēšanas pasākumi. Tādējādi trešās personas cenu paaugstināšana (kas saskaņā ar lietā esošajiem pierādījumiem kopš 2011.gada lēmuma pieņemšanas brīdī bija aptuveni 10 %, nevis 40 %, kā to apgalvo pieteicēja) *Duracell* baterijām ir cēloniskā sakarā ar tās veiktajiem aktīvajiem pasākumiem zīmola atpazīstamības patērētāja vidū veicināšanai, nevis ar tirgus varu. Lietā arī tika konstatēts, ka *Duracell* bateriju īpatsvars mazumtirdzniecības veikalos sakarā ar cenu paaugstināšanu nebija būtiski samazinājies, savukārt daļai *Duracell* bateriju cena bija arī kritusies. No lietas materiāliem redzams, ka pieteicējas konkurenti konsekventi norādīja, ka ienākšanai bateriju vairumtirdzniecības tirgū nav būtisku barjeru un ka nav ierobežojumi paralēlajam importam. Ņemot vērā minēto, Konkurences padome ir pārbaudījusi visus būtiskos apstākļus lēmuma pieņemšanai, un lēmumā pareizi atzina, ka konkrētajā tirgū tikai no tirgus daļām nav pamata secināt, ka trešā persona atrodas dominējošā stāvoklī, tā kā tirgū pastāv plašs citu zīmolu bateriju piedāvājums, ir konstatēta ievērojama darījumu slēgšanas vara no lielāko mazumtirgotāju puses, tirgū nav konstatējamās būtiskas ienākšanas vai ekspansijas (apjoma) barjeras, konkurences spiediens ir iespējams arī no tirgus dalībniekiem Igaunijā un Lietuvā. Arī Konkurences padomes aptaujātie pieteicējas konkurenti ir norādījuši, ka tirgū ienākšanai nepastāv būtiskas barjeras, un tirgū ir pārstāvēts plašs sortiments bateriju ražotāju. Padome arī pamatoti vērsusi uzmanību, ka katram bateriju vairumtirgotājam ir jārēķinās ar pircēju tirgus varu, kas konkurences tiesībās netiek uzskatīta par tirgū ienākšanas barjeru. Padome arī pamatoti norādījusi, ka Konkurences likuma mērķis nav aizsargāt izplatīšanas ķēdes starpposmā esošu tirgus dalībnieku, ja tā iespējamā izslēgšana no tirgus neatstāj negatīvas sekas uz konkurenci, kas var radīt negatīvas sekas patērētājiem, kā tas ir izskatāmajā gadījumā. Lai arī trešā persona ir

lielākais bateriju vairumtirgotājs Latvijā, tomēr arī pēc pieteicējas aiziešanas no konkrētā tirgus joprojām ir tāds pat konkurences spiediens no citiem bateriju vairumtirgotājiem, kas atrodas tirgū vai varētu tajā ienākt, kā arī ir konstatējama būtiska pircēju tirgus vara no mazumtirgotāju puses, kas darījumu noslēgšanā izvirza savus nosacījumus, pasargājot patērētājus no iespējami nepamatotu cenu noteikšanas no trešās personas puses.

[4.4] Tas, ka vairāki pieteicējas darbinieki, un darbinieki nav tirgus dalībnieki, pārgāja strādāt pie tās tiešā konkurenta SIA „Sanitex Baltic Distribution”, nav aizliegtas vienošanās Konkurences likuma 11.panta izpratnē. Pieteicējas iziešana no bateriju vairumtirdzniecības tirgus, kas ietver virkni zīmolu baterijas, ir atkarīga no paša vēlmes neturpināt bateriju vairumtirdzniecību, un apstākļi, ka SIA „Sanitex Baltic Distribution” ar atsevišķu darbinieku pāreju iegūst kādas priekšrocības turpināt *Duracell* bateriju vairumtirdzniecību, izriet nevis no aizliegtas vienošanās Konkurences likuma 11.panta izpratnē, bet no tā, ka pieteicēja nav aizsargājusi savu komercnoslēpumu no tā nodošanas trešajai personai.

[5] Pieteicēja iesniegusi kasācijas sūdzību par tiesas spriedumu. Kasācijas sūdzība pamatota ar turpmāk minētajiem argumentiem.

[5.1] Tiesa nepareizi nav pievērsusi uzmanību ģeogrāfiskā tirgus nozīmībai šajā lietā, jo lietās par Konkurences likuma 13.panta pārkāpumu konkrētā tirgus definīcijai ir izšķiroša nozīme, jo tieši no konkrētā tirgus robežām ir atkarīgs tas, vai attiecīgā tirgus dalībnieki atrodas dominējošā stāvoklī attiecīgajā tirgū. Padome, precīzi nedefinējot konkrēto tirgu un tiesa atzīstot šādu rīcību par pamatotu, ir izslēgusi iespēju veikt jebkādas tālākus pamatotus secinājumus lietā.

[5.2] Tiesa nav pienācīgi novērtējusi iesniegtos pierādījumus lietā, dodot priekšroku „dzīvē gūtiem novērojumiem”, tādējādi pārkāpjot Administratīvā procesa likuma 154.pantu. Pieteicēja lietas izpētes gaitā ir sniegusi Konkurences padomei un tiesai pierādījumus tam, ka sārnu bateriju tirgus uzskatāms par atsevišķu tirgu, un šīs baterijas nevar aizstāt ar cinka-oglekļa baterijām. Pieteicēja ir iesniegusi Rīgas Tehniskās universitātes pētījumu attiecīgajā jomā un vairāku iekārtu lietošanas instrukcijas. Arī visos tirgus pētījumos par bateriju biznesu alkalīna baterijas tiek izdalītas atsevišķā kategorijā. Tiesa nav vērtējusi šos un citus pieteicējas iesniegtos pierādījumus. Turklāt tiesa spriedumā nav atsaukusies arī uz citiem ticamiem avotiem, uz kuriem varētu tikt balstīts alternatīvs atzinums par to, ka minēto divu veidu baterijas ir aizvietošanas.

[5.3] Tiesa nepareizi piemērojusi Konkurences likuma 1.panta 1.punktu, neievērojot, ka trešās personas tirgus daļa alkalīna bateriju vairumtirdzniecības tirgū ir 70% un *Duracell* ir dominējošs zīmols mazumtirdzniecībā, un nav norādījusi, kādi ārkārtas apstākļi šajā lietā liecina par to, ka trešā persona neatrodas dominējošā stāvoklī tirgū.

[5.4] Tiesa nav pati pārbaudījusi, vai nav barjeru ienākšanai tirgū. Tiesa neievēroja zīmola atpazīstamību un lielās mārketinga izmaksas. Tiesa neapmierināja pieteicējas lūgumu izprasīt informāciju no Latvijas lielākajiem mazumtirgotājiem par mārketinga aktivitātēs ieguldītajiem līdzekļiem.

[5.5] Tiesa nav ievērojusi, ka lēmumā ietverta nepareiza informācija par mazumtirdzniecības vietās esošajiem bateriju zīmoliem. Tiesa nav ievērojusi, ka bateriju cena ir pieaugusi 40 % robežās.

[5.6] Tiesa nav izvērtējusi trešās personas un SIA "Sanitex Baltic Distribution" aizliegto vienošanos ar mērķi izslēgt pieteicēju no tirgus. Padome un tiesa nav vērtējusi šos apstākļus pēc būtības.

### **Motīvu daļa**

[6] Tiesnešu kolēģijai nav šaubu par tiesas sprieduma tiesiskumu, un tās nerada arī kasācijas sūdzības argumenti. Pieteicēja pareizi norāda, ka lietās par dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas pārkāpumu būtiski atbildēt, vai vispār tirgus dalībnieks atrodas dominējošā stāvoklī. Tādēļ izvērtēts, vai pareizi noteikts konkrētais tirgus. Tiesas spriedumā sniegts pamatojums, kādēļ konkrētais tirgus noteikts pareizi. Šāds pamatojums balstīts uz objektīviem datiem par tirgu, t.i., ka patērētājs nevērtē baterijas pēc to ķīmiskā sastāva, bet pēc tam vajadzīgā izmēra, zīmola atpazīstamības, cenas un citiem apsvērumiem. Tāpat rīkojas arī vairumtirgotājs. Kasācijas kārtībā šādu vērtējumu nav pamata pārbaudīt, jo tiesa ievērojusi Administratīvā procesa likuma noteikumus par pierādījumu izvērtējumu. Apstāklis, ka lietā nav apskatīts ģeogrāfiskais tirgus, ir pamatots, jo nedz iestādei, nedz tiesai nav pamata izvērtēt visus apsvērumus, bet tikai tos, kam ir būtiska ietekme uz lietu. Ievērojot, ka padomei bija tikai jāapsver, vai ir pamats ierosināt lietu un veikt dziļāku izmeklēšanu, padome varēja neveikt pilnīgu tirgus analīzi, bet balstīties uz pirmšķietamu vērtējumu par pieteicējas argumentu pamatotību (*sk. Augstākās tiesas 2014.gada 10.janvāra sprieduma lietā Nr.SKA-13/2014 7.punktu*). Arī pārējie kasācijas sūdzībā izteiktie apsvērumi nevar ietekmēt lietu pēc satura vai vienkārši neatbilst lietā

esošiem materiāliem. Piemēram, nav nozīmes bateriju aizstāšanai, ja reiz patērētājs parasti nevērtē bateriju ķīmisko sastāvu. Tiesa arī izvērtējusi šos argumentus. Tāpat tiesa izvērtējusi trešās personas darbību tirgū, piekrītot padomei, ka tās ietekme tirgū nav tāda, kādu to ataino pieteicēja, bet gan būtiski ietekmēta no mazumtirgotāju tirgus varas. Savukārt trešās personas spēja noturēt augstāku bateriju cenu atbilstoši lietā noskaidrotajiem apstākļiem tikai šķietami liecina par tirgus varu un ir izskaidrojama ar trešās personas reklāmas aktivitātēm un kopsakarā ar zemu barjeru ienākšanai tirgū neliecina par dominējošu stāvokli. Tāpat gan padome, gan tiesa izvērtējusi pieteicējas apsvērumu par aizliegtas vienošanās faktu, atsevišķiem darbiniekiem pievienojoties citam uzņēmumam. Kolēģija nepareizības šajos secinājumos nekonstatē.

### Nolēmuma daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 129.<sup>1</sup>panta otrās daļas 4.punktu un 338.<sup>1</sup>panta otrās daļas 2.punktu, tiesnešu kolēģija

### n o l ē m a

Atteikt ierosināt kasācijas tiesvedību sakarā ar SIA „BMS-Baltijas Marketing Serviss” kasācijas sūdzību par Administratīvās apgabaltiesas 2015.gada 25.jūnija spriedumu.

Atmaksāt SIA „BMS-Baltijas Marketing Serviss” pusi no drošības naudas – 35,57 euro.

Lēmums nav pārsūdzams.

Tiesnesis	(paraksts)	J.Neimanis
Tiesnese	(paraksts)	V.Krūmiņa
Tiesnese	(paraksts)	R.Vīduša

NORAKSTS PAREIZS

Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta

tiesnesis J.Neimanis

Rīgā 2015.gada 14.oktobrī

