



## KONKURENCES PADOME

Blaumaņa ielā 5a, Rīgā, LV-1011 ♦ Tālrunis 7282865 ♦ Fakss 7242141

### L Ē M U M S

Rīgā

Nr.152

(Prot. Nr. 62, 6.§ )

2007. gada 7.novembrī

#### **Par tirgus dalībnieku apvienošanos**

**Lieta Nr.2146/07/06/29**

**Par a/s „Lāčplēša alus” („The Royal Unibrew” grupa) un SIA „Grīģis un Co” piederošās Līvu alus darītavas apvienošanos**

Konkurences padome 31.08.2007. saņēma a/s „Lāčplēša alus” un SIA „Grīģis un Co” ziņojumu par apvienošanos (turpmāk – Ziņojums). Konkurences padome konstatēja, ka Ziņojums neatbilst Ministru kabineta 26.10.2004. noteikumos nr. 897 „Kārtība kādā iesniedzams un izskatāms ziņojums par tirgus dalībnieku apvienošanos” (turpmāk – Noteikumi) noteiktajām prasībām. Pēc papildu informācijas saņemšanas Ziņojums tika atzīts par pilnīgu no 20.09.2007.

A/S „The Royal Unibrew”, juridiskā adrese – Faxe Alle 1, Faxe, DK-4640, Dānijā.

A/S „The Royal Unibrew” ir mātes uzņēmums a/s „Lāčplēša alus”, kas ir reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar reģistrācijas Nr.000329487, juridiskā adrese – Ostas iela 4, Rīgā.

SIA „BPLA” ir reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar reģistrācijas Nr.210304273, juridiskā adrese – Ganību iela 4, Liepājā, kas ir a/s „Lāčplēša alus” meitas uzņēmums.

SIA „Grīģis un Co” ir reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar reģistrācijas Nr.210300661, juridiskā adrese – Ganību iela 9/11, Liepājā.

SIA „GDG” ir reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar reģistrācijas Nr.210304274, juridiskā adrese – Ganību iela 1/13, Liepājā, kas ir SIA „Grīģis un Co” meitas uzņēmums.

Izvērtējot Ziņojumā ietverto un papildus iesniegto informāciju, kā arī Konkurences padomes Biroja iegūto informāciju Konkurences padome

#### **konstatēja:**

1. A/s „Lāčplēša alus” dalībnieks A/S „The Royal Unibrew” (Dānija) īsteno izšķirošu ietekmi pār SIA „Cido grupa”, kuras galvenie darbības virzieni ir sulu, nektāru un sulu dzērienu, gāzēto bezalkoholisko dzērienu, gāzēto un negāzēto ūdeņu ražošana un vairumtirdzniecība. A/s „Lāčplēša alus” īsteno izšķirošu ietekmi pār SIA „BPLA”, savukārt SIA „BPLA” neīsteno

izšķirošu ietekmi ne pār vienu citu tirgus dalībnieku. Tā tika nodibināta ar mērķi pārņemt Līvu alus darītavu un tās aktīvus. A/s „Lāčplēša alus” galvenie darbības virzieni ir alus (pašražotā un importētā), iesala un bezalkoholisko dzērienu ražošana, kā arī pārtikas, dzērienu un tabakas vairumtirdzniecība.

2. Līvu alus darītavas īpašnieks SIA „Griģis un Co” īsteno izšķirošu ietekmi pār SIA „GDG”. Savukārt SIA „GDG” neīsteno izšķirošu ietekmi ne pār vienu citu tirgus dalībnieku. Tā tika nodibināta ar mērķi nodalīt no SIA „Griģis un Co” piederošo Līvu alus darītavu un tās aktīvus, kurus pēc Konkurences padomes atļaujas ir plānots nodot SIA „BPLA” un a/s „Lāčplēša alus”. SIA „Griģis un Co” galvenie darbības virzieni ir alus, minerālūdeņu, bezalkoholisko dzērienu ražošana un vairumtirdzniecība.

3. Saskaņā ar Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punktā noteikto, tirgus dalībnieku apvienošanās ir „tāds stāvoklis (..), kad viens vai vairāki tirgus dalībnieki (..) iegūst daļu (..) citu tirgus dalībnieku aktīvus vai tiesības tos izmantot (..)”.

A/s „Lāčplēša alus” dalībnieki un SIA „Griģis un Co” dalībnieki 29.07.2007. ir noslēguši Līvu alus darītavas uzņēmuma pirkuma līgumu.

(\*)

Tātad daļas SIA „Griģis un Co” un ”SIA „GDG” visu aktīvu iegūšana ir uzskatāma par apvienošanos Konkurences likuma izpratnē.

4. Konkurences likuma 15.panta otrajā daļā noteikts, ka: „Tirgus dalībnieki, kuri nolēmuši apvienoties kādā no šā panta pirmajā daļā paredzētajiem veidiem, pirms apvienošanās iesniedz Konkurences padomei par to ziņojumu saskaņā ar šā likuma 16.pantu, ja pastāv viens no šādiem nosacījumiem:

- 1) apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā ir bijis ne mazāks kā 25 miljoni latu;
- 2) apvienošanās iesaistīto tirgus dalībnieku kopējā tirgus daļa konkrētajā tirgū pārsniedz 40 procentus.”

Apvienošanās dalībnieku kopējo apgrozījumu nosaka saskaņā ar Noteikumu IV sadaļu „Apgrozījuma aprēķināšana”.

Saskaņā ar Ziņojumā minēto, a/s „Lāčplēša alus” kopējam apgrozījumam ir pieskaitāms SIA „Cido grupa” neto apgrozījums, kas 2006.gadā kopā bija (\*). Savukārt Līvu alus darītavas kopējais apgrozījums 2006.gadā bija (\*). Attiecīgi apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums 2006. gadā, kas aprēķināts saskaņā ar Noteikumu prasībām veidoja (\*).

Līdz ar to izpildījās Konkurences likuma 15.panta otrās daļas 1.punktā paredzētais kritērijs, t.i., apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā ir bijis ne mazāks kā 25 miljoni latu un a/s „Lāčplēša alus” bija pienākums iesniegt Ziņojumu par apvienošanos Konkurences padomē.

5. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 5.punktu, konkrētie preču tirgi, kuri var tikt ietekmēti apvienošanās sakarā, ir:

- alus (pudelēs) realizācijas tirgus;
- izlejamā alus realizācijas tirgus;
- atspirdzinošo bezalkoholisko dzērienu (tajā skaitā ūdeņi ar cukura piedevu, ar citu saldinatori vai aromatizēti) realizācijas tirgus;
- ūdens, minerālūdens (nesaldināti un nearomatizēti) realizācijas tirgus.

Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus Konkurences likuma 1.panta 3.punkta izpratnē šajā lietā ir Latvijas teritorija. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus tiek noteikts kā Latvijas teritorija, ņemot vērā to, ka apvienošanās rezultātā tiek pārņemti daļa viena uzņēmuma aktīvu (tiek iegādāts viens

uzņēmums), un šajā teritorijā piedāvājuma un pieprasījuma tendences, administratīvās un citas barjeras ir līdzīgas, kā arī konkurences apstākļi konkrēto preču tirgū ir līdzvērtīgi visiem tirgus dalībniekiem.

## 5.1. alus realizācijas tirgus

Alus ir alkoholisks dzēriens, kuru patērētāji parasti neaizvieto ar citiem dzērieniem, tam ir tikai šim dzērienam raksturīgas garšas īpašības. Tāpēc tas tradicionāli veido atsevišķu tirgu, kurš lietā ņemot vērā izplatīšanas atšķirības, tiek sadalīts divos atsevišķos tirgos, t.i:

### 5.1.1. alus (pudelēs) realizācijas tirgus

Pārsvārā alus tiek ražots stikla pudelēs vai skārda bundžās. Tomēr alu arī ražo plastmasas pudelēs. Plastmasas pudeles nav iespējams higiēniski visā pilnībā noslēgt, līdz ar to tajās produktam var piekļūt gaiss un arī gaisma. Tas samazina produkta derīguma termiņu. Alus pudelēs pārsvārā tiek ražots, lai patērētāji to varētu iegādāties veikalos līdzī nešanai.

Pēc Konkurences padomes rīcībā esošajām ziņām tirgus daļas, vadoties no realizētā preču apjoma, a/s „Lāčplēša alus” tirgus daļa šajā konkrētajā tirgū 2006. gadā bija (\*) (<10%), SIA „Grīģis un Co” (\*) (<20%), a/s „Aldaris” (\*) (>40%), a/s „Cēsu alus” (\*) (<30%), SIA „Mamas D” (\*) (<10%), SIA „Bauskas alus” (\*) (<10%), SIA „Piebalgas alus” (\*) (<10%), a/s „Agrofirma Tērvete” (\*) (<10%), SIA „Alus nams” (\*) (<10%).

### 5.1.2. izlejama alus realizācijas tirgus

Izlejama alus tiek ražots dažāda tilpuma KEG mucās. Šis alus pārsvārā tiek tirgots restorānos, krogos, kafējnīcās, jo minētā alus tirgošanai nepieciešamas papildus iekārtas (lai alu varētu izliet no KEG mucām). Šīs iekārtas uzstāda un apkalpo izlejama alus ražotājs bez atsevišķas samaksas. Šo iekārtu uzstādīšana un apkalpošana iekļauta izlejama alus cenā, tādēļ alus (pudelēs) vidējā litra cena 2006. gadā bija aptuveni LVL 0,35, savukārt izlejama alus litra cena 2006. gadā aptuveni bija LVL 0,46.

Vadoties no realizētā izlejama alus apjoma, a/s „Lāčplēša alus” tirgus daļa šajā konkrētajā tirgū 2006. gadā bija (\*) (<20%), SIA „Grīģis un Co” (\*) (<1%), a/s „Aldaris” (\*) (<30%), a/s „Cēsu alus” (\*) (<20%), SIA „Zaksi” (\*) (<10%), SIA „Mamas D” (\*) (<10%), SIA „Bauskas alus” (\*) (<10%), SIA „Piebalgas alus” (\*) (<10%), a/s „Agrofirma Tērvete” (\*) (<10%), SIA „Alus nams” (\*) (<10%).

## 5.2. atspirdzinošu bezalkoholisko dzērienu realizācijas tirgus

Nosakot šo konkrēto tirgu Konkurences padome ir secinājusi, ka atspirdzinošie bezalkoholiskie dzērieni nav aizvietojami ar sulām un nektāriem, kurus patērētāji uzskata par dabisku izejvielu produktiem un saista ar veselīgu dzīves veidu. Tie arī nav aizvietojami ar minerālūdeņiem un dzeramajiem ūdeņiem, kurus patērētāji uzskata par dabisku izejvielu produktiem un saista ar veselīgu dzīves veidu.

Konkurences padome saskaņā ar apvienošanās dalībnieku sniegto informāciju norāda, ka ūdens ar piedevām (cukura piedevu, citu saldinātāju vai aromatizētus) pēc būtības nebūtu iekļaujams atspirdzinošo bezalkoholisko dzērienu tirgū. Šāds secinājums ir balstīts gan uz produktu sadalījuma pēc to ķīmiskā sastāva, gan pētījuma rezultātiem par produkta aizstājamību, t.i., ka aromatizēto ūdeni patērētājs nepieciešamības gadījumā aizstātu ar parasto gāzēto ūdeni, nevis ar kādu atspirdzinošu bezalkoholisko dzērienu.

Šajā tirgū ir iekļauti ūdeņi, kam papildus tiek pievienotas tādas piedevas kā saldinātāji, krāsvielas, stabilizatori u.c. Pēc būtības šis dzērienu veids varētu tikt iekļauts ūdens un minerālūdens realizācijas tirgū. Tomēr Konkurences padome šīs lietas ietvaros uzskata, ka šo dzērienu tirgus nav definējams atsevišķi.

Saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju gan a/s „Lāčplēša alus” un tās saistītais uzņēmums SIA „Cido grupa”, gan SIA „Grīģis un Co” ražo atspirdzinošos bezalkoholiskos dzērienus (tajā skaitā ūdeņus ar cukura piedevu, ar citiem saldinātājiem vai aromatizētus). Konkrētā tirgus daļa Latvijas teritorijā atspirdzinošo bezalkoholisko dzērienu tirgū tika noteikta pamatojoties uz Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes, apvienošanās dalībnieku un tirgus dalībnieku sniegto informāciju.

Pēc Konkurences padomes rīcībā esošajām ziņām atspirdzinošo bezalkoholisko dzērienu kopējais realizācijas apjoms 2006. gadā bija 146 232 482 litri (LVL 33 701 751). Vadoties no iepriekšminētā realizācijas apjoma tika aprēķināta tirgus dalībnieku tirgus daļa šajā konkrētajā tirgū, kas 2006. gadā bija - a/s „Lāčplēša alus” saistītais uzņēmums SIA „Cido grupa” (\*) (<20%), SIA „Grīģis un Co” (\*) (<10%), SIA „Coca-cola HBC Latvia” (\*) (<30%), SIA „Gutta” (\*) (<10%), a/s „Aldaris” (\*) (<10%), a/s „Cēsu alus” (\*) (<10%), SIA „Bauskas alus” (\*) (<1%).

#### 5.4 ūdens un minerālūdens realizācijas tirgus.

Dabīgais minerālūdens ir no dabīga avota vai īpaša urbuma iegūts pazemes ūdens, kura minerālsāļu sastāvs ir nemainīgs (ieguves vietas dabīgo svārstību robežās) un kurš pēc īpatnējā sastāva vai mineralizācijas pakāpes atšķiras no dzeramā ūdens.

Avota ūdens ir ūdens, ko iegūst pildīšanai tilpnēs tieši no zemes virspusē dabīgi izplūstoša avota un kas pēc ķīmiskajiem rādītājiem atbilst normatīvajos aktos noteiktajām dzeramā ūdens obligātajām nekaitīguma prasībām, kā arī dabīgā minerālūdens obligātajām nekaitīguma prasībām.

Ministru kabineta 23.08.2005 noteikumi Nr. 634 „Noteikumi par dabīgā minerālūdens un avota ūdens obligātajām nekaitīguma un marķējuma prasībām un kārtību, kādā izsniedz atļaujas dabīgā minerālūdens izplatīšanai un sedz izsniegšanas izmaksas”. Šie noteikumi nosaka obligātās nekaitīguma un marķējuma prasības dabīgajam minerālūdenim un avota ūdenim, kā arī kārtību, kādā izsniedz atļaujas dabīgā minerālūdens izplatīšanai un sedz ar izsniegšanu saistītās izmaksas.

Konkurences padome secina, ka minētie fakti ļauj nodalīt ūdeni un minerālūdeni no atspirdzinošiem bezalkoholiskiem dzērieniem un citiem pārējiem dzērieniem.

Pēc Konkurences padomes rīcībā esošajām ziņām ūdens un minerālūdens kopējais realizācijas apjoms 2006. gadā bija LVL 14 062 811. Vadoties no iepriekšminētā realizācijas apjoma tika aprēķināta tirgus dalībnieku tirgus daļa šajā konkrētajā tirgū, kas 2006. gadā bija - a/s „Lāčplēša alus” saistītais uzņēmums SIA „Cido grupa” (\*) (<40%), SIA „Grīģis un Co” (\*) (<1%), SIA „Coca-cola HBC Latvia” (\*) (<10%), SIA „Gutta” (\*) (<10%), a/s „Aldaris” (\*) (<20%).

No minētās informācijas tiek secināts, ka a/s „Lāčplēša alus” kopā ar tā saistītajiem uzņēmumiem tirgus daļa nevienā no konkrētajiem tirgiem nepārsniedz 40%, tātad saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 1.punktu tā neatrodas dominējošā stāvoklī. Ņemot vērā, ka SIA „Grīģis un Co” tirgus daļa konkrētajos tirgos ir neliela, nav pamata uzskatīt, ka apvienošanās rezultātā var tikt būtiski samazināta konkurence konkrētajos tirgos.

6. Vērtējot konkurentu viedokli par minēto apvienošanos, jāsecina, ka nav viennozīmīga viedokļa. A/s „Agrofirma Tērvete” vērtējums ir noraidošs, savukārt SIA „Zaksi” norāda, ka minētā apvienošanās var ietekmēt konkurences apstākļus alus vairumtirdzniecības tirgū, jo pēc apvienošanās izveidosies spēcīgs uzņēmums, kuram ir plašas iespējas izmantot dažādus instrumentus, tai skaitā cenu dempingu, lai ietekmētu alus tirgu Latvijā.

Vairākums tirgus dalībnieki ir norādījuši, ka minētā apvienošanās neietekmēs konkurences apstākļus vairumtirdzniecības tirgū.

Konkurences padome secina, ka apvienošanās rezultātā tirgū neradīsies un nenostiprināsies dominējošais stāvoklis un netiks būtiski samazināta konkurence nevienā no lietā definētajiem konkrētajiem tirgiem.

Ņemot vērā iepriekšminēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 5.punktu, 15. panta pirmās daļas 3. punktu un otrās daļas 2. punktu, kā arī 16. panta otro un ceturto daļu, Konkurences padome

**nolēma:**

atļaut a/s „Lāčplēša alus” („The Royal Unibrew” grupa) un SIA „Grīģis un Co” piederošās Līvu alus darītavas apvienošanos, kas paredzēta SIA „BPLA” pārņemot SIA „GDG” aktīvus.

Konkurences padomes lēmumu saskaņā ar Konkurences likuma 8. panta otro daļu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no šī lēmuma spēkā stāšanās dienas.

(\*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja v.i.

T.Jefremova