



KONKURENCES PADOME

Brīvības ielā 55, Rīgā, LV-1010 ♦ tālr. 67282865 ♦ fakss 67242141 ♦ e-pasts: konkurence@kp.gov.lv

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 82

(Prot. Nr. 49, 4.§)

2010. gada 11. novembrī

Par tirgus dalībnieku apvienošanu

Lieta Nr.1608/10/03.01.-01./12

„Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” apvienošanu”

Konkurences padome 2010.gada 14.jūlijā saņēma ziņojumu par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga - Sigulda” apvienošanu (turpmāk– Ziņojums), kura notiks, SIA „Plesko Real Estate” iegūstot tiesības izmantot SIA „Ilga-Sigulda” piederošos aktīvus (telpas) Siguldā, Strēlnieku ielā 2.

Iepazīstoties ar sniegto informāciju, Konkurences padome secināja, ka Ziņojums atbilst Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumos Nr.800 „Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanu” (turpmāk tekstā – Noteikumi) noteiktajām prasībām un tādējādi pilna Ziņojuma saņemšanas diena Konkurences padomē ir 2010.gada 14.jūlijs.

Pamatojoties uz Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punktu un otro daļu, 15.panta otro prim daļu, 16.panta pirmo daļu, 2010.gada 12.augustā Konkurences padome nolēma uzsākt papildu izpēti lietā Nr. 1608/10/03.01.-01./12 „Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” apvienošanu” (turpmāk-Lieta).

SIA „Plesko Real Estate” ir reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar reģ. Nr.40003516351, juridiskā adrese: Augusta Deglava iela 161, Rīga, LV-1021.

SIA „Ilga-Sigulda” ir reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar reģ. Nr.40103128832, juridiskā adrese: Siguldas novads, Sigulda, Ventas iela 1, LV-2150.

Lietas izpētes laikā tika iegūta informācija no vairākām komercsabiedrībām, kurām pieder ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikali Siguldas novadā un tās tuvākajā apkārtnē. Konkurences padomes amatpersonas minētās lietas ietvaros pie viena no tirgus dalībniekiem veica Konkurences likuma 9.panta piektās daļas 1. un 3.punktā paredzētās procesuālās darbības. Izvērtējot Ziņojumā ietvertu un Konkurences padomes rīcībā esošo un papildu iegūto informāciju, Konkurences padome

konstatēja:

1. Apvienošanās dalībnieki

SIA „Plesko Real Estate” nodarbojas ar nekustamo īpašumu pirkšanu, pārdošanu, būvniecību un iznomāšanu. Visas 231 100 (divi simti trīsdesmit viens

tūkstotis un viens simts) SIA „Plesko Real Estate” kapitāla daļas pieder Zviedrijā reģistrētajai sabiedrībai *Rimi Baltic AB*.

Sabiedrība *Rimi Baltic AB* realizē izšķirošu ietekmi ar 100% piederošām kapitāla daļām pār:

- 1) SIA „RIMI Latvia”, kas ir viens no lielākajiem Latvijas ikdienas patēriņa preču mazumtirgotājiem;
- 2) SIA „VI Projekti”;
- 3) SIA „RIMI BALTIC”.

SIA „RIMI Latvia” realizē izšķirošu ietekmi ar 100% piederošām kapitāla daļām pār SIA „SUPERNETTO”.

Savukārt SIA „SUPERNETTO” realizē izšķirošu ietekmi ar 100% piederošām kapitāla daļām pār:

- 1) SIA „KS NAMS”;
- 2) SIA „DD Invest”.

SIA „Ilga-Sigulda” saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju nodarbojas ar nekustamo īpašumu pirkšanu, pārdošanu, būvniecību un iznomāšanu.

2. *Apvienošanās veids*

Saskaņā ar Ziņojumam pievienoto telpu nomas līgumu, kas noslēgts 2010.gada 22.jūnijā, SIA „Plesko Real Estate” nomās Līgumā noteiktās telpas Siguldā, Strēlnieku ielā 2.

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 vai visus cita tirgus dalībnieka (...) aktīvus vai tiesības tos izmantot. Aktīvu vai to izmantošanas tiesību iegūšanu uzskata par apvienošanu, ja aktīvu vai to izmantošanas tiesību iegūšana palielina minēto aktīvu un tiesību ieguvēja tirgus daļu jebkurā konkrētajā tirgū”. Apvienošanās īstenošanas rezultātā SIA „Plesko Real Estate” iegūs tiesības izmantot SIA „Ilga – Sigulda” aktīvus - telpas Siguldā, Strēlnieku ielā 2.

Tātad SIA „Ilga-Sigulda” aktīvu iegūšana ir uzskatāma par apvienošanu Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punkta izpratnē. Attiecīgi SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” ir uzskatāmas par apvienošanās dalībniecēm.

3. *Ziņojuma iesniegšanas pienākums*

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 pilnu ziņojumu, ja apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā Latvijas teritorijā ir bijis ne mazāks par 25 miljoniem latu.”

Savukārt Konkurences likuma 15.panta otrā prim daļa nosaka, ka Konkurences likuma 15.panta otrajā daļā minētajā gadījumā ziņojumu neiesniedz, ja vienam no diviem apvienošanās dalībniekiem apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā Latvijas teritorijā nepārsniedz 1,5 miljonus latu.

Apvienošanās dalībnieku kopējo apgrozījumu nosaka saskaņā ar Noteikumu III.nodaļu „Apgrozījuma aprēķināšana”. SIA „Plesko Real Estate” apgrozījums 2009.gada finanšu gadā bija 6 175 739 Ls. Ievērojot šī lēmuma 1.punktā norādīto SIA „Plesko Real Estate” saistību ar citām komercsabiedrībām Latvijā Konkurences likuma 1.panta 2. un 9.punkta izpratnē, kopējais apgrozījums Latvijā, kas aprēķināts saskaņā ar Noteikumu 13. un 14.punkta prasībām 2009. finanšu gadā bija 418 021 925 Ls.

Lietas izpētes gaitā tika iegūta informācija par iepriekšējā nomnieka SIA „Palink” apgrozījumu nomātajā tirdzniecības vietā – Siguldas novads, Siguldas pilsēta,

Strēlnieku ielā 2. Saskaņā ar SIA „Palink” sniegto informāciju (22.07.2010. SIA „Palink” vēstule Nr.288) minētais apgrozījums 2009.gadā pārsniedza 1,5 miljonus latu.

Līdz ar to izpildās Konkurences likuma 15.panta otrajā un otrajā prim daļā paredzētie kritēriji, un SIA „Plesko Real Estate” pirms apvienošanās bija pienākums iesniegt Ziņojumu par apvienošanos Konkurences padomē.

4. Konkrētā tirgus noteikšana

Par apvienošanās dalībniekiem ir uzskatāmas SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda”. Pēc Ziņojumā sniegtās informācijas SIA „Plesko Real Estate” apvienošanās rezultātā iegūtās aktīvu izmantošanas tiesības plāno izmantot pārtikas un plaša patēriņa preču mazumtirdzniecībā.

Tāpēc Lietas izpētes gaitā tiks detalizētāk analizēts ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus lielveikalu vidē, jo apvienošanās rezultātā iegūtās aktīvu izmantošanas tiesības izpaudīsies kā SIA „RIMI Latvia” mazumtirdzniecības veikala atvēršana, kas palielinās SIA „RIMI Latvia” tirgus daļu šajā konkrētajā tirgū.

4.1. Konkurences padome secina, ka konkrētais mazumtirdzniecības tirgus ir nosakāms atbilstoši iestādes un Eiropas Komisijas praksei.¹ Tā, *MAXIMA/Mahrix*² tirgus dalībnieku apvienošanās lietā, Konkurences padome secināja, ka SIA „MAXIMA Latvija” darbojas ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē. Līdzīgu secinājumu Konkurences padome ir izdarījusi arī attiecībā uz SIA „RIMI Latvia”³. Ievērojot noteikto, pamatojoties uz Konkurences likuma 1.panta 5.punktu, šīs lietas ietvaros konkrētais preces tirgus tiek noteikts kā *ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus lielveikalu vidē*, kur uz šo brīdi darbojas viens no apvienošanās dalībnieka SIA „Plesko Real Estate” saistītajiem uzņēmumiem – SIA „RIMI Latvia”, un arī iepriekšējais SIA „Ilga-Sigulda” telpu nomnieks Siguldā, Strēlnieku ielā 2, SIA „Palink” nodarbojās ar ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecību.

4.2. Lai noteiktu minētā konkrētā preču tirgus ģeogrāfiskās robežas, tiek ņemtas vērā gan piegādes puses, gan arī patēriņa puses raksturīgākās pazīmes. Konkrētās apvienošanās sakarā nozīmīgs ir situācijas novērtējums gan pieprasījuma pusē (mazumtirdzniecības uzņēmums kā preču iepircējs), gan piedāvājuma pusē (mazumtirdzniecības uzņēmums kā preču pārdevējs).

Konkrences padome iepriekš izskatītajās apvienošanās lietās, kas saistītas ar ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecību, ir secinājusi, ka tirgus ģeogrāfiskās robežas ir lokālas, jo patērētāji, lai iepirktos, veic ierobežotu attālumu. Turklāt minētais attālums var atšķirties atkarībā no tā, kāda veida iepirkumu patērētājs ir plānojis veikt, t.i., vai ir paredzēta iknedēļas pamatiepirkšanās, kad tiek iegādāta lielākā daļa nākamajai nedēļai nepieciešamo ikdienas patēriņa preču, vai papildinoša iepirkšanās, kad tiek iegādātas tikai atsevišķas preces. Papildinošo iepirkšanos ir iespējams veikt salīdzinoši nelielos veikalos, bet nedēļas galveno iepirkšanos cilvēki, kuriem tas ir iespējams, cenšas veikt veikalos, kuriem ir pietiekoši liels sortiments. Turklāt tie var piedāvāt konkurētspējīgas cenas dēļ tā, ka ietilpst kādā no mazumtirdzniecības ķēdēm.

Ikdienas patēriņa preču iegāde notiek vietās, kur norisinās patērētāju galvenās aktivitātes (mājas, darbavietas tuvums). Vienlaikus, ņemot vērā vairākās Eiropas

¹ Skat. Eiropas Komisijas 2004.gada 15.novembra lēmums lietā Nr. COMP/M.3464 – Kesko/ICA/JV (turpmāk – *Kesko/ICA/JV*), 10.rindkopa; lietā Nr. COMP/M.1221 - *Rewe/Meinl*, 10.rindkopa.

² Konkurences padomes 29.06.2007. lēmums Nr.81 „Par SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Mahrix” ziņojumu par apvienošanos” (turpmāk – *MAXIMA/Mahrix*), 6.punkts.

³ Konkurences padomes 11.06.2008. lēmums Nr.65 Par tirgus dalībnieku apvienošanos. „Par SIA „SIA „Plesko Real Estate” un SIA „IT Mīlgrāvis” apvienošanos”.

Komisijas lietās noteikto pieeju, piemēram, lietā COMP/M.3464-Kesko/ICA/JV, izdarāms secinājums, ka ģeogrāfiskais tirgus esošajā gadījumā saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 3.punktu nosakāms kā teritorija, kas patērētājiem sasniedzama, braucot ar automašīnu aptuveni līdz 30 minūtēm.

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 3.punktu konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir „ģeogrāfiska teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem, un tādēļ šo teritoriju var nošķirt no citām teritorijām”.

Ziņojumā norādīts, ka „Ņemot vērā ēkas, kurā atrodas Telpas, izvietojumu (uz Vidzemes šosejas), apvienošanās dalībnieki uzskata, ka attiecīgajā veikalā sagaidāmi apmeklētāji no Siguldas, Siguldas novada teritorijas, kā arī citu tuvāko apdzīvoto vietu iedzīvotāji (Cēsis un daļa no Cēsu novada)”.

Lietas izpētes laikā, izvērtējot faktisko situāciju, tika secināts, ka braucot ar automašīnu aptuveni līdz 30 minūtēm, Sigulda ir sasniedzama no vairāku tai blakus esošo novadu teritorijām: Līgatnes, Amatas, Krimuldas un Inčukalna novada. Turklāt šo novadu teritorijās nav lielu iepirkšanās centru un zemo cenu veikalu. Savukārt nelielo veikalu piedāvātās ikdienas patēriņa preču cenas bieži vien ir augstākas par lielveikalu cenām. Līdz ar to tie iedzīvotāji, kuriem tas ir iespējams, galvenos iepirkumus (vienu reizi nedēļā) cenšas veikt Siguldas pilsētā.

Iepriekš minēto apstiprina SIA „VITA mārkets” sniegtā informācija, ka „Pircēji, kas veic lielos iepirkumus, vienu reizi nedēļā brauc iepirkties no apkārtnes, kas ar automašīnu ir līdz 30 minūšu brauciens” (24.08.2010. tikšanās laikā saņemtā informācija).

Ievērojot norādīto un izvērtējot faktisko situāciju, secināms, ka apkārtējo novadu iedzīvotāji izmanto Siguldas pilsētas teritorijā esošos veikalus kā iepirkšanās vietas tajā gadījumā, ja tiem nav nepieciešams regulāri doties uz Rīgu, kur daļa iedzīvotāju strādā vai mācās, vai tuvāk nav cita pilsēta, piemēram, Cēsis (Cēsu virzienā kā ģeogrāfiskā tirgus robežpunkts nosakāms Ieriķi), kurā var veikt pirkumus.

Tādējādi konkrētajā lietā ģeogrāfiskā tirgus robežas ir plašākas nekā Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorija, jo šajā tirgū ir jāiekļauj daļa Līgatnes, Amatas, Krimuldas un Inčukalna novada.

Vienlaicīgi Konkurences padome norāda, ka definētais tirgus ir apskatāms arī papildus ņemot vērā, ka apvienošanās dalībnieka saistītais uzņēmums SIA „RIMI Latvia”, tāpat kā tās galvenais konkurents SIA „MAXIMA Latvija”, ir izveidojusi savu veikalu tīklu visā Latvijas teritorijā. Mazāki veikalu tīkli ir apvienošanās dalībnieku nelielajiem konkurentiem, kuri piedalās arī mazumtirgotāju kooperācijā (iepirkuma grupas, franšīzes grupas u.tml.). Līdz ar to šo veikalu aptvertās ģeogrāfiskās teritorijas zināmā mērā pārklājas. Tāpēc konkrētajā apvienošanās gadījumā ir jāņem vērā arī apvienošanās dalībnieku un to konkurentu konkurētspēja arī Latvijas teritorijas robežās.

Lietā definētajā konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū iekļautās teritorijas atrodas salīdzinoši tuvu valsts galvaspilsētai Rīgai, attālums var būt paveicams aptuveni 30 – 45 minūšu laikā (53 km) (braucot no Rīgas arī šeit pa ceļam tirdzniecības centrā „Alfa” un Juglas tirdzniecības centrā ir SIA „RIMI Latvia” veikali un ir arī SIA „MAXIMA Latvija” veikals). Tādēļ secināms, ka ir daļa iedzīvotāju, kas mācās vai strādā Rīgā, un tāpēc var salīdzināt abu šo teritoriju iepirkšanās iespējas. Taču arī šajā gadījumā piedāvājuma lielāko daļu konkrētajā tirgū veido SIA „RIMI Latvia” un SIA „MAXIMA Latvija”.

Lietas izpētes laikā Konkurences padome vērtēja faktorus, kas nosaka veikala aptveršanas teritoriju⁴ un veikalu patērētāju sasniegšanas teritoriju pārklāšanos. Pārklāšanās efekta esamība ir saistīta ar patērētāju izvēli un konkurenci. Pirmkārt, ir pircēji, kuri dzīvo tieši teritoriju pārklāšanās apgabalos. Līdz ar to šiem pircējiem ir lielāka izvēle nekā pircējiem, kuri iepirkumu veikšanai izmanto tikai vienu ģeogrāfisko teritoriju. Otrkārt, veikaliem ir jāreķinās ar konkurenci, kas ir ne tikai no savas teritorijas, bet arī no blakus esošajām pārklājošajām teritorijām.

Līdz ar to efekts no savstarpēji saistītām pārklāšanās teritorijām dēļ to aizvietojamības ir tāds, ka lielie mazumtirgotāji nevar izolēti noteikt cenas kādā konkrētā veikala pārklāšanās teritorijā, nerēķinoties ar konkurenci no citām teritorijām.

Konkrētā gadījumā varētu būt zināma pārklāšanās ar veikaliem, kas atrodas pa ceļam uz Siguldu. Taču konkrētajā gadījumā ir jāņem vērā, ka SIA „RIMI Latvia” ir viens no diviem lielākajiem Latvijas mazumtirdzniecības uzņēmumiem un arī pārklāšanās gadījumā efektīvu konkurenci tai var radīt tikai lielās mazumtirdzniecības ķēdes, t.i., SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Palink”, mazākā mērā mazumtirgotāju apvienību dalībnieki.

Ievērojot minēto, atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 3.punktam konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorija, kā arī daļa Līgatnes, Amatas, Krimuldas un Inčukalna novada teritorijas, un atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 4.punktam konkrētais tirgus ir ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus lielveikalu vidē Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorijā, kā arī daļā Līgatnes, Amatas, Krimuldas un Inčukalna novada teritorijas, vienlaicīgi izvērtējot arī Lietā iesaistīto tirgus dalībnieku konkurētspēju Latvijas teritorijā, jo to faktiskā tirgus vara un to darījuma spēks rodas no attiecīgo komercsabiedrību darbības kopumā Latvijas teritorijā, t.sk., sadarbojoties ar to saistītajām komercsabiedrībām citās Baltijas valstīs. Vienlaicīgi, ņemot vērā pārklāšanās efekta iespējamību, arī konkurence ir jāvērtē plašāk nekā lokālā ģeogrāfiskā tirgus ietvaros.

4.3. *Iepirkuma tirgus*

Tāpat Lietā kā konkrētais tirgus ir definējams dažādu preču iepirkuma tirgus. Citās lietās tas var tikt noteikts arī šaurāk, ņemot vērā konkrētās preces vai preču grupas aizvietojamību.

Mazumtirgotājs nodrošina galapatērētājam daudzveidīgu un atšķirīgu preču piegādi, līdz ar to arī tā iepirkumu veido dažādu preču piegāžu kopums.

Nosakot konkrētā ģeogrāfiskā tirgus robežas preču piegādes pusē, saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 3.punktu tiek vērtēta konkrētā mazumtirgotāja preču iepirkšanas robežas, t.i., iespējas izvēlēties sev piegādātājus, kas pēc Konkurences padomes rīcībā esošās informācijas notiek plašākās robežās nekā Latvijas teritorija. Par minēto liecina fakts, ka SIA „RIMI Latvia” veic preču iepirkumu kopā ar citiem saistītajiem uzņēmumiem, kuru mazumtirdzniecības tīkli atrodas Lietuvā un Igaunijā, ar

⁴ Groceries Market Investigation (final report), http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2008/538grocery.htm, Faktori, kas nosaka veikala patērētāju aptveršanas teritoriju, ir veikala lielums un citu veikalu klātbūtne, iedzīvotāju blīvums konkrētajā teritorijā; demogrāfiskais un sociāli-ekonomiskais iedzīvotāju raksturojums (patērētājus var iedalīt atsevišķās grupās ņemot vērā to izdevumus/patēriņu un ieradumus (kādiem produktiem dod priekšroku, vēl var nodalīt pilsētas un lauku iedzīvotājus), veikalu piedāvājums, un cik lielā mērā tas pieskaņojas vietējo iedzīvotāju būtībai, iespējamais pircēju tips, piemēram, vietējie iedzīvotāji, garām braucošie cilvēki, blakus strādājošie, vai mācību iestāžu klienti, papildu mazumtirdzniecības klātbūtne, garīgo (psihisko) barjeru esamība, piemēram, nevēlēšanās šķērsot būtiskas transporta maģistrāles vai ūdensceļus, - ar darbu, mācībām u.c. tamlīdzīgiem faktoriem saistīto iepirkumu apjoms, piemēram pa ceļam uz darbu vai skolu, mašīnas nolikšanas iespēja.

mērķi realizēt preces visās šajās valstīs. Mazumtirgotājam ir lielākas iespējas realizēt pārrobežu iepirkumu tām preču grupām, kur nav izteikta patērētāju lojalitāte pret vietējo ražotāju produkciju, vai Latvijā tās netiek ražotas. Tādējādi daudzas pārtikas preces, galvenokārt konservētas, saldētas vai citādi apstrādātas, tiek lielā apjomā iepirktas ārpus Latvijas teritorijas. Līdz ar to konkrētā tirgus iepirkuma pusē aizvietojamībai nav konkrētu robežu. Lielākie Latvijas mazumtirgotāji rīko konkursus par preču piegādi un par to, kura sabiedrība ražos privāto preču zīmju preces. Minētajos konkursos piedalās arī ārvalstu ražotāji un piegādātāji. Līdz ar to šo preču gadījumā iepirkuma tirgus ir jāaplūko daudz plašākās robežās nekā nacionālā teritorija.

Ievērojot norādīto un pamatojoties uz Konkurences likuma 1.panta 4.punktu, konkrētais tirgus Lietā attiecībā uz preču iepirkumu tiek definēts kā ikdienas patēriņa preču iepirkšana mazumtirdzniecībai Latvijas teritorijā, neizslēdzot iespēju paplašināt šī tirgus robežas.

5. Situācijas lēmuma 4.2.punktā noteiktajā konkrētajā tirgū raksturojums

Siguldas pilsēta atrodas pie Vidzemes šosejas, tāpēc to kā iepirkšanās vietu izmanto gan vietējie iedzīvotāji, gan garāmbraucošie pircēji, gan tūristi, jo Siguldas pilsēta un tās apkārtnē ir iecienīts tūristu apskates objekts.

Siguldas pilsētā ar ikdienas patēriņa preču tirdzniecību nodarbojas SIA „RIMI Latvija”, SIA „MAXIMA Latvija”, SIA „VITA mārkets” un vairāki citi mazāki tirgus dalībnieki. To lielākā koncentrācija ir pie Vidzemes šosejas, kur braucot no Rīgas labajā pusē atrodas SIA „RIMI Latvia” veikals „Supernetto” un tirdzniecības centrs „Raibais suns”, kurā atrodas SIA „VITA mārkets” veikals, kas strādā ar „ELVI” zīmolu, vēl viens šāds veikals atrodas tuvāk pilsētas centram. Tieši pretim veikalam „Supernetto”, Vidzemes šosejas otrajā pusē atrodas tirdzniecības centrs „Šokolāde”, kur 26.08.2010. tika atvērta SIA „RIMI Latvia” supermārkets.

Lai pircējs apmeklētu abus SIA „RIMI Latvia” veikalus, tam ir tikai jāšķērso Vidzemes šoseja. SIA „RIMI Latvia” galvenā konkurenta – SIA „MAXIMA Latvija” – veikals atrodas pilsētas centrā. Visi minētie veikali ir pieejami gan vietējiem Siguldas iedzīvotājiem, gan autobraucējiem, gan iedzīvotājiem no apkārtējām apdzīvotajām vietām, kur nav zemo cenu veikalu un tirdzniecības centru, kas ir izvietoti Siguldas pilsētas teritorijā.

Par mazākiem konkurentiem var uzskatīt SIA „Segevolde” (vismaz 6 veikali Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorijā, kas ietilpst SIA „Baltstor” dalībnieku sastāvā), SIA „Firma MADARA 89” (veikalu ķēde, kas darbojas ar zīmoliem „top”, „minitop”, „LABAIS”), kas ir SIA „Iepirkuma Grupa” sastāvā, un SIA „Zemniecība” veikals „Beta”.

Apvienošanās dalībnieki 20.08.2010. vēstulē par saviem konkurentiem ir norādījuši veikalus, kas darbojas ar zīmoliem „Vesko”, „Beta”, „MAXIMA”, „Labais”, „ELVI”, „VIGO”. Vēl tiek norādīti mazāki veikali, kas atrodas Raganā, Līgatnē, Augšlīgatnē, Inčukalnā. Minētajā vēstulē ir norādīts, ka „(..) augstākminētie tirgus dalībnieki uzskatāmi par SIA „RIMI Latvia” efektīviem konkurentiem, ņemot vērā šādus kritērijus:

- tirdzniecības platības lielums (virs 100 m²);
- salīdzinoši plašs sortiments;
- tirdzniecības platības atrašanās vieta, piekļuves ērtība patērētājiem.

Konkurences padome, izvērtējot minētos SIA „RIMI Latvia” norādītos kritērijus, secina, ka minētie kritēriji nav pilnīgi un papildu nozīme ir vēl vismaz šādiem kritērijiem:

1) uzņēmuma kopējais apgrozījums Latvijas teritorijā, kas norāda, cik spēcīga komercsabiedrība ir mazumtirdzniecības ķēžu savstarpējā konkurencē;

2) vai konkrētais mazumtirgotājs darbojas kādā no mazumtirgotāju apvienībām, t.i., minētais faktors norāda uz uzņēmuma spēku preču iepirkšanas jomā, kas pamatā nosaka tā konkurētspēju attiecīgajā mazumtirdzniecības tirgū;

3) uzņēmumu veikalu kopskaits, to sortiments un tirdzniecības zāles lielums;

4) uzņēmuma finansiālais stāvoklis.

Daļa no iepriekš minēto tirgus dalībnieku raksturojošiem lielumiem, t.i., apgrozījums konkrētajā tirgū 2009.gadā, tirdzniecības zāles platība, sortimenta vienību skaits ir attēloti tabulā Nr.1.

Tabula Nr.1

Konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū darbojošos komercsabiedrību raksturojošie parametri

Nr. p.k.	Uzņēmuma nosaukums	Apgrozījums 2009.gadā (Ls bez PVN)	Tirgus daļa % 2009.gadā (iekavās, ja ieskaita mazos veikalus)	Tirdzniec. zāles platība (m ²)	Sortimenta vienību skaits (gab)
SIA „RIMI Latvia” un tiešie tās konkurenti					
1.	*SIA „VITA mārkets”- divi veikali (strādā ar „Elvi” zīmolu) 1) Siguldā, Vidus ielā 1; 2) Vidzemes šosejā 16 ⁵ ;	(*), t.sk.: (*) (*)	(*) (<40) (*) (<30))	(*) (*)	(*) (*)
2.	SIA „RIMI Latvia” Supernetto Supermārkets (atvērts 2010.gada septembra sākumā) ⁶	(*) -	(*) (<30) (*) (<20))	(*) (*)	(*) (*)
3.	*SIA „MAXIMA Latvija”	(*)	(*) (<20) (*) (<20))	(*)	(*)
4.	SIA „Palink” (bijušais nomnieks telpām, kurā atrodas jaunais SIA „RIMI Latvija” Supermārkets Strēlnieku ielā 2)	(*)	(*) (<20) (*) (<10))		
5.	*SIA „Firma Madara’ 89” (darbojas SIA „Iepirkumu grupa” sastāvā)	(*)	(*) (<10) (*) (<10))	(*)	(*)
6.	*SIA „Zemniecība” ⁷ (Beta veikali”)	(*)	(*) (<10) (*) (<10))	(*)	(*)
Mazāk spēcīgi SIA „RIMI Latvija” konkurenti					
7.	*SIA „Segevolde” ⁸ (darbojas SIA „Baltstor” sastāvā): 1) veikals „Centrs” Siguldā; 2) veikals „Vējupīte”, Peltas, Siguldas novads; 3) veikals „Raganas Centrs”, Ragana; 4) veikals „Madara”, Pulkv. Brieža iela 26, Sigulda;	(*), t.sk, (*) (*) (*) (*)	(<20) (*) (<10))	(*) (*) (*) (*)	(*) (*) (*) (*)

⁵ (*).

⁶ (*).

⁷ Sākot ar 2010.gada aprīli veikals BETA Siguldā, Krišjāņa Barona ielā 6 neatrodas SIA „Zemniecība” valdījumā.

⁸ Septiņi veikali, kas darbojas pilsētas un novada teritorijā, divus no tiem – veikalu, kas atrodas Siguldā, Ausekļa ielā 7 un veikalu Raganā, SIA „Rimi Latvija” ir nosaukusi par savu konkurentu; 2010.gadā tikai 6 veikali.

	5) veikals „Jūdaži”, Siguldas novads; 6) veikals „Parks”, Siguldā; 7) veikals „Azaidi” ⁹ .	(*) (*) (*)		(*) (*) Nav datu	(*) (*) Nav datu
Uzņēmumi, kurus nevar uzskatīt par SIA „RIMI Latvija” efektīviem konkurentiem					
8.	*z/s „Upenes” Līgatnē	(*)	((*)(<1))	(*)	
9.	*SIA „Valant” (Inčukalnā, darbojas „LTK Aibe” sastāvā)	(*)	((*)(<10))	(*)	
10.	*SIA „Gaida”(Inčukalnā, darbojas „ELVI” sastāvā)	(*)	((*)(<10))	(*)	(*)
11.	*SIA „VIGO” (darbojas „LaTS” sastāvā) ¹⁰	(*)	((*)(<10))	(*)	

* SIA “RIMI Latvia” 20.08.2010. vēstulē norādījusi kā konkurentus.

Izvērtējot informāciju, kas atspoguļota Tabulā Nr.1 secināms, ka Raganā, Līgatnē, Augšlīgatnē, Inčukalnā esošie veikali pat pie nosacījuma, ka tie ietilpst kādā no iepirkuma grupām, ir uzskatāmi par konkurentiem, kas nevar radīt būtisku konkurences spiedienu jeb pietiekami efektīvi konkurēt ar SIA „RIMI Latvija” veikaliem Siguldas pilsētā, jo tie tikai pavisam netieši var ietekmēt SIA „RIMI Latvija” apgrozījumu.

(*).Tieši pretim, otrajā Vidzemes šosejas pusē atrodas tirdzniecības centrs „Šokolāde”, kur atrodas jaunais SIA „RIMI Latvija” supermārketi. Iepriekš šajā adresē bija SIA „Palink” veikals „IKI”.

6. Apvienošanās dalībnieka un tā galveno konkurentu raksturojums gan Latvijas teritorijā, gan lietā definētajā šaurākajā konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū

Par SIA „Plesko Real Estate” (turpmāk arī – SIA „RIMI Latvia”) galvenajiem konkurentiem ir uzskatāmas SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „VITA mārketi”.

6.1. SIA „RIMI Latvia”, ir viens no diviem lielākajiem ikdienas patēriņa preču mazumtirgotājiem Latvijas teritorijā, kura mazumtirdzniecības apgrozījums 2008.gadā bija (*), 2009.gadā tās mazumtirdzniecības apgrozījums ir samazinājies par (*)(<20%) un bija (*), tajā pat laikā kopējais mazumtirdzniecības apgrozījums Latvijā šajā periodā samazinājās par 17%.

6.2. SIA „MAXIMA Latvija” ir otrs lielākais mazumtirgotājs Latvijas teritorijā, kura mazumtirdzniecības apgrozījums 2008.gadā – (*) (bez PVN), bet 2009.gadā – (*) (bez PVN).

2009.gadā pret 2008.gadu mazumtirdzniecības kopējam apgrozījumam Latvijā samazinoties par apmēram 17%, SIA „MAXIMA Latvija” apgrozījums samazinājies vien par apmēram (*) (<10%).

SIA „VITA mārketi” kopējais apgrozījums 2008.gadā bija 34 759 594 Ls (kopā Latvijas teritorijā 14 veikali, saskaņā ar 24.08.2010. tikšanās laikā iegūto informāciju), bet 2009.gadā šis apgrozījums bija 30 071 165 Ls. SIA „VITA mārketi” veikali konkrētajā tirgū darbojas ar preču zīmi „ELVI”, tāpēc no iepirkumu tirgus situācijas izvērtēšanas viedokļa ir pamatoti izvērtēt SIA „ELVI GRUPA”¹¹ stāvokli iepirkuma

⁹ SIA „SEGEVOLDE” 11.10.2010. vēstulē vairs netiek minēts.

¹⁰ Lielākais veikals, kas atrodas Augšlīgatnē, Līgatnes pagasts, Līgatnes novads, “Pienotava”, pārējie mazi veikali.

¹¹ 2009.gadā salīdzinoši nozīmīgs tirgus dalībnieks bija SIA „ELVI Grupa”, kurai ir uzsākts maksātnespējas process. Līdz ar maksātnespējas procesa uzsākšanu tiesības pārvaldīt Elvi mazumtirdzniecības veikalu tīkla zīmolu „ELVI”, ieskaitot franšīzes līgumu slēgšanu, zīmola uzturēšanu, mārketinga pakalpojumu un vienotā iepirkuma sniegšanu, IT un tirdzniecības pakalpojumu nodrošināšanu u.c. darbības, ieguva SIA „Pārtikas tirdzniecības apvienība”.

tirgū, salīdzinot to ar apvienošanās dalībnieka saistītā uzņēmuma SIA „RIMI Latvia” stāvokli šajā tirgū.

6.3. SIA „ELVI GRUPA” mazumtirdzniecības apgrozījums 2008.gadā bija (*) Ls, bet par 2009.gadu informācija nav iegūta.

No minētā ir redzams, ka pašlaik maksātspējas procesā esošās SIA „ELVI GRUPA” apgrozījums visā Latvijas teritorijā jau 2008.gadā bija ievērojami mazāks nekā SIA „RIMI Latvia”. Arī tirgus daļas, ja tās rēķina ņemot vērā visu Latvijas teritoriju, šīm komercsabiedrībām ir ļoti atšķirīgas. Tās attēlotas tabulā Nr.2.

Tabula Nr.2

SIA „RIMI Latvia”, SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „ELVI GRUPA” tirgus daļa ikdienas patēriņa mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē Latvijas teritorijā

Uzņēmuma nosaukums	2007.gads	2008.gads	2009.gads
SIA „RIMI Latvia”	(*) (<40%)	(*) (<40%)	(*) (<40%)
SIA „ELVI GRUPA”	(*) (<10%)	(*) (<10%)	
SIA „MAXIMA Latvija”	(*) (<40%)	(*) (<40%)	(*) (<40%)

Konkurences padomes rīcībā ir ikdienas patēriņa preču tirgus uzraudzības ietvaros iegūtā informācija par vairāku preču iepirkuma apjomu SIA „RIMI Latvia” un SIA „ELVI Grupa”, kuras dalībniece 2009.gadā bija SIA „VITA mārkets”.

No minētās informācijas var secināt, ka 2009.gadā SIA „ELVI GRUPA” kopējais iepirkums visās pārtikas grupās bija (*) mazāks nekā SIA „RIMI Latvia” iepirktais preču apjoms.

Izvērtējot minēto situāciju konkrētajā iepirkuma tirgū, kas lielā mērā nosaka uzņēmuma konkurētspēju mazumtirdzniecības tirgū (t.i. pārdošanas pusē), var secināt, ka SIA „VITA mārkets” preču iepirkšanu var veikt par salīdzinoši daudz neizdevīgākiem nosacījumiem nekā SIA „RIMI Latvia”, kaut vai tikai dēļ atlaidēm, kuras ražotāji piešķir SIA „RIMI Latvia”, vadoties no iepirkta apjoma. Turklāt nepieciešamais konkrēto preču apjoms SIA „Rimi Latvija” ļauj paplašināt tās piegādāju loku, kā arī ļauj ieviest privātās preču zīmes un rīkot konkursus par šo preču piegādi, kuros piedalās ne tikai Latvijas, bet arī ārvalstu piegādātāji. Turklāt jāņem vērā Konkurences padomes rīcībā esošā informācija (iegūta ikdienas patēriņa preču uzraudzības lietā), ka SIA „RIMI Latvia” veic centralizētus iepirkumus kopā ar citiem saistītajiem uzņēmumiem Lietuvā un Igaunijā. Līdz ar to SIA „RIMI Latvia” spēja iegūt labākus darījuma noteikumus ir lielāka nekā SIA „ELVI grupa” (no 2010.gada SIA „Pārtikas tirdzniecības apvienība”) spēja.

Ziņojumā norādīts, ka (*).

Ņemot vērā augstāk minēto, var secināt, ka pašreizējā ekonomiskajā situācijā, kad patērētājiem ļoti būtiska ir preces cena, SIA „RIMI Latvija” pastāv būtiskas konkurences priekšrocības.

Faktiski ģeogrāfiskajā teritorijā, kas ir ap Siguldas pilsētu, SIA „RIMI Latvia” nav efektīvu konkurentu, izņemot SIA „MAXIMA Latvia”. SIA „VITA mārkets” konkurētspēju ierobežo zaudējumi, kas saskaņā ar minētās komercsabiedrības Gada

pārskatu bija Ls 200 446 2009.gadā, salīdzinot ar 2008.gadu, kad komercsabiedrībai bija peļņa – Ls 185 064, apgrozījums ir samazinājies par 13%.

Ievērojot norādīto secināms, ka neskatoties uz to, ka uz Ziņojuma iesniegšanas brīdi lietā definētajā tirgū par līderi varēja uzskatīt SIA „VITA mārkets” (skat. tabulu Nr.1), tomēr citi Lietā konstatētie apstākļi, t.i., minētā uzņēmuma sliktais finansiālais stāvoklis, SIA „RIMI Latvia” vieta ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē Latvijas teritorijā, lielā apgrozījuma starpība ar SIA „RIMI Latvia”, salīdzinoši sliktākās pozīcijas preču iepirkšanā, konkurences situācijas izmaiņas pēc SIA „RIMI Latvia” supermārketā Strēlnieku ielā 2 atvēršanas norāda, ka tā konkurēspēja ar SIA „RIMI Latvia” ir ierobežota.

7. Barjeras, lai ienāktu konkrētajā tirgū un paplašinātos

Ziņojumā norādīts, ka „Kā liecina publiski pieejami pētījumi, Latvijas ikdienas patēriņa preču tirdzniecības tirgus vēl nav sasniedzis augstu koncentrācijas līmeni¹².

SIA „MAXIMA Latvija” 29.07.2010. vēstulē Nr.204 ir norādījusi (*).

Siguldas novada dome 24.08.2010. vēstulē Nr.19.1/1873 ir norādījusi, ka ir daudz vietu Siguldas novada teritorijā, kur iespējama lielveikalu un tirdzniecības centru būvniecība. Vēl Siguldas novada dome ir norādījusi, ka uz doto brīdi spēkā ir plānošanas arhitektūras uzdevums, kurš izsniegts komercsabiedrībai, tirdzniecības centra būvniecībai.

Iespējams, ka uzlabojoties ekonomiskajai situācijai, t.i., mazumtirdzniecības apgrozījumam stabili pieaugot (šī tendence ir parādījusies sākot ar 2010.gada augustu un septembri) konkrētajā tirgū un valstī kopumā ienāks kāds jauns mazumtirdzniecības operators, kas spēs nacionālajā līmenī konkurēt ar SIA „RIMI Latvia” un SIA „MAXIMA Latvija”. Tas uzlabotu konkurences situāciju gan nacionālā līmenī, gan šaurākos konkrētajos tirgos.

Lietas izpētes laikā nav konstatētas būtiskas barjeras ieiešanai lēmuma 4.2.punktā noteiktajā konkrētajā tirgū.

8. Apvienošanās dalībnieku viedokļa izvērtējums

2010.gada 10.novembrī Konkurences padome saņēma SIA „Plesko Real Estate” atbildes vēstuli (turpmāk tekstā – Vēstule) uz Konkurences padomes Izpilddirekcijas vēstuli Nr.2323. Izanalizējot Vēstulē iekļautos būtiskākos argumentus Konkurences padome secina:

8.1. Vēstulē ir norādīts, ka „*Konkurences padome nav analizējusi koncentrācijas līmeni nedz kopējā Latvijas ģeogrāfiskajā tirgū, nedz arī šaurākajā, Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorijas ģeogrāfiskajā tirgū. Kopējais koncentrāciju līmenis tirgū sniedz noderīgu informāciju par konkurences situāciju. Lai izmērītu koncentrācijas līmeņus, Komisija bieži piemēro Herfindahl – Hirschman indeksu (HHI). Proporcionāli HHI lielāku nozīmi piešķir lielāku uzņēmumu tirgus daļām. Kaut arī HHI absolūtais līmenis var sniegt sākotnējās norādes par konkurences spiedienu tirgū pēc apvienošanās, izmaiņas HHI (kas zināmas kā „deltas koeficients”) ir noderīgs rādītājs par koncentrāciju izmaiņām, ko tieši izraisījusi apvienošanās. Tomēr Konkurences padome neanalizē HHI, nerēķina arī deltas koeficientu. Pat ja Konkurences padome uzskatītu, ka HHI rādītāji nemaina secinājumu būtību, tad šāds uzskats bija jāpamato vēstulē”.*

¹² Alf Vanags, Anders Paalzow un Mark Chanler, Konkurences situācijas analīze Baltijas valstu pārtikas tirgū, pieejams: www.biceps.org

Kas attiecas uz HHI indeksa aprēķinu, norādām, ka tas tika izmantots, lai novērtētu vispārējo mazumtirdzniecības raksturojumu Latvijas teritorijā un tika iekļauts Konkurences padomes 2010.gada 16.jūlija lēmumā Nr.54 lietā P/09/06/1 „Par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 1., 2., 5., un 6.punktā noteikto aizlieguma pārkāpuma SIA „MAXIMA Latvija” darbībās”¹³. Minētajā lēmumā Konkurences padome norādīja, ka „Mazumtirdzniecības tirgū 2008.gadā koncentrācijas pakāpe CR (angļu val. – *concentration ratio*) četriem lielākajiem tirgus dalībniekiem SIA „RIMI Latvia”, SIA „MAXIMA Latvija”, SIA „ELVI Grupa”, SIA „Latvijas tirgotāju kooperācija „Aibe”” – 79%, kas liecina par augstu tirgus koncentrāciju, jo atlikušie astoņi daļa 21% tirgus. CR diviem lielākajiem SIA „RIMI Latvia”, SIA „MAXIMA Latvija” (*) (>60%). Trešais lielākais mazumtirdzniecības tīkls nodrošina (*) (<10%) noietu, kas ir vairāk kā 4 reizes mazāk kā katrs no pirmajiem diviem mazumtirgotājiem. Četru iepriekš minēto lielāko tirgus dalībnieku HHI (angļu val. – *Herfindahl-Hirschman Index*) 2008.gadā bija 2158, diviem lielākajiem tirgus dalībniekiem HHI – (*), kas liecina par augstu tirgus koncentrāciju.

2009.gadā CR četriem lielākajiem tirgus dalībniekiem – 79%, diviem lielākajiem CR (*) (>60%). Četru lielāko (SIA „RIMI Latvia”, SIA „MAXIMA Latvija”, SIA „Pārtikas tirdzniecības kooperācija „Aibe””, SIA „Iepirkumu grupa”) HHI – 2317, kas liecina par augstu tirgus koncentrāciju.

Minētie rādītāji kopumā liecina par augstu tirgus koncentrācijas līmeni lielveikalu vidē, kā arī norāda par divu lielāko mazumtirgotāju tirgus varas pakāpi konkrētajā tirgū. HHI pamatā ir tirgus dalībnieku tirgus daļu dati. HHI aprēķina, summējot atsevišķu visu tirgū esošo uzņēmumu tirgus daļas kāpinātas kvadrātā.¹⁴ Konkrētā gadījumā šī apvienošanās nav klasiska horizontālā apvienošanās starp konkurentiem. Savukārt atkarībā no apvienošanās veida izvērtējamie tirgus un konkurences rādītāji un piemērotās metodes var atšķirties. Šajā lietā pamatpierādījumi un izrietošie apsvērumi tiek balstīti uz tirgus daļu (no kā tiek aprēķināts arī HHI) un tirgū pastāvošo barjeru izvērtējumu, t.i. Konkurences padome ir vērtējusi SIA „Rimi Latvia”, citu konkurentu tirgus daļu lielumu, to izmaiņas mazumtirdzniecībā konkrētajā ģeogrāfiskajā teritorijā, analizējusi minētā komersanta tirgus spēku attiecībā pret tā tuvākajiem konkurentiem gan iepirkuma, gan mazumtirdzniecības līmenī un citus apstākļus.

Nemot vērā minēto Konkurences padome uzskata, ka SIA „Plesko Real Estate” arguments par to, ka Konkurences padome nav analizējusi koncentrācijas līmeni nav pamatots un ir noraidāms.

8.2. Vēstulē norādīts, ka „Konkurences padome, norādot, ka līdz apvienošanās darījuma pabeigšanai (t.i., veikala atvēršanai), Siguldas lielākā tirgus dalībnieka – SIA „VITA mārkets” - tirgus daļa bija robežās no 40 līdz 50%, neizvērtē šo faktu atbilstīgi konkurences tiesību teorijai un praksei. Tā, piemēram, Eiropas Komisijas un Eiropas Savienības tiesu praksē nostiprināts uzskats, ka ļoti lielas tirgus daļas – 50%- var būt pierādījums tam, ka pastāv dominējošais tirgus stāvoklis”.

Konkurences likuma 1.panta 1.punktā ir skaidrots jēdziens *dominējošais stāvoklis*, t.i., tāds ekonomisks (saimniecisks) stāvoklis konkrētajā tirgū, ja šis dalībnieks vai šie dalībnieki spēj ievērojami kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci jebkurā konkrētajā tirgū pietiekami ilgā laika posmā, darbojoties pilnīgi vai daļēji neatkarīgi no konkurentiem, klientiem, piegādātājiem vai patērētājiem.

¹³ Sk. http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/2010/D054_1607.pdf

¹⁴ Komisijas Pamatnostādnes par horizontālo apvienošanos novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju, OV C 031, 05/02/2004 lpp. 0005 – 0018; [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=DD:08:03:52004XC0205\(02\):LV:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=DD:08:03:52004XC0205(02):LV:PDF)

Ņemot vērā minēto, norādām, ka tirgus daļas lielums minētajā definīcijā nav norādīts, kā noteicošais kritērijs, lai novērtu tirgus dalībnieka ekonomisko stāvokli konkrētajā tirgū, bet gan tirgus dalībniekam piemītošā tirgus vara. Novērtējot apvienošanās ietekmi, Konkurences padome ņem vērā arī potenciālās izmaiņas konkrētajā tirgū, t.i., jau šobrīd pēc SIA „RIMI Latvia” darbības paplašināšanās konkrētajā tirgū SIA „VITA mārkets” tirgus daļa ir strauji samazinājusies. Vērtējot situāciju mazumtirdzniecībā Latvijas teritorijā ir jāņem vērā, ka SIA „VITA mārkets” ir ievērojami mazāks tirgus dalībnieks ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē, kas tieši ietekmē arī tā tirgus varu lēmuma 4.2.punktā noteiktajā konkrētajā tirgū. Turklāt arī dažādu preču iepirkuma tirgū, kas ir cieši saistīts ar un ekonomiskā ziņā pakārtots mazumtirdzniecības tirgum, SIA „RIMI Latvia” iepirkumā sasniegtais būtiski lielākais apjoms veido priekšrocības arī mazumtirdzniecības tirgū.

8.3. Vēstulē, t.sk. norādīts, ka „*Konkurences padome nepamatoti lielu nozīmi savā analizē piešķir faktam, ka SIA „VITA mārkets” (kas darbojas zem „ELVI” zīmola) konkurētspēja ir ierobežota, jo, inter alia, to netieši apstiprina arī tās komercdarbības rādītāji (apgrozījuma kritums par 6%¹⁵ 2009.gadā, salīdzinot ar 2008.gadu). Tomēr Konkurences likuma mērķis nekad nav bijis konkurētspējīgu tirgus dalībnieku aizsardzība. Konkurences padome pati atzīst, ka SIA „VITA mārkets” rādītāji pasliktinājušies jau pirms apvienošanās. Tātad paziņotā apvienošanās bijusi par iemeslu attiecīgā tirgus dalībnieka nekonkurētspējai. Šajos apstākļos aizliegums Rimi pilnā mērā īstenot paziņoto apvienošanos uzskatāms par nesamērīgu tirgus dalībnieka ierobežojumu.*”

Konkurences padome apvienošanās izvērtēšanas laikā ir vērtējusi Lietā definētā konkrētā tirgus struktūru kopumā, apvienošanās dalībnieku konkurētspēju konkrētā ģeogrāfiskā tirgus robežās, kā arī visas valsts teritorijas ietvaros. Konkurences padome analizē šo apstākli kopā ar citiem pierādījumiem. Tas ir tikai viens no apstākļiem, kas tiek vērtēts, t.i., tuvākā konkurenta tirgus spēks salīdzinājumā ar SIA „RIMI Latvia” nozīmi konkrētajā tirgū. Konkurentu tirgus daļu nebūtisku samazināšanos var ietekmēt dažādi apstākļi, tomēr SIA „VITA mārkets” tirgus daļu izmaiņas laika periodā pēc SIA „RIMI Latvia” ienākšanas tirgū ir pamats saistīt tieši ar paziņoto un realizēto apvienošanās.

8.4. Apvienošanās dalībnieki norāda, ka „*[a]tbilstoši konkurences tiesību teorijai, divi galvenie veidi, kā horizontālās apvienošanās var būtiski traucēt efektīvu konkurenci, jo īpaši, radot vai nostiprinot dominējošo stāvokli:*

- a. *likvidējot svarīgus konkurences ierobežojumus vienam vai vairākiem uzņēmumiem, kas attiecīgi būtu palielinājuši tirgus spēju, neizmantojot koordinētu rīcību (nekoordinēta ietekme);*
- b. *izmainot konkurenci tā, lai ievērojami palielinātu varbūtību, ka uzņēmumi, kas agrāk nav koordinējuši savu rīcību, koordinēs un paaugstinās cenas vai citādi kaitēs efektīvai konkurencei. Apvienošanās var arī atvieglot koordinēšanu, padarot to stabilāku vai efektīvāku uzņēmumiem, kas pirms apvienošanās veikuši koordinēšanu (koordinēta ietekme).*

Tomēr Konkurences padome savā Vēstulē nav analizējusi nedz koordinētās, nedz arī nekoordinētās ietekmes rašanās iespējamību. Vēl jo vairāk, apvienošanās dalībnieki ir iesnieguši pamatodus un visaptverošus pierādījumus tam, kāpēc apvienošanās rezultātā neradīsies negatīvā ietekme uz konkurenci.”

¹⁵ Minētais rādītājs ir precizēts un faktiski ir lielāks (skat. Lēmuma 6.3. punktu).

Attiecībā uz nekoordinēto ietekmi Komisija norāda, ka vistiešākā apvienošanās ietekme būs konkurences zaudēšana to uzņēmumu starpā, kas apvienojas.¹⁶ Konkrētā gadījumā SIA „RIMI Latvia” nomā telpu, kurā iepriekš darbību ir veicis cits mazumtirgotājs (t.i., SIA „Palink”). Tieši neizpildās minētais horizontālās apvienošanās modelis, bet netieši, vismaz daļēji SIA „RIMI Latvia” pārņem SIA „Palink” klientus un arī apgrozījumu, ko tie iepērkoties veidoja konkrētam mazumtirgotājam. SIA „Palink” kā mazumtirgotājs ir būtisks SIA „RIMI Latvia” un SIA „MAXIMA Latvija” konkurents, jo ir tuvākais efektīvais konkurents minētajiem uzņēmumiem, kaut arī tā tirgus daļa un iepirkuma vara Latvija mērogā ir būtiski mazāka kā minētajiem mazumtirgotājiem. Izvērtējot Lietā iegūtos datus, secināms, ka apvienošanās rezultātā lietā definētajā konkrētajā mazumtirdzniecības tirgū būtiski samazināsies iespēja esošiem konkurentiem paplašināties vai ienākt jauniem, t.sk., SIA „Palink”.

Konkurences padome norāda, ka koordinējošās ietekmes konstatēšana nav priekšnosacījums, lai konstatētu būtisku ietekmi uz konkurenci. Kā jau iepriekš minēts SIA „RIMI Latvia” pārņēma cita mazumtirgotāja iepriekš nomātas telpas. Teorētiski koordinējošās darbības risks palielinās, jo SIA „Palink” ir izgājusi no tirgus konkrētajā reģionā. Tādējādi ir samazinājies konkurentu skaits.

8.5. Vēstulē tiek norādīts, ka „*Konkrētajā gadījumā paziņotā apvienošanās (nomas līguma noslēgšana) ir izvērtējama arī salīdzinājumā ar citām Rimi pieejamajām alternatīvām tirgus daļas paaugstināšanai konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū (Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorijā). Ņemot vērā to, ka Konkurences likums neuzliek tirgus dalībniekiem par pienākumu paziņot tos darījumus, kuru rezultātā tiek radītas jaunās tirdzniecības platības (piemēram, uzcelts jauns tirdzniecības centrs vai veikals), vai arī tiek iznomātas platības, kurās līdz šim netika veikta nomnieka komercdarbībai līdzīga saimnieciskā darbība, secināms, ka Rimi arī bez paziņotās apvienošanās ar Ilga-Sigulda ir vairākas iespējas paplašināt savu tirgus daļu konkrētajā tirgū. Tātad arī no administratīvā procesa viedokļa ir izvērtējams, vai pieņemot privātpersonai (šajā gadījumā gan Rimi, gan Ilga-Sigulda) nelabvēlīgu lēmumu, tiek sasniegts iestādes nospraustais mērķis, t.i., ierobežot Rimi tirgus daļas pieaugumu un nepieļautu konkurences samazināšanos.*”

Izvērtējot minēto argumentu, norādām, ka Konkurences padome saskaņā ar Konkurences likumu un Noteikumiem, vērtē tirgus dalībnieku apvienošanās ietekmi konkrētajā tirgū, izvērtējot konkrētus faktiskos apstākļus un atļaujot apvienošanos ar vai bez nosacījumiem, vai arī to aizliedzot. Konkurences padome nevērtē teorētisku iespējamību, kādā citā veidā SIA „RIMI Latvia” varētu palielināt savas tirgus daļas konkrētajā teritorijā, kas nav paziņojama apvienošanās. Šajā gadījumā minētā apvienošanās atbilst Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punktam, tā ir aktīvu iegūšana (tiesības lietot šos aktīvus), kuras rezultātā SIA „RIMI Latvia” aizstāj citu tirgus dalībnieku, kas pirms tam darbojies un izmantojis konkrētos aktīvus jeb tās pašas komercietelpas identiskai komercdarbībai, tajā pašā teritorijā.

Konkurences padome minētā argumenta sakarā norāda, ka atšķiras abu apvienošanās dalībnieku minēto procesu ietekme uz konkurenci. Pirmajā gadījumā SIA „RIMI Latvia” nomā tirdzniecības telpas, tur, kur to varēja darīt arī cits tirgus dalībnieks, tādējādi noslēdzot šo konkrēto pieeju konkrētajam tirgum, kamēr jauna veikala būvniecība saglabātu iespēju nomāt tirdzniecības telpas citiem tirgus dalībniekiem, kas savādāk nevarētu ienākt konkrētajā tirgū.

¹⁶ Turpat.

8.6. SIA „Plesko Real Estate” ir sniegusi savu vērtējumu Konkurences padomes Izpilddirekcijas piedāvātajiem saistošajiem noteikumiem. Vēstulē ir norādīts, ka „[m]ūsaprāt, pirmais no Vēstulē norādītajiem nosacījumiem (t.i., attiecībā uz aizliegumu rīkot akcijas vai mārketinga aktivitātes, ja vien tās netiek vienlaicīgi rīkotas visos citos Latvijas veikalos), ir nepamatoti ierobežojošs. Uzskatām, ka līdzīgs rezultāts varētu tikt sasniegts, nosakot šādu nosacījumu: „SIA „RIMI Latvia” veikalā, kurš atrodas Siguldā, Strēlnieku ielā 2, netiek rīkotas tādas publiski izziņotas akcijas un mārketinga aktivitātes, kuras īpaši mērķētas uz patērētājiem Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorijā”.

Izvērtējot minēto apvienošanās dalībnieku saistošo noteikumu piedāvājumu, Konkurences padome secina, ka pēc būtības jebkura mazumtirgotāja rīkota akcija ir publiska, līdz ar to piedāvātajā redakcijā ietvertais vārds „publiska” nemaina saistošā noteikuma nedz būtību, nedz auditoriju, uz kuru tas varētu attiekties, tādējādi redakcijas maiņai nav pamata.

Attiecībā par otro Konkurences padomes piedāvāto saistošo noteikumu, apvienošanās dalībnieki norāda (*).

Izvērtējot minēto apvienošanās dalībnieku argumentu, Konkurences padome norāda, ka SIA „RIMI Latvia”, pabeidzot apvienošanos pirms Konkurences padomes pieņēma lēmumu par apvienošanos, bija jāņem vērā fakts, ka saskaņā ar Konkurences likuma 16.panta trešās daļas noteikumiem Konkurences padome var arī aizliegt paziņoto apvienošanos vai arī atļaut to ar saistošajiem noteikumiem. Līdz ar to īstenojot apvienošanos pirms atļaujas saņemšanas tirgus dalībnieks pats apzināti ir uzņēmis finansiālu risku, nesagaidot Konkurences padomes lēmumu.

9. Apvienošanās vērtējums

Lietas izpētes laikā Konkurences padome ieguva informāciju par tirgus dalībnieku apgrozījumu 2010.gadā, ieskaitot septembri, sadalījumā pa mēnešiem. Minētā informācija apkopota tabulā Nr.3.

Tabula Nr.3

Siguldas lielāko mazumtirgotāju apgrozījums 2010.gada augustā un septembrī

Uzņēmuma nosaukums	Augusts		Septembris		Apgrozījuma samazinājums septembrī salīdzinot ar augustu (%)
	Apgrozījums	Tirgus daļa %	Apgrozījums	Tirgus daļa %	
SIA „MADARA 89”	(*)	(*) (<20)	(*)	(*) (<10)	(*) (<20)
SIA „MAXIMA Latvija”	(*)	(*) (<20)	(*)	(*) (<20)	(*) (<10)
SIA „Rimi Latvija”: Supernetto	(*)	(*) (<30)	(*)	(*) (<40)	(*) (<30)
SIA „Rimi Latvija” supermārketi			(*)		
SIA „VITA mārketi” Nr.1	(*)	(*) (>30)	(*)	(*) (<30)	(*) (<40)
SIA „VITA mārketi” Nr.2 ¹⁷	(*)		(*)		(*) (<40)
SIA „Segevolde” Nr.1 ¹⁸	(*)	(*) (<10)	(*)	(*) (<10)	-
SIA „Segevolde” Nr.2 ¹⁹	(*)		(*)		(*) (<20)
SIA „Segevolde” Nr.3 ²⁰	(*)		(*)		(*) (<20)
SIA „Segevolde Nr.4 ²¹ (Madara)	(*)		(*)		(*) (<20)
SIA „Segevolde” ²² (Parks)	(*)		(*)		(*) (<10)
SIA „Segevolde” ²³	(*)		(*)		(*) (<30)
SIA „Zemniecība”	(*)	(*) (<10)	(*)	(*) (<10)	

Vērtējot situāciju pirms un pēc apvienošanās, secināms, ka apvienošanās rezultātā Lietā definētajā mazumtirdzniecības tirgū, t.i., ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorijā, kā arī daļā Līgatnes, Amatas, Krimuldas un Inčukalna novada teritorijas, ir notikusi koncentrācija, kuras rezultātā SIA „RIMI Latvia” tirgus daļa strauji palielinājās no (*) (<30%) līdz aptuveni 30 - 40% (augustā tā bija (*) (<30%), bet septembra mēnesī (*) (<40%)). Turklāt galvenā konkurenta - SIA „VITA mārketi”- tirgus daļa augustā pārsniedza 30%, bet septembra laikā tā ir strauji samazinājusies. Mazākā mērā ir samazinājušās arī citu tirgus dalībnieku tirgus daļas. Aprēķinot minētās tirgus daļas, pamatā tika ņemts vērā tikai Siguldas pilsētā esošo lielāko tirgus dalībnieku veikalu apgrozījums (izņēmums ir SIA „Segevolde), jo citās administratīvajās teritorijās, kas iekļautas Lietā definētajā konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, atrodošies mazumtirdzniecības uzņēmumi ir vērtējami kā tirgus dalībnieki, kas sava izmēra un nelielās tirgus daļas dažādu preču iepirkuma tirgū dēļ nevar radīt konkurences spiedienu apvienošanās

¹⁷ Veikals, kas atrodas tiešā abu SIA „RIMI Latvia” veikalu tuvumā.

¹⁸ Veikals „Centrs”, Ausekļa iela 7, Sigulda.

¹⁹ Veikals „Vējupīte”, Zinātnes iela 1, Peltes, Siguldas novads.

²⁰ Veikals „Raganas Centrs”, Ragana, Krimuldas novads.

²¹ Veikals „Madara”, Pulkveža Brieža ielā 26, Sigulda.

²² Veikals „Parks”, A.Kronvalda iela 1, Sigulda.

²³ Veikals „Jūdaži”, Jūdaži 6/a, Siguldas novads.

dalībniekiem un to tiešajiem konkurentiem. Līdz ar to šos tirgus dalībniekus pēc būtības nevar uzskatīt par lielveikaliem.

Apvienošanās procesa īstenošanas rezultātā SIA „RIMI Latvia” ir kļuvusi par lielāko konkrētā tirgus dalībnieku. SIA „VITA mārkets”, kas bija lielākais tirgus dalībnieks pirms apvienošanās, vieta un nozīme konkrētajā tirgū ir strauji samazinājusies. SIA „VITA mārkets” konkurētspēja ir ierobežota gan tāpēc, ka tā nevar konkurētspējīgi iepirkt sev nepieciešamās preces, jo tā ietilpst SIA „Pārtikas tirdzniecības apvienība” (pārvalda „ELVI”²⁴ zīmolu), kas ir ievērojami mazāks tirgus dalībnieks otrajā lietā definētajā konkrētajā tirgū, t.i., dažādu preču iepirkuma tirgū, nekā SIA „RIMI Latvia”, gan sava finansiālā stāvokļa dēļ. Kā uzskatāms pierādījums ierobežotajai konkurētspējai un SIA „VITA mārkets” vietai un nozīmei konkrētajā tirgū ir fakts, ka SIA „VITA mārkets” tirgus daļa būtiski samazinās. Turklāt šis samazinājums ir vislielākais no Lietas izpētes laikā aptaujāto tirgus dalībnieku apgrozījumu samazinājumiem.

Konkrētās apvienošanās izvērtēšanā Konkurences padome ņem vērā arī Lēmuma 6.punktā iekļauto informāciju, kas liecina, ka SIA „RIMI Latvia” ir viens no diviem lielākajiem Latvijas mazumtirgotājiem. SIA „RIMI Latvia” un SIA „MAXIMA Latvija” tirgus daļas 2009.gadā ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē bija robežās no 30-40%, savukārt pārējo tirgus dalībnieku tirgus daļas minētajā laika periodā nerasniedza 10% robežu. Minētais fakts rada SIA „RIMI Latvija” būtiskas konkurences priekšrocības, salīdzinot ar tās mazākajiem konkurentiem, kuru skaitā ir arī SIA „VITA mārkets”.

Ievērojot norādīto un ņemot vērā konkurences apstākļus ikdienas preču mazumtirdzniecības tirgū Latvijas teritorijā kopumā, secināms, ka fakts, ka SIA „RIMI Latvia” Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorijā, kā arī daļā Līgatnes, Amatas, Krimuldas un Inčukalna novada teritorijas, ir kļuvusi par lielāko konkrētā tirgus dalībnieku, rada draudus efektīvas konkurences pastāvēšanai šajā konkrētajā tirgū, jo ir tikai nedaudz tirgus dalībnieki, kurus var uzskatīt par apvienošanās dalībnieku pietiekami efektīviem konkurentiem. Turklāt, kā iepriekš konstatēts, daļai no tiem konkurētspēja ir ierobežota.

Ievērojot augstāk minēto, apvienošanās rezultātā SIA „RIMI Latvia” kā tirgus dalībnieka pozīcijas minētajā konkrētajā tirgū ir pastiprinājušās un nostiprināsies, jo pārējie konkrētā tirgus dalībnieki dēļ to nepietiekamās konkurētspējas nevar radīt nepieciešamo konkurences spiedienu uz apvienošanās dalībniekiem.

Vērtējot potenciālo konkurences spiedienu konkrētā segmentā, secināms, ka tas ir nebūtisks, jo tirgus situācija rāda, ka jauni konkurenti konkrētajā mazumtirdzniecības tirgū praktiski neienāk. Ņemot vērā Lietas izpētes laikā iegūto informāciju secināms, ka pagaidām vienīgais efektīvais konkurents, kas, atverot pietiekami lielu veikalu Siguldā, varētu būtiski mainīt situāciju Lietā definētajā konkrētajā tirgū, ir SIA „MAXIMA Latvija”.

Izvērtējot situāciju otrajā Lietā definētajā konkrētajā tirgū, t.i., dažādu preču iepirkuma tirgū, secināms, ka nedaudz pieaugs SIA „RIMI Latvia” tirgus daļa šajā tirgū, jo pieaugs iepērkamo ikdienas patēriņa preču kopējais apjoms.

²⁴ 2009.gadā kā salīdzinoši nozīmīgs tirgus dalībnieks bija SIA „ELVI Grupa”, kurai ir uzsākts maksātspējas process. Līdz ar maksātspējas procesa uzsākšanu tiesības pārvaldīt Elvi mazumtirdzniecības veikalu tīkla zīmolu „ELVI”, ieskaitot franšīzes līgumu slēgšanu, zīmola uzturēšanu, mārketinga pakalpojumu un vienotā iepirkuma sniegšanu, IT un tirdzniecības pakalpojumu nodrošināšanu u.c. darbības, pārgāja SIA „Pārtikas tirdzniecības apvienība”.

Ņemot vērā visu iepriekš minēto, Konkurences padome secina, ka apvienošanās rezultātā nostiprināsies ar apvienošanās dalībnieku saistītā tirgus dalībnieka SIA „RIMI Latvia” tirgus vara ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus lielveikalu vidē Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorijā, kā arī daļā Līgatnes, Amatas, Krimuldas un Inčukalna novada teritorijas, radot draudus, ka no tirgus varētu tikt izspiesti esošie tuvākie konkurenti. Līdz ar to SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” apvienošanās rezultātā varētu būtiski samazināties konkurence minētajā konkrētajā tirgū.

Tādējādi, lai novērstu apvienošanās iespējamās nelabvēlīgās sekas, t.i., konkurences samazināšanos konkrētajā tirgū, ir nepieciešams radīt aizsardzības pasākumus – noteikt saistošos noteikumus, kas novērstu potenciālās negatīvās sekas lietā definētajā mazumtirdzniecības tirgū un nodrošinātu, ka apvienotais tirgus dalībnieks nevarētu radīt šķēršļus ieiešanai attiecīgajos konkrētajos tirgos.

Lietas izpētes gaitā Konkurences padome ir secinājusi, ka šajā konkrētajā gadījumā kā saistošie noteikumi jānosaka, pirmkārt, pienākums nodrošināt, ka SIA „RIMI Latvia” veikalā, kurš atrodas Siguldā, Strēlnieku ielā 2, tiek rīkotas tikai tādas akcijas un mārketinga aktivitātes, kas vienlaicīgi tiek rīkotas arī visos citos SIA „RIMI Latvia” supermārketos Latvijas teritorijā, nodrošinot, ka netiek īstenota cenu politika, kas vērsta uz konkurentu izspiešanu no konkrētā tirgus. Otrkārt, kā saistošais noteikums jānosaka pienākums telpu nomas līgumu Nr.L-N-03/2010 starp SIA „Ilga-Sigulda” un SIA „Plesko Real Estate”, noslēgt uz trīs gadiem. Minētais trīs gadu termiņš var tikt pagarināts, ar nosacījumu, ja tiek saglabāts pietiekams konkurences līmenis konkrētajā tirgū un ir saņemta Konkurences padomes atļauja. Šādi saistošie noteikumi uzskatāmi par samērīgiem, jo, ņemot vērā lietā konstatētos apstākļus, novērš apvienošanās negatīvās sekas uz konkurenci, vienlaikus nodrošinot apvienošanās dalībnieku intereses attiecībā uz paziņotās apvienošanās īstenošanu.

Līdz ar to saskaņā ar Konkurences likuma 16.panta trešo daļu, kura nosaka, ka *„Konkurences padome ar lēmumu aizliedz apvienošanos, kuras rezultātā rodas vai nostiprinās dominējošais stāvoklis vai var tikt būtiski samazināta konkurence jebkurā konkrētajā tirgū. Konkurences padome var atļaut šādu apvienošanos, nosakot tirgus dalībniekam saistošos noteikumus, kuri novērš apvienošanās negatīvās sekas attiecībā uz konkurenci”*, Konkurences padome uzskata, ka nepieciešams apvienošanās dalībniekiem uzlikt iepriekš minētos saistošos noteikumus, kurus izpildot, apvienošanās neradīs negatīvas sekas konkurenci lietā definētajā mazumtirdzniecības tirgū.

Ņemot vērā iepriekš minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 6.panta pirmās daļas 4.punktu, 8.panta pirmās daļas 5.punktu, 15.panta pirmās daļas 3.punktu, otro daļu un otro prim daļu un 16.panta trešo daļu, Konkurences padome

n o l ē m a:

1. Atļaut apvienošanos, kas paredzēta SIA „Plesko Real Estate” iegūstot tiesības izmantot SIA „Ilga – Sigulda” aktīvus, nosakot apvienošanās dalībniekiem un to saistītajiem tirgus dalībniekiem saistošos noteikumus. Vienīgi izpildot šī lēmuma nolemjotās daļas 2.punktā noteiktos saistošos noteikumus, apvienošanās ir uzskatāma par tādu, kuras rezultātā būtiski nesamazināsies konkurence ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē

Siguldas pilsētas un Siguldas novada teritorijā, kā arī daļā Līgatnes, Amatas, Krimuldas un Inčukalna novada teritorijā.

2. Noteikt šādus saistošos noteikumus apvienošanās dalībniekiem un ar apvienošanās dalībniekiem saistītajiem tirgus dalībniekiem:
 - 2.1. nodrošināt, ka SIA „RIMI Latvia” veikalā, kurš atrodas Siguldā, Strēlnieku ielā 2, tiek rīkotas tikai tādas akcijas un mārketinga aktivitātes, kas vienlaicīgi tiek rīkotas arī visos citos SIA „RIMI Latvia” supermārkētos Latvijas teritorijā, nodrošinot, ka netiek īstenota cenu politika, kas vērsta uz konkurentu izspiešanu no konkrētā tirgus;
 - 2.2. telpu nomas līgumā Nr.L-N-03/2010, kas noslēgts starp SIA „Ilga-Sigulda” un SIA „Plesko Real Estate”, paredzēt, ka SIA „Plesko Real Estate” nomā telpas Siguldā, Strēlnieku ielā 2, uz trīs gadiem.
3. 2.2.punktā noteiktais telpu nomas līguma termiņš var tikt pagarināts, apvienošanās dalībniekiem pirms termiņa notecēšanas saņemot no Konkurences padomes atļauju.

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

(*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja

I. Jaunzeme