



Latvijas Republikas Senāts
RĪCĪBAS SĒDES LĒMUMS
Rīgā 2022.gada 30.augustā

[1] Pieteicēja SIA „Plesko Real Estate” iesniegusi kasācijas sūdzību par Administratīvās apgabaltiesas 2022.gada 10.marta spriedumu, ar kuru noraidīts tās pieteikums par Konkurences padomes 2017.gada 12.janvāra lēmuma Nr. 2 (prot. Nr. 3, 2.§) atzīšanu par prettiesisku.

Ar minēto lēmumu Konkurences padome aizliedza apvienošanos, kur SIA „Plesko Real Estate” iegūtu izmantošanas (nomas) tiesības uz mazumtirdzniecības telpām Ieriķu ielā 3, Rīgā, multifunkcionālajā iepirkšanās centrā *Domina Shopping*.

Tiesa atzina, ka izmantošanas (nomas) tiesību uz mazumtirdzniecības telpām Ieriķu ielā 3, Rīgā, multifunkcionālajā iepirkšanās centrā *Domina Shopping* iegūšana ir uzskatāma par apvienošanos Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punkta izpratnē, vienam tirgus dalībniekam iegūstot cita tirgus dalībnieka aktīvu daļu, un Konkurences padome pamatoti secinājusi, ka šī apvienošanās atbilstoši Konkurences likuma 16.panta trešajai daļai ir aizliedzama, jo tā var būtiski samazināt konkurenci lietā identificētajā konkrētajā tirgū.

[2] Pieteicēja apgalvo, ka tiesa nav pārbaudījusi, vai pārsūdzētajā lēmumā metodoloģiski pareizi definēts konkrētās preces tirgus.

Pamatojot šo apgalvojumu, pieteicēja norāda, ka par pamatojumu konkrētā tirgus noteikšanai nevar kalpot atsevišķu ar Latvijas faktiskajiem apstākļiem nesamērotu piemēru uzskaitījums. Pieteicēja vērs uzmanību, ka tiesa tam nav piešķīrusi nozīmi, vienīgi norādot, ka katrā gadījumā ir pieļaujams izdarīt citus secinājumus. Pieteicēja, nenoliedzot šādas pieejas pareizību, tomēr uzsver, ka arī tad, ja katrā gadījumā ir pieļaujams atšķirīgs vērtējums, tad tam ir jābūt pienācīgi pamatotam. Arī pārējie Konkurences padomes lēmumā izvirzītie argumenti, kuriem savu vērtējumu sniedz tiesa, pieteicējas ieskatā ir kazuistiski, un iestāde nesniedz tiem strukturētu vērtējumu, savukārt tiesa neskaidro, vai tie ir piemēroti konkrētās preces tirgus noteikšanai.

Senatoru kolēģija atzīst, ka šie pieteicējas apsvērumi ir vispārīgi, turklāt tie ir pretēji sprieduma tekstam, līdz ar to tie nevar liecināt par tiesas pieļautu tiesību normu pārkāpumu. Proti, Konkurences padome nav atzinusi, ka hipermarketi konkurē ar supermarketiem un citiem veikaliem, kuru platība ir virs 600 m² vai kuru piedāvātais sortimenta vienību skaits mēnesī pārsniedz 6000 vienības, tikai balstoties uz ārvalstu praksi. To, citstarp atbildot uz līdzīga rakstura pieteicējas argumentu, ir konstatējusi arī tiesa, norādot, kādi noskaidrotie apstākļi ir ņemti vērā, nosakot konkrētās preces tirgu, un atzīstot tos par tādiem, kas racionāli var pamatot Konkurences padomes izvēli iekļaut konkrēta formāta veikalus konkrētās preces tirgū.

Savukārt, apgalvojot, ka pārējie Konkurences padomes lēmumā izvirzītie argumenti, kuriem savu vērtējumu sniedz tiesa, ir kazuistiski, un iestāde nesniedz tiem strukturētu

vērtējumu, savukārt tiesa neskaidro, vai tie ir piemēroti konkrētās preces tirgus noteikšanai, pieteicēja vienīgi pauž neargumentētu viedokli, jo nekādi nepamato, kāpēc iestādes argumenti vērtējami kā kazuistiski un kāpēc iestādes noskaidrotie apstākļi nevar kalpot par pamatu konkrētās preces tirgus noteikšanai, ko – tieši pretēji – ir atzinusi tiesa. Turklāt pieteicēja nav skaidrojusi, ko tā saprot ar „pienācīgu pamatojumu”. Senatoru kolēģija secina, ka pieteicēja vienīgi pauž vispārīgu nepieņemšanu tiesas spriedumam, bet nepamato, kāpēc spriedums nav pareizs.

Pieteicēja arī norāda, ka Konkurences padome nav novērtējusi pieprasījuma aizstājamību starp iestādes noteiktajiem veikaliem (kuru platība ir virs 600 m² vai kuru piedāvātais sortimenta vienību skaits mēnesī pārsniedz 6000 vienības) un pārējiem veikaliem (kuri esot ārpus konkrētās preces tirgus). Kā tas saprotams no kasācijas sūdzības, šo pārmetumu Konkurences padomei (un secīgi – tiesai) pieteicēja saista ar to, ka lietas gaitā nav noskaidrota pieprasījuma aizstājamība konkrētā veidā, proti, veicot spekulatīvu eksperimentu, kura ietvaros tiek radītas nelielas, bet pastāvīgas relatīvo cenu izmaiņas un tiek novērtēta klientu iespējamā reakcija uz šādu cenu paaugstinājumu (acīmredzami domāts hipotētiskā monopolista jeb SSNIP (*Small but Significant Non-transitory Increase in Price*) tests), tādējādi izlaižot būtisku analītisko posmu konkrētā tirgus noskaidrošanā.

Senatoru kolēģija vērs uzmanību, ka SSNIP tests ir tikai viens no veidiem, kā tiek noteikta pieprasījuma aizstājamība. Tas ir uzsvērts Eiropas Komisijas paziņojuma 15.punktā, uz kuru atsaukusies pieteicēja kasācijas sūdzībā (Komisijas Paziņojums par jēdziena „konkrētais tirgus” definīciju Kopienas konkurences tiesībās (97/C 372/03)). Turklāt no minētā paziņojuma 25.punkta izriet, ka dažādu kritēriju un pierādījumu izmantošana aizstājamības noskaidrošanai ir atkarīga no konkrētās lietas faktiskajiem apstākļiem, un tādējādi Komisija ievēro atvērtu pieeju empīriskiem pierādījumiem un neievēro stingru dažādu informācijas avotu vai pierādījumu veidu hierarhiju. Arī Vispārējā tiesa ir atzinusi: lai gan SSNIP tests ir atzīta konkrētā tirgus noteikšanas metode, tā nav vienīgā metode, kas ir Komisijas rīcībā, un Komisija var izmantot arī citus instrumentus, piemēram, tirgus izpēti vai patērētāju un citu konkurentu viedokļa novērtējumu (*Vispārējās tiesas 2017.gada 11.janvāra sprieduma lietā „Topps Europe”, T-699, ECLI:EU:T:2017:2, 82.punkts*). Uz šādu Vispārējās tiesas praksi ir norādīts arī juridiskajā literatūrā, kur atzīmēts: lai gan SSNIP tests ir atzīta konkrētā tirgus noteikšanas metode, tā tomēr nav neaizstājama. Lai gan tagad varētu tikt sagaidīts, ka Komisija šo testu piemēros vienmēr, ja vien tam ir nepieciešamie dati, tomēr tai nav šāda pienākuma, ja tests nebūtu lietderīgs (*Jones A., Sufrin B., Dunne N. EU Competition Law. 7th ed. Oxford University Press, 2019, 107.lp.*).

Ievērojot minēto, pieteicējai būtu īpaši jāpamato, kāpēc šajā lietā ir derīga tikai tās nosauktā pieprasījuma aizstājamības noteikšanas metode, bet Konkurences padomes piemērotās metodes ir nederīgas un nevarēja novest pie ticama rezultāta. Šāda pamatojuma kasācijas sūdzībā nav, tieši pretēji – pieteicēja radījusi iespaidu, ka SSNIP metode ir obligāts konkrētās preces tirgus noteikšanas analītiskais posms, kas tomēr tā nav. Savukārt attiecībā uz Konkurences padomes piemēroto metodoloģiju pieteicēja paudusi vienīgi viedokli, ka Konkurences padome ir tikai centusies aprakstīt savu redzējumu tam, kādi faktori šobrīd, bez izmaiņām tirgū, ietekmē patērētāja izvēli, tādējādi izdarot atsevišķus novērojumus, uz kuriem balstīts pieņēmums, ka konkrētās preces tirgus ir definēts pareizi.

[3] Apgabaltiesa, vērtējot pieteicējas argumentus, kas balstīti uz ekonomista J. Romanenkova ekonomiskās analīzes secinājumiem, kas izdarīti, pamatojoties uz viņa analizētajiem *Rimi* lojalitātes karšu datiem, norādījusi, ka jau lietas izskatīšanas laikā pieteicēja atsaukusies uz saviem secinājumiem par *Rimi* lojalitātes karšu datiem, taču pieteicēja iestādei lietas izskatīšanas laikā nav sniegusi informāciju par *Rimi* lojalitātes karšu datu apkopošanas iespējām, tā nav norādījusi metodoloģiju šo datu apkopošanai un izmantošanai, kā arī nav sniegusi šo datu apkopojumu. Tā kā minētā informācija nav tikusi sniegta un iestādei šos datus nebija iespējams pārbaudīt, apgabaltiesa atzina, ka pieteicējas argumenti, kas balstīti uz nepārbaudītiem datiem, ir nepamatoti.

Iebilstot šiem apgabaltiesas apsvērumiem, pieteicēja norāda, ka apgabaltiesa nepamatoti ignorējusi pieteicējas iesniegtos datus. Pieteicēja to pamato ar to, ka šie dati netika iesniegti pirms pārsūdzētā lēmuma sagatavošanas tā iemesla dēļ, ka Konkurences padomei līdz šim bijusi cita konkrētās preces tirgus noteikšanas prakse, un tikai tad, kad pieteicēja saņēmusi iestādes paziņojumu, ka ir iegūta informācija, kas nepieciešama lēmuma pieņemšanai, tā tikusi informēta, ka lietā izmantojama cita konkrētās preces tirgus definīcija. Tādēļ visi pierādījumi, īpaši ekonomista ziņojums, un argumenti, ar kuriem pieteicēja atspēko pārsūdzētajā lēmumā izmantoto konkrētās preces tirgus definīciju, ir iesniegti pēc lietas izmeklēšanas pabeigšanas iestādē. Pieteicēja norāda, ka tā ir vērsusi tiesas uzmanību uz šiem apstākļiem.

Senatoru kolēģija atzīst, ka šis pieteicējas arguments ir nepamatots, jo tas neatbilst lietas apstākļiem. Senatoru kolēģija konstatē, ka Konkurences padome jau lietas izpētes gaitā ir aicinājusi pieteicēju skaidrot, kādā formātā tiek glabāti un apstrādāti *Rimi* lojalitātes karšu dati, kā arī kāda informācija no *Rimi* datu bāzēm ir pieejama un apkopojama, tostarp ierosinot arī klātienē tikšanos, kuras ietvaros pieteicēja varētu demonstrēt, kādā formā dati tiek apkopot. Taču pieteicēja tikšanās laikā norādījusi, ka dati no *Rimi* lojalitātes kartēm Konkurences padomes amatpersonu norādītajā veidā nav pieejami un to apkopošanai būtu nepieciešams laukietilpīgs, manuāls darbs (*Konkurences padomes amatpersonas 2016.gada 9.septembra e-pasta vēstule pieteicējas pārstāvei, lietas 6.pielikuma 117.lp., kā arī pārsūdzētā lēmuma 148.rindkopa*). Tātad jau lietas izpētes gaitā iestādē pieteicējai bija zināms, kādi dati iestādi varētu interesēt. Tāpat arī jāvērs uzmanība, ka pieteicējai pēc iestādes paziņojuma, ka ir iegūta informācija, kas nepieciešama lēmuma pieņemšanai, bija tiesības iepazīties ar lietu, sniegt savu viedokli un papildu informāciju (Konkurences likuma 26.panta septītā daļa), par ko pieteicēja ir informēta arī tai izsniegtajā paziņojumā. Turklāt senatoru kolēģija nevar neatzīmēt, ka tiesa ir novērtējusi pieteicējas iesniegtos ekonomista J. Romanenkova ekonomiskās analīzes secinājumus pamatojošos datus, neatzīstot tos par reprezentatīviem, tā kā tie aptver īsu laika periodu. Par šiem tiesas apsvērumiem kasācijas sūdzībā argumentu nav.

[4] Pieteicēja norāda, ka tiesa nav pārbaudījusi, vai pārsūdzētajā lēmumā metodoloģiski pareizi definēts konkrētais ģeogrāfiskais tirgus.

Pamatojot šo apgalvojumu, pieteicēja argumentē, ka Konkurences padome konkrētā ģeogrāfiskā tirgus noteikšanai izohrona metodi piemērojusi nepareizā veidā. Lai arī par pašas metodes piemērotību strīda nav, tomēr strīds ir par izmantotajiem datiem – kuriem datiem ir nozīme un kuriem – nav. Pieteicēja lietas gaitā norādījusi uz apstākļiem, kas būtu jāņem vērā konkrētā ģeogrāfiskā tirgus noteikšanā, taču pieteicējas ieskatā tiesa šos apsvērumus nav iztīrījusi un paskaidrojusi, kāpēc šie aspekti nebūtu jāņem vērā. Pieteicēja arī uzsver, ka tiesai bija jāpārbauda, vai iestādes argumenti ir strukturēti un balstīti avotos. Tiesa nav pārbaudījusi

pieteicējas argumentāciju par pārsūdzētajā lēmumā pieļautiem metodoloģiskiem trūkumiem konkrētā ģeogrāfiskā tirgus noteikšanā. Neņemot vērā minēto, kā arī atzītas vadlīnijas šai sakarā, tiesas analīze un secinājumi par konkrēto ģeogrāfisko tirgu ir atzīstami par patvaļīgiem.

Pieteicēja, balstoties uz teorētiskiem apsvērumiem, akcentē, ka, nosakot konkrētā ģeogrāfiskā tirgus robežas, nozīme ir tieši patērētāju uzvedībai, kas līdz ar to arī jāanalizē. Šai sakarā pieteicēja ieskicē piemērus par patērētāju uzvedību kontekstā ar lielveikalu izvietojumu un to pieejamību, līdz ar to – konkrētu lielveikalu salīdzināmību un to apgrozījuma ņemšanu vērā konkrētajā lietā. Pieteicēja pēc būtības norāda, ka atsevišķu lielveikalu apgrozījums, ņemot vērā patērētāju uzvedību, veidojas no daudz plašāka konkrētā ģeogrāfiskā tirgus, nekā tas noteikts šajā lietā, līdz ar to vismaz daļu no šo lielveikalu apgrozījuma nevar ņemt vērā šajā lietā. Pieteicēja pārmet tiesai, ka tā formāli pievienojusies Konkurences padomes pieejai definīciju papildīšanā ar saturu un tas varēja novest pie nepareizas lietas izspriešanas. Turpinot, pieteicēja norāda, ka Konkurences padome konkrēto ģeogrāfisko tirgu ir noteikusi formāli, konstruējot tādu ietekmēto zonu, kurā ietilpst tirdzniecības vietas, kuru apgrozījums pamatā veidojas no citās ģeogrāfiskajās teritorijās dzīvojošiem patērētājiem. To pamatojot, pieteicēja norāda uz iestādes izmantotās pieejas nepareizību, kas tādējādi novedis pie palielinātas pieteicējas tirgus daļas un mākslīgi samazinātas *Maxima* tirgus daļas. Nepareizība izpaudusies tādējādi, ka arī tad, ja tiek izmantoti automatizēti rīki automašīnu vadītāju uzvedības noteikšanai, Konkurences padomei būtu jāpārbauda, vai visi šādi rezultāti ir ticami no Rīgas iedzīvotāju skatupunkta. Nav pamata definēt konkrēto ģeogrāfisko tirgu tādējādi, ka ņem vērā tirdzniecības vietas, kuras atrodas uz robežas ar citiem ģeogrāfiskajiem tirgiem un kuras apmeklē lielākoties patērētāji no citiem ģeogrāfiskajiem tirgiem. Pieteicēja norāda arī, ka nav saprotams, kādēļ iestāde izmanto automatizētus rīkus, tajos ieprogrammējot vidējo braukšanas ātrumu 50 km/h un kā būtu jāanalizē ģeogrāfiskais tirgus paaugstinātas automašīnu braukšanas intensitātes apstākļos. Taču tiesa aprobežojusies ar vērtējumu, kurā uzskaita, ko iestāde ir vērtējusi un, pamatojoties uz to, izdara slēdzienu, ka tas ir pareizi un pietiekami. Pieteicēja secina, ka spriedumā nav pamatojuma tiesas vērtējumam un iemesliem, kādēļ iestādes argumenti būtu pareizi vai pietiekami.

[5] Novērtējot kasācijas sūdzības argumentus, kas saistās ar konkrētā ģeogrāfiskā tirgus noteikšanu, senatoru kolēģija atzīst, ka turpmāk minēto iemeslu dēļ tie nevar kalpot par pamatu kasācijas tiesvedības ierosināšanai.

Pieteicēja, norādot, ka tiesai bija jāpārbauda, vai iestāde ir vadījusies no strukturētiem un avotos balstītiem argumentiem, kā arī jāievēro noteiktas vadlīnijas, nav pamatojusi, kas ir šie avoti un vadlīnijas, un kā izpaužas strukturizētā pieeja. Tādējādi arguments nav balstīts juridiskā pamatojumā un ir vispārīgs. Vienlaikus senatoru kolēģija vērs uzmanību, ka Senāta uzdevums nav lietas materiālos atrast pieteicējas apsvērumus, kas, iespējams, izskanējuši lietas gaitā un kas detalizētāk varētu izskaidrot kasācijas sūdzības argumentus, jo tādējādi Senāts iestātos kasatora vietā un patstāvīgi veidotu kasācijas sūdzības argumentāciju.

Savukārt saistībā ar argumentu, ka tiesa nav izvērtējusi pieteicējas norādītos apstākļus, kas būtu jāņem vērā, nosakot konkrēto ģeogrāfisko tirgu (proti, piemērojot izohrona metodi, būtu jāvērtē patērētāju, kuri pārvietojas ar sabiedrisko transportu, nokļūšanas līdz iepirkšanās centram *Domina Shopping* loģiskums, kā arī tas, vai ir pamats sagaidīt, ka patērētājs, kurš strādā pie iepirkšanās centra *Alfa*, dosies uz iepirkšanās centru *Domina Shopping*, un vai sastrēgumu laikā patērētājs apsvērs iespēju apmeklēt iepirkšanās centru *Domina Shopping*), senatoru

kolēģija konstatē, ka tieši šādus pieteicējas argumentus, kuri izskanējuši tiesas sēdes gaitā pieteicējas sniegto paskaidrojumu laikā, tiesa spriedumā nav apsvērusi.

Vērtējot to, vai šāds pieteicējas arguments var radīt šaubas par sprieduma tiesiskumu, senatoru kolēģija vērš uzmanību uz to, ka Konkurences padome iepirkšanās centra *Domina Shopping* aptveršanas zonu noteica, izmantojot izohrona metodi, kā arī analizējot *Prisma* lojalitātes karšu datus, no kuriem bija iespējams izsecināt, kādu lokāciju iedzīvotāji visbiežāk iepērkas *Prisma* veikalā. Savietojot šos datus, Konkurences padome nonāca pie secinājuma, ka iepirkšanās centra *Domina Shopping* aptveršanas zonu veido 13 minūšu brauciena izohrons. Tātad, analizējot *Prisma* lojalitātes karšu datus, Konkurences padome faktiski ieguva datus par patērētāju paradumiem, par pārvietošanos no dzīvesvietas līdz iepirkšanās centram *Domina Shopping*. Tostarp tika iegūti dati par iepirkšanās centru *Alfa* un *Origo* tuvumā dzīvojošiem patērētājiem, kuri dodas iepirkties uz iepirkšanās centru *Domina Shopping*. Līdz ar to pieteicējai vispirms bija jāizvirza juridiski argumenti, lai atspēkotu *Prisma* lojalitātes karšu datu analīzes rezultātā izdarītos secinājumus, citstarp pamatojot, kāpēc būtu uzskatāms, ka šie dati nespēj atspoguļot pieteicējas minētos apstākļus. Taču kasācijas sūdzībā lojalitātes karšu datu izmantošana un secinājumi par tiem vispār nav ne analizēti, ne kritizēti. Tā vietā pieteicēja vienīgi izvirza Konkurences padomes piemērotajai metodoloģijai, ko par pamatotu un objektīvu atzinusi tiesa, alternatīvus un kazuistiskus argumentus, kas tādējādi liecina par vispārīgu nepiepriekšēju tiesas spriedumam, bet nevar radīt pamatotas šaubas par sprieduma tiesiskumu.

Novērtējot pieteicējas argumentu grupu, ar kuru pieteicēja pamato, ka no konkrētā ģeogrāfiskā tirgus būtu izslēdzami noteikti veikali, jo to apgrozījums pamatā veidojas no tādu patērētāju pirkumiem, kuri dzīvo ārpus lietā noteiktā ģeogrāfiskā tirgus, senatoru kolēģija atzīst, ka tie nerada šaubas par sprieduma tiesiskumu. Senatoru kolēģija vērš uzmanību, ka konkrētais ģeogrāfiskais tirgus noteikts ar izohrona metodi, atbilstoši kurai Konkurences padome noteica laika sprīdi, kuru patērētājs ir gatavs veltīt, lai nokļūtu līdz iepirkšanās centram *Domina Shopping*. Savienojot visus punktus, kurus var sasniegt no šā konkrētā iepirkšanās centra noteiktā laika periodā, izveidojas šā iepirkšanās centra aptveršanas zona, proti, zona, no kuras klienti ir gatavi doties uz šo konkrēto iepirkšanās centru. Atskaites punkts, attiecībā pret kuru noteikta patērētāju uzvedība, ir aktīvu, kuri tiek iegūti apvienošanās rezultātā, lokācija. Tādējādi pieteicējai būtu jāsniedz argumenti, kāpēc šādos apstākļos juridiski nozīmīgi ir apsvērumi par konkrēto veikalu, kas atrodas iepirkšanās centra *Domina Shopping* aptveršanas zonā, apgrozījuma veidošanās apstākļiem, lai no 13 minūšu izohrona izslēgtu konkrētos pieteicējas minētos veikalus. Šādu argumentu kasācijas sūdzībā nav. Pieteicēja vienīgi ir izvirzījusi alternatīvus un kazuistiskus argumentus, kas pamato pieteicējas viedokli, bet pēc būtības nav iebildusi nedz pret izohrona metodes piemērošanu (ko tiešā tekstā arī atzinusi kasācijas sūdzībā), nedz arī izvirzījusi juridiski pamatotus argumentus, kas radītu šaubas par šīs metodes piemērošanas pareizību. Šādos apstākļos atzīstams, ka kasācijas sūdzībā nav juridiski nozīmīgu argumentu, kas liktu šaubīties par sprieduma, ar kuru izohrona metodes piemērošana atzīta par pareizu, tiesiskumu.

Pieteicēja arī izsaka vispārīgu neizpratni par vidējo braukšanas ātrumu, kāds izmantots, nosakot izohronu, un kā būtu jāanalizē ģeogrāfiskais tirgus paaugstinātas automašīnu braukšanas intensitātes apstākļos. Atbildot uz šo argumentu, senatoru kolēģija, pirmkārt, norāda, ka tas vienīgi liecina par pašas pieteicējas šaubām, taču nepamato, kāpēc šādu datu izmantošana būtu nepareiza. Otrkārt, tiesa uz šo argumentu ir sniegusi savus apsvērumus, taču

pieteicēja kasācijas sūdzībā tos neatspēko. Līdz ar to arī šis arguments nevar būt pamats kasācijas tiesvedības ierosināšanai.

[6] Kopumā novērtējot kasācijas sūdzību, senatoru kolēģija secina, ka pēc būtības pieteicējas mērķis ir panākt, ka Senāts patstāvīgi, proti, nepastāvot juridiski pamatotām un pārbaudāmām šaubām par konkrētās preces tirgus un konkrētā ģeogrāfiskā tirgus noteikšanā piemērojamo kritēriju, metodoloģijas un apstākļu pareizību, izstrādātu šajā lietā piemērojamu konkrētā tirgus noteikšanas standartu un pārbaudītu, vai iestādes piemērotie kritēriji, metodoloģija un apstākļi tam atbilst. Taču tā būtu lietas izskatīšana pēc būtības.

[7] Ievērojot minēto, senatoru kolēģija atzīst, ka kasācijas sūdzībā norādītie apsvērumi nerada šaubas par pārsūdzētā sprieduma tiesiskumu, kā arī nevar radīt pamatu lietas ierosināšanai judikatūras veidošanas vajadzībām. Tas ir pamats atteikt ierosināt kasācijas tiesvedību.

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 338.panta otro daļu un 338.¹panta pirmo daļu, senatoru kolēģija

nolēma

Atteikt ierosināt kasācijas tiesvedību sakarā ar SIA „Plesko Real Estate” kasācijas sūdzību par Administratīvās apgabaltiesas 2022.gada 10.marta spriedumu.

Lēmums nav pārsūdzams.

Senatore Dz. Amerika

Senatore D. Makarova

Senatore I. Višķere