



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. 67

(Prot.Nr.63, 3.§)

2014.gada 11.decembrī

Par tirgus dalībnieku apvienošanu

Lieta Nr.1766/14/7.2.2./6

Par Orkla ASA, AS „Gutta”, SIA „NP Foods”, AS „Staburadze”, UAB „Margiris”, SIA „Detente”, AS „Laima” un to meitas sabiedrību apvienošanu

Satura rādītājs

I	APVIENOŠANĀS DALĪBNIKI	2
II	APVIENOŠANĀS VEIDS	4
III	KONKRĒTIE TIRGI	5
1.	Konkrētie preču tirgi.....	5
2.	Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus.....	5
3.	Konkrētie tirgi	6
IV	APVIENOŠANĀS IETEKMES UZ KONKURENCI IZVĒRTĒJUMS	7
1.	Sulas, nektāri, sulu dzērieni.....	7
2.	Šokolādes konditorejas izstrādājumi.....	9
2.1.	Šokolādes batoniņi, lielkonfektes	11
2.2.	Šokolādes tāfelītes	12
2.3.	Šokolādes kārbas	13
2.4.	Šokolādes konfektes	14
2.5.	Secinājumi par šokolādes konditorejas tirgu	15
3.	Cukura konditorejas izstrādājumi	16
4.	Cepumi, biskvīti un vafeles	18
5.	Mērces.....	19
6.	Pusfabrikāti – gatavas zupas	20
V	PORTFEĻA EFEKTS	20

- 1 Konkurences padome (turpmāk – KP) 26.08.2014. saņēma *ORKLA ASA* ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos ar AS „Gutta”, SIA „NP Foods”, AS „Staburadze”, UAB „Margiris”, SIA „Detente”, AS „Laima” un to meitas sabiedrībām (turpmāk – Ziņojums). Saskaņā ar Ziņojumā norādīto tirgus dalībnieku kopējais neto apgrozījums 2013.gadā Latvijas teritorijā pārsniedz Konkurences likuma (turpmāk – KL) 15.panta otrās daļas 1.punktā noteikto apgrozījuma sliekšni – EUR 35 572 000– un pārņemamo sabiedrību kopējais apgrozījums pārsniedz KL 15.panta otrajā prim daļā noteikto EUR 2 134 000 apgrozījuma apmēru, līdz ar to konkrētā apvienošanās ir paziņojama KP.
- 2 Iepazīstoties ar Ziņojumā sniegto informāciju, KP secināja, ka Ziņojums atbilst Ministru kabineta 29.09.2008. noteikumos Nr.800 „*Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos*” (turpmāk – Noteikumi Nr.800) noteiktajām prasībām un pilna Ziņojuma saņemšanas diena KP ir 26.08.2014.

Izvērtējot Ziņojumā ietverto un KP rīcībā esošo informāciju, KP

konstatēja:

I APVIENOŠANĀS DALĪBNIEMI

- 3 **ORKLA ASA** ir Norvēģijā dibināta un inkorporēta publiska akciju sabiedrība, reģ.Nr.910747711, juridiskā adrese: Nedre Skøyen vei 26, 0213, Oslo un tā ir *Orkla* koncerna vadošā sabiedrība. Koncerns darbojas Skandināvijā, Austrumeiropā (t.sk., Baltijas valstīs), Āzijā, kā arī ASV. Koncerna galvenie darbības virzieni:
 - pārtikas preču ražošana (*Orkla Foods* divīzija, kas galvenokārt darbojas Skandināvijā un Baltijas valstīs – „Pölsamaa Felix” Igaunijā, SIA „Spilva” Latvijā un „Suslavicius-Felix” Lietuvā);
 - konditorejas un uz kodu ražošana (*Orkla Confectionary & Snacks* divīzija, kas galvenokārt darbojas Skandināvijā un Baltijas valstīs – AS „Latfood” Latvijā un AS „Kalev” Igaunijā);
 - mājsaimniecības un mājas preču ražošana (*Orkla Home & Personal* divīzija, kas galvenokārt darbojas Skandināvijā);
 - *Orkla International* divīzija ietver dažādas pārtikas un konditorejas preces, kas tiek ražotas un izplatītas ārpus Skandināvijas un Baltijas valstīm, piemēram, Krievijā (konditorejas un uz kodu ražošana), Polijā un Austrijā;
 - pārtikas izejvielu ražošana un izplatīšana (*Orkla Food Ingredients* divīzija, kas darbojas gan Skandināvijā, gan vairākās citās valstīs, ieskaitot Latviju (SIA „Lanordija”));
 - *Orkla Investments* divīzija ietver dalību uzņēmumos, kas ražo alumīnija risinājumus (50% dalība *Sapa Holding AB* koncernā, kura ietvaros Latvijā darbojas SIA „Sapa Profili”; *Gränges AB* koncerns), dalību hidroenerģijas uzņēmumā, kā arī *Jotun* grupā, kas ražo krāsas un apdares materiālus.
- 4 Latvijā darbojas vairākas *Orkla* koncerna sabiedrības, tajā skaitā SIA „Spilva” (pārtikas produktu ražošana, kā arī *Orkla* koncerna sabiedrību, piemēram, AS „Kalev”, pārtikas preču izplatīšana), AS „Latfood” (kartupeļu čipsu, uz kodu ražošana un izplatīšana), SIA „Latfood Agro” (kartupeļu audzēšana AS „Latfood” vajadzībām), SIA „Lanordija” (maizes izstrādājumiem domātu pārtikas izejvielu vairumtirdzniecība), AS „Alvo Park” (nekustamo īpašumu attīstīšana), SIA „Alvo Park 2” (nekustamā īpašuma pārvaldīšana), SIA „Sapa Profili” (alumīnija profilu tirdzniecība) un SIA „Axellus” (tirgvedības pakalpojumi saistītai koncerna sabiedrībai Lietuvā).
- 5 **SIA „Spilva”** reģ.Nr.50003090101, juridiskā adrese: Zvaigžņu iela 1, Spilve, Babītes pag., Babītes nov., LV-2101. 100% SIA „Spilva” kapitāla daļu pieder sabiedrībai *Orkla Foods*

Sverige AB (Zviedrija), kuras 100% akcijas pieder sabiedrībai *Orkla ASA*. SIA „Spilva” galvenā darbība ir pārtikas produktu (piemēram, tomātu mērču un kečupu, dresingu, majonēzes, sinepju, mārrutku, konservētu dārzeņu un salātu, desertu, sīrupu, gatavo ēdienu, sulu, nektāru un dzērienu, zivju pastēšu, garšvielu u.c. pārtikas preču) ražošana un tirdzniecība/izplatīšana. SIA „Spilva” darbojas kā citu koncerna *Orkla* uzņēmumu, piemēram, „Felix Abba Oy Ab”, AS „Pölsamaa Felix”, AS „Kalev” ražoto pārtikas produktu izplatītājs Latvijā.

- 6 **AS „Latfood”** reģ.Nr.50003167411, juridiskā adrese: „Jaunkūlas-2”, Ādažu nov., LV-2164. 100% AS „Latfood” akciju pieder sabiedrībai *Chips Ab* (Somija), kuras 100% akcijas pieder sabiedrībai *Orkla ASA*. Uzņēmums ražo kartupeļu čipsus, sāļās un saldās uzkodas, riekstus un mērces ar zīmoliem *Ādažu īstie čipsi* Latvijas tirgum un *The original Taffel snacks* eksporta tirgiem.
- 7 **SIA „Latfood Agro”** reģ.Nr.40003633992, juridiskā adrese: „Jaunkūlas-2”, Ādažu nov., LV-2164. 65,75% daļas pieder AS „Latfood” (kas 100% netieši pieder koncernam *Orkla*). Uzņēmums nodarbojas ar dārzeņu (kartupeļu) audzēšanu (galvenokārt pārstrādei čipsos AS „Latfood” vajadzībām) un graudaugu audzēšanu.
- 8 **SIA „Lanordija”** reģ.Nr.40003674543, juridiskā adrese: Ulbrokas iela 44A, Rīga, LV-1021. 100% SIA „Lanordija” kapitāla daļu pieder sabiedrībai *KāKā AB* (Zviedrija), kuras 100% akcijas pieder sabiedrībai *Orkla Brands AS* (Norvēģija), kura savukārt 100% pieder sabiedrībai *Orkla ASA*. Uzņēmums ir maizes izstrādājumiem domātu pārtikas izejvielu, piemēram, rauga, margarīna, maizes uzlabotāju un maisījumu vairumtirgotājs.
- 9 **AS „Alvo Park”** reģ.Nr.40003040518, juridiskā adrese: Pulkveža Brieža iela 27, Rīga, LV-1045. 100% AS „Alvo Park” akciju pieder sabiedrībai *Orkla Eiendom AS* (Norvēģija), kuras 100% akcijas pieder sabiedrībai *Orkla ASA*. Uzņēmums sniedz nekustamā īpašuma attīstības pakalpojumus.
- 10 **SIA „Alvo Park 2”** reģ.Nr.40003853261, juridiskā adrese: Rūpniecības iela 32, Rīga, LV-1045. 100% SIA „Alvo Park 2” daļas pieder AS „Alvo Park” (kas 100% netieši pieder koncernam *Orkla*). Uzņēmums nodarbojas ar nekustamā īpašuma pārvaldīšanu un uzturēšanu.
- 11 **SIA „Sapa Profili”** reģ.Nr.40003691191, juridiskā adrese: Dzelzavas iela 120G, Rīga, LV-1021. 100% daļas pieder *Sapa AB* (Zviedrija), kas 100% pieder *Sapa AS* (Norvēģija), kuras 50% akciju īpašnieks un kopīgas izšķirošas ietekmes turētājs ir *Sapa Holding AB* (Zviedrija) (otri 50% un kopīga izšķiroša ietekme pieder trešajai personai *Hydro ASA*). *Sapa Holding AB* 100% pieder *Industriinvest Orkla ASA* (Norvēģija), kas savukārt 100% pieder *Orkla ASA*. Uzņēmums nodarbojas ar alumīnija profilu vairumtirdzniecību.
- 12 **NP Foods koncerns** ietver plašu darbības spektru un vairākus uzņēmumus, kuru galvenie darbības virzieni ir bezalkoholisko dzērienu (ūdens, sulas, nektāri, sulu dzērieni un atspirdzinoši dzērieni) ražošana (AS „Gutta”), cepumu un vafeļu ražošana (AS „Staburadze”), cukura un šokolādes konditorejas izstrādājumu ražošana (AS „Laima”), konditorejas izstrādājumu (kūkas utt.), svaigas un gatavas lietošanai (pusfabrikāti) pārtikas ražošana (SIA „Staburadzes konditoreja”, UAB „Margiris” (Lietuvā)), šādu augstāk minēto pārtikas preču izplatīšana Baltijas valstīs (SIA „NP Foods”, SIA „NP Logistics”, „NP Foods Eesti OU”, UAB „Margiris”), kā arī specializētu *Laima* mazumtirdzniecības veikalu un kafējnīcu uzturēšanu Latvijā (SIA „Saldumu Tirdzniecība”).
- 13 **AS „Gutta”** reģ.Nr.40003214447, juridiskā adrese: Miera iela 22, Rīga, LV-1001. Pirms apvienošanās pabeigšanas 100% akcijas pieder *Nordic Partners Food Limited*. Uzņēmums ražo bezalkoholiskos dzērienus – dažādas sulas, nektārus, gāzētos bezalkoholiskos dzērienus un ledus tēju (ar zīmoliem *Gutta*, *Rīgas Kvass*, u.c.) un minerālūdeni (ar zīmolu *Everest*) – pēc SIA „NP Foods” pasūtījuma.
- 14 **SIA „NP Foods”** reģ.Nr.40103217882, juridiskā adrese: Sporta iela 2, Rīga, LV-1013. Pirms apvienošanās pabeigšanas 100% daļas pieder *Nordic Partners Food Limited*. Uzņēmumam ir divi galvenie komercdarbības virzieni:
- cukura, šokolādes un cukuroto konditorejas izstrādājumu, kā arī bezalkoholisko dzērienu vairumtirdzniecība (gan vietēja mēroga, gan eksports);

- vadība, informācijas tehnoloģijas, cilvēkresursi un citi atbalsta pakalpojumi radniecīgajiem uzņēmumiem AS „Laima”, AS „Staburadze”, AS „Gutta”, SIA „Staburadzes konditoreja”, SIA „Saldumu Tirdzniecība” un SIA „NP Logistics”.
- 15 **SIA „NP Logistics”** reģ.Nr.40103167666, juridiskā adrese: „Augšvimbas”, Garkalnes nov., LV-2137. 100% daļas pieder SIA „NP Foods”, kas savukārt pirms apvienošanās pabeigšanas 100% pieder *Nordic Partners Food Limited*. Uzņēmums sniedz dažādus loģistikas pakalpojumus (noliktavu saimniecība, transports, loģistikas vadība) saistītajiem uzņēmumiem (galvenokārt SIA „NP Foods”) un citiem klientiem Latvijā.
- 16 **NP Foods Eesti OU** (Igaunija), reģ.Nr.11643379, juridiskā adrese: Valge 13, Harju maakond, Tallinna linn, Igaunija. 100% daļas pieder SIA „NP Foods”, kas savukārt pirms apvienošanās pabeigšanas 100% pieder *Nordic Partners Food Limited*. Uzņēmums sniedz atbalstu preču tirgvedībā un darbojas kā vairumtirgotājs Igaunijā, saistībā ar SIA „NP Foods” piegādātajām precēm.
- 17 **AS „Staburadze”** reģ.Nr.40003012482, juridiskā adrese: Artilērijas iela 55, Rīga, LV-1009. Pirms apvienošanās pabeigšanas 100% akcijas pieder *Nordic Partners Food Limited*. Uzņēmums ražo konditorejas izstrādājumus, piemēram, vafeļu tortes un cepumus (ar zīmolliem *Selga, Staburadze* un *Laima*) savam saistītajam uzņēmumam SIA „NP Foods”.
- 18 **SIA „Saldumu Tirdzniecība”** reģ.Nr.40003605908, juridiskā adrese: Artilērijas iela 55, Rīga, LV-1009. 100% daļas pieder AS „Laima”, kas savukārt pirms apvienošanās pabeigšanas 100% pieder *NP Foods* koncernam. Uzņēmums pārvalda 21 specializētu *Laima* zīmola mazumtirdzniecības veikalu un kafejnīcas Latvijā. Aptuveni 90% no veikalu pārdošanas apjoma sastāda *NP Foods* koncerna pašu produkti, bet atlikumu veido trešo personu zīmola preces, piemēram, tēja, kafija un alkohols.
- 19 **SIA „Staburadzes konditoreja”** reģ.Nr.40003474467, juridiskā adrese: Artilērijas iela 55, Rīga, LV-1009. 100% daļas pieder SIA „Detente”, kas savukārt pirms apvienošanās pabeigšanas 100% pieder *Nordic Partners Food Limited*. Uzņēmums ražo un izplata konditorejas izstrādājumus un svaigo pārtiku Latvijā. Preču klāstā ietilpst kūkas, kūksi, cepumi, uzkodas, pīrāgi (galvenokārt ar zīmolu *Staburadze*), kas paredzēti gan mazumtirdzniecības, gan sabiedriskās ēdināšanas segmentam, kā arī sviestmaizes, salāti, picas, hotdogi, zupas, sausās zupas un gatavie pārtikas produktu pusfabrikāti ar zīmolu *Pedro*.
- 20 **UAB „Margiris”** ir Lietuvā dibināta sabiedrība ar ierobežotu atbildību, reģ.Nr.1325 29361, adrese: A.Gustaičio g. 6-1, LT-46260, Kauņa. Pirms apvienošanās pabeigšanas 100% daļas pieder *Nordic Partners Food Limited*. Uzņēmums darbojas pusfabrikātu produktu (karsto/ auksto sviestmaīžu un desertu) ražošanā, kā arī saldēto un citu pārtikas produktu un dzērienu mazumtirdzniecībā Lietuvā.
- 21 **SIA „Detente”** reģ.Nr.40003862245, juridiskā adrese: Rūpnīcu iela 4, Olaine, Olaines nov., LV-2114. Pirms apvienošanās pabeigšanas 100% daļas pieder *Nordic Partners Food Limited*. SIA „Detente” ir pārvaldītājsabiedrība.
- 22 **AS „Laima”** reģ.Nr.40003020441, juridiskā adrese: Miera iela 22, Rīga, LV-1001. Pirms apvienošanās pabeigšanas 24,6% akciju pieder *Nordic Partners Food Limited*, savukārt 75,4% akciju pieder AS „Staburadze”, kas pirms apvienošanās pabeigšanas 100% pieder *Nordic Partner Food Limited*. Uzņēmums ražo cukura un šokolādes konditorejas izstrādājumus, piemēram, konfektes, cepumus, šokolādes lielkonfektes, batoniņus, šokolādes konfektes kārbās, karameles, zefīru, vafeles, vafeļu tortes, kakao produktus un marmelādes ar zīmolu *Laima* un dažādiem apakšzīmolliem, piemēram, *Serenāde, Vāverīte, Maigums, Prozit, Lukss, Ekstra* u.c.

II APVIENOŠANĀS VEIDS

- 23 KL 15.panta pirmajā daļā noteikts: „*Tirgus dalībnieku apvienošanās ir (..) 3) tāds stāvoklis, kad viena vai vairākas fiziskās personas, kurām jau ir izšķiroša ietekme pār vienu vai vairākiem tirgus dalībniekiem, vai viens vai vairāki tirgus dalībnieki iegūst daļu vai visus cita tirgus*

dalībnieka vai citu tirgus dalībnieku aktīvus vai tiesības tos izmantot, vai tiešu vai netiešu izšķirošu ietekmi pār citu tirgus dalībnieku vai citiem tirgus dalībniekiem”.

- 24 Apvienošanās ir paziņota KP saskaņā ar KL 15.panta pirmās daļas 3.punktu, t.i., *Orkla ASA* (vai citas darījuma pabeigšanas brīdī *Orkla ASA* pilnībā tieši vai netieši piederošas sabiedrības) iegūs vienpersonisku izšķirošo ietekmi *NP Foods* koncernā, iegādājoties no *Nordic Partners Food Limited* (nodibināta un inkorporēta saskaņā ar Maltas Republikas normatīvo regulējumu, reģ.Nr.C48545, adrese 60, Tigne Towers, Tigne Street, Sliema, SLM 3172, Malta) (pārdevējs) 100% AS „Gutta” akciju, 100% SIA „NP Foods” kapitāla daļu, 100% AS „Staburadze” akciju, 100% Lietuvas sabiedrībā UAB „Margiris” kapitāla daļu, 100% SIA „Detente” kapitāla daļu, kā arī 24,6% AS „Laima” akciju (kur 75,4% akciju pieder AS „Staburadze”).

III KONKRĒTIE TIRGI

1. Konkrētie preču tirgi

- 25 Saskaņā ar KL 1.panta 5.punktā noteikto „*konkrētās preces tirgus – noteiktas preces tirgus, kurā ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības”.*
- 26 Apvienošanās dalībnieku darbība pārklājas šādos preču veidos Latvijā:
- 1) sulas, nektāri, sulu dzērieni (SIA „Spilva” un AS „Gutta”);
 - 2) šokolādes konditorejas izstrādājumi – šokolādes tāfelītes, šokolādes konfekšu kārbas, šokolādes batoniņi un šokolādes konfektes (AS „Kalev” un AS „Laima”);
 - 3) cukura konditorejas izstrādājumi – konfektes un karameles (AS „Kalev” un AS „Laima”);
 - 4) cepumi, biskvīti un vafeles (AS „Kalev” un AS „Staburadze”);
 - 5) mērces (SIA „Spilva” un SIA „Staburadzes konditoreja”).
- Ziņojuma iesniedzējs norādīja, ka apvienošanās dalībnieki darbojas arī pusfabrikātu – gatavo zupu tirgū, piebilstot, ka šis tirgus netiks ietekmēts vai tiks ietekmēts minimāli.

2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

- 27 Saskaņā ar KL 1.panta 3.punktu „*konkrētais ģeogrāfiskais tirgus – ģeogrāfiska teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem, un tādēļ šo teritoriju var nošķirt no citām teritorijām”.*
- 28 Ziņojuma iesniedzēja ieskatā konkrētais ģeogrāfiskais tirgus attiecībā uz pārtikas preču piegāžu tirgiem, kuri būtu uzskatāmi par ietekmētajiem tirgiem šīs apvienošanās ietvaros, būtu definējams kā visas trīs Baltijas valstis. Ziņojumā norādīts uz nesenām Eiropas Komisijas (turpmāk – Komisija) lietām, kā Nr.*COMP/M.5902 – LWM/RWI/F&F*, kurā Komisija atzīmēja, ka pastāv aizvien izteiktāka harmonizācijas un eiropeizācijas tendence attiecībā uz saldēto kartupeļu produktu piegādi mazumtirdzniecības sektoram, bet nesniedza precīzu konkrētā ģeogrāfiskā tirgus definīciju attiecībā uz pārtikas produktiem mazumtirdzniecības sektorā (31.-33.; 36.-37.punkts). Līdzīgi arī lietā Nr.*COMP/M.6627–Arla Foods/Milch-Union Hocheifer* Komisija uzskatīja, ka konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ilgstoši uzglabājamā piena, ilgstoši uzglabājamā krējuma, sveramā un iepakotā sviesta un citu pārtikas produktu piegādēm ir plašāks nekā nacionālais (vismaz reģionālais) (69.-95.punkts).
- 29 Kā Ziņojuma iesniedzēja arguments lietā noteikt kopējo Baltijas tirgu tiek norādīts tas, ka daži no vadošajiem sulu, nektāru un sulu dzērienu, cukura konditorejas un šokolādes konditorejas izstrādājumu pircējiem mazumtirdzniecības sektorā darbojas Baltijas valstu mērogā: SIA „RIMI LATVIA”, SIA „MAXIMA Latvija”, AS „Prisma Latvija”. Šādi mazumtirdzniecības tīkli iegādājas produktus, tajā skaitā rīko iepirkumus pašzīmola piegādēm, galvenokārt Baltijas reģiona mērogā. Turklāt SIA „RIMI LATVIA” un SIA „MAXIMA Latvija” ir lielākie apvienošanās dalībnieku (visos ietekmētajos tirgos) preču pircēji Latvijā, kā arī būtiski

apvienošanās dalībnieku ietekmēto tirgu preču pircēji arī Lietuvā un Igaunijā, jo sevišķi attiecībā uz cukura konditorejas un šokolādes konditorejas izstrādājumiem.

- 30 Ziņojuma iesniedzējs uzsver, ka nozīmīgs skaits apvienošanās dalībnieku konkurentu darbojas visās trīs Baltijas valstīs. Tā attiecībā uz sulu, nektāru un sulu dzērienu piegāžu tirgu visās Baltijas valstīs bez apvienošanās dalībniekiem darbojas arī *Royal Unibrew (Cido)*, *Eckes AG (Granini)* u.c. Attiecībā uz cukura konditorejas izstrādājumiem bez apvienošanās dalībniekiem visās Baltijas valstīs darbojas tādi būtiski konkurenti kā *Leaf International BV* (ar tādu populāru zīmolu kā *Mynthon*), *Haribo* (zīmols *Haribo*), *Wrigley (Orbit)*, *Cadbury (Halls, Dirol)*, *Karl Fazer (Tutti Frutti)*, *Ferrero (Tic Tac)*, *Storck KG (Whether's Original)* u.c. Savukārt attiecībā uz šokolādes konditorejas izstrādājumiem bez apvienošanās dalībniekiem visās Baltijas valstīs darbojas tādi būtiski konkurenti kā *Mondelez International* (ar tādiem populāriem zīmoliem kā *Karuna, Milka, Daim*), *Ferrero (Rafaello, Ferrero Rocher, Kinder Bueno)*, *Mars/Masterfoods (Mars, Snickers, Twix, Bounty)*, *Karl Fazer (Geisha, Fazer, Karl Fazer)*, *Nestle (Lion)* u.c.
- 31 Nozīmīgs skaits ietekmēto tirgu preču tiek piegādātas tajā pašā iepakojumā visās trijās Baltijas valstīs, kā arī Ziņojuma iesniedzēja skatījumā notiek nozīmīga ietekmēto tirgu preču kustība Baltijas valstu teritorijā. Ņemot vērā, ka ietekmēto tirgu preces ir preces ar ilgu derīguma termiņu, transporta izmaksas starp Baltijas valstīm to preču cenu ietekmē minimāli, šādu preču piegādātāji būtisku daļu preces pārvieto gan uz Baltijas valstīm, gan arī starp Baltijas valstīm. Šāda preču brīva kustība starp Baltijas valstīm rada izlīdzinošu ietekmi uz ietekmēto tirgu preču vairumtirdzniecības cenām Baltijas valstīs. Tādējādi mazumtirgotāji vai piegādātāji var salīdzinoši vienkārši un ātri palielināt piegādes uz kādu no Baltijas tirgus reģioniem gadījumā, ja kādā reģionā palielinātos cenas salīdzinājumā ar citiem Baltijas valstu tirgus reģioniem.
- 32 Saskaņā ar apvienošanās dalībnieku klientu un konkurentu izteiktajiem viedokļiem konkrētie ģeogrāfiskie tirgi lietā būtu definējami kā nacionāli, ņemot vērā, ka no pieprasījuma viedokļa konkrētiem pašmāju produktiem patērētājs neredz aizvietojamību. Savukārt attiecībā uz dzērienu un mērču tirgiem SIA „Iepirkumu grupa” kā argumentu lokāla tirgus definēšanai norādīja augstās loģistikas izmaksas.
- 33 Lietā klienti un konkurenti attiecībā uz konkrēto ģeogrāfisko tirgu sniedza atšķirīgus viedokļus. Ievērojot tirgus dalībnieku atšķirīgo informāciju par konkrētā ģeogrāfiskā tirgus robežām un apstākli, ka ar apvienošanās ietekmēto tirgu precēm notiek būtiska pārrobežu tirdzniecība, tad ir pamats lietā izvērtējamos konkrētos ģeogrāfiskos tirgus definēt plašāk nekā Latvijas teritorija.
- 34 Ievērojot līdzīgos konkurences apstākļus Baltijas valstīs, patērētāju informētību par preču izcelsmi, ārvalstu ražotāju un piegādātāju preču daudzumu (uzņēmumi, kuri darbojas konkrēto preču tirgos, ir no Lietuvas, Igaunijas, Vācijas, Polijas, Itālijas, Krievijas u.c. valstīm) Latvijas tirgū, kā arī to, ka KP ieskatā šajā tirgū nepastāv nozīmīgas tirgus barjeras, KP secina, ka no piegādes viedokļa konkrētais ģeogrāfiskais tirgus var tikt noteikts plašāks nekā Latvija. KP uzskata, ka lietā ir pamats konkrēto preču piegādes ģeogrāfisko tirgu definēt plašāk.

3. Konkrētie tirgi

- 35 Saskaņā ar KL 1.panta 4.punktu: „konkrētais tirgus – konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu”.
- 36 Izvērstāki argumenti attiecībā uz konkrēto apvienošanās iesaistīto preču aizvietojamību un iekļaušanu vienā konkrētā preces tirgū tiks izklāstīti turpmākās lēmuma nodaļās, analizējot tos kopsakarībā ar vispārējo situāciju katrā attiecīgajā preču tirgū.
- 37 Savukārt, ņemot vērā iepriekšējā nodaļā izklāstīto attiecībā uz konkrētiem ģeogrāfiskiem tirgiem, KP secina, ka konkrētie tirgi lietā nosakāmi kā:
- 1) sulu, nektāru, sulu dzērienu piegādes tirgus vismaz Latvijas teritorijā;
 - 2) šokolādes konditorejas izstrādājumu – šokolādes tāfeļu, šokolādes konfekšu kārbu, šokolādes batoniņu, šokolādes konfekšu – piegādes tirgus vismaz Latvijas teritorijā;
 - 3) cukura konditorejas izstrādājumu – konfekšu, kameļu u.c. cukura konditorejas izstrādājumu – piegādes tirgus vismaz Latvijas teritorijā;
 - 4) cepumu, biskvītu un vafeļu piegādes tirgus vismaz Latvijas teritorijā;

5) mērču piegādes tirgus vismaz Latvijas teritorijā.

IV Apvienošanās ietekmes uz konkurenci izvērtējums

38 Zemāk esošajās lēmuma nodaļās tiks atspoguļota informācija par preču tirgiem atsevišķi. Ievērojot, ka apvienošanās izvērtēšanā iesaistīts liels tirgus dalībnieku skaits, tajā skaitā starptautiski uzņēmumi (piegādātāji), kuri atrodas ārpus Latvijas teritorijas robežām, KP ietekmes izvērtēšanai apkopoja un analizēja informāciju par preču realizāciju caur Latvijas mazumtirdzniecības uzņēmumiem SIA „RIMI LATVIA”, SIA „MAXIMA Latvija”, SIA „Mego”, SIA „ELVI Latvija”, kas veido lielāko daļu, t.i., aptuveni 70%, no ikdienas patēriņa preču realizācijas Latvijā. Minētais izvērtējums pa preču tirgiem tika veikts, novērtējot apvienošanās dalībnieku ietekmi Latvijas teritorijā, jo KP, ņemot vērā apstākli, ka daudzi apvienošanās dalībnieku konkurenti/ražotāji atrodas ārpus Latvijas teritorijas, uzskata, ka nav lietderīgi veikt visu ārvalstīs atrodošos konkurentu aptaujāšanu. Ievērojot, ka lielākā daļa no uzņēmumiem norādīja, ka līdzvērtīga preču portfeļa turētājs kā apvienošanās dalībniekiem ir SIA „Sanitex”, lēmumā KP novērtēja vairumtirgotāju SIA „Sanitex” un SIA „Baltic Logistic Solutions” piedāvāto preču portfeli, lai salīdzinātu alternatīvos piedāvājumus tirgū. Ņemot vērā lielo piegādātāju skaitu pa preču kategorijām, KP lēmumā atspoguļotā informācija ir norādīta par pieciem lielākiem piegādātājiem, to preču realizācijas īpatsvaru un zīmoliem.

1. Sulas, nektāri, sulu dzērieni

- 39 Atbilstoši Ziņojuma iesniedzēja informācijai par apvienošanās dalībnieku tirgus daļām sulu, nektāru un sulu dzērienu kategorijā, kas realizēti veikalos, laikā no 2011. līdz 2013.gadam apvienotā tirgus dalībnieka, t.i., SIA „Spilva” un AS „Gutta”, kopējā tirgus daļa bija robežās no (*)¹ [20-30] %, kas ir zemāka nekā *Royal Unibrew AS (Cido)* sulu, nektāru un sulu dzērienu tirgus daļa, kas bija (*)² [30-40] % robežās minētajā laika periodā.
- 40 Zemāk esošajās tabulās Nr.1–Nr.3 KP novērtēja mazumtirdzniecībā realizētās sulu, nektāru un sulas dzērienu piegādātāju produkcijas īpatsvaru vairākos augstāk minētajos mazumtirdzniecības tīklos.

Tabula Nr.1

SIA „RIMI LATVIA” realizēto sulu, nektāru un sulas dzērienu (piegādātāju/ražotāju un zīmolu) īpatsvars pēc vērtības EUR (bez PVN)

Piegādātāji/Ražotāji: (zīmoli)	2011	2012	2013
SIA „CIDO Grupa”: (<i>Amigo, Cido, Frutto</i>)	(*)	(*)	(*)
SIA „NP Foods”: (<i>Gutta</i>)	(*)	(*)	(*)
SOKPOL SP.Z.O.O: (<i>Fruitland, Rimi, u.c.</i>)	(*)	(*)	(*)
Osama UAB fil. Osama Distributors: (<i>Caprio, Kubuš, Tymbark</i>)	(*)	(*)	(*)
SIA „Spilva”: (<i>Spilva</i>)	(*)	(*)	(*)
Citi	(*)	(*)	(*)
Kopā	100%	100%	100%

Avots: SIA „RIMI LATVIA” 10.10.2014. vēstulē Nr.01/01/-414 sniegtā informācija

¹ *Euromonitor International* 2014.gada maija ziņojums: Augļu/dārzeņu sulas Latvijā (Ziņojumā sniegtā informācija)

² Turpat

- 41 Novērtējot SIA „RIMI LATVIA” realizēto sulu, nektāru un sulas dzērienu īpatsvaru pēc vērtības EUR, secināms, ka lielākais piegādātājs SIA „RIMI LATVIA” mazumtirdzniecības tīklam ir SIA „Cido Grupa”, bet SIA „NP Foods” un SIA „Spilva” realizētais preču apjoms nesasniedz SIA „Cido Grupa” realizēto preču apjomu.

Tabula Nr.2

SIA „MAXIMA Latvija” realizēto sulu, nektāru un sulas dzērienu īpatsvars pēc vērtības EUR (bez PVN) 2013.gadā

Piegādātāji/Ražotāji: (zīmols)	Īpatsvars
SIA „Cido Grupa”	(*)
SIA „NP Foods”	(*)
SOKPOL SP.Z O.O. (<i>Gustafit</i>)	(*)
UAB „Eckes Granini”	(*)
Citi	(*)
Kopā	100%

Avots: SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstulē Nr.357 sniegtā informācija

- 42 Novērtējot sulu, nektāru un sulas dzērienu SIA „MAXIMA Latvija” mazumtirdzniecības tīklā, secināms, ka SIA „Cido Grupa” bijusi lielākais minēto preču piegādātājs, bet SIA „NP Foods” ar (*) lielu īpatsvaru ir otrs lielākais piegādātājs. SIA „Spilva” nav starp četriem lielākajiem sulu, nektāru un sulas dzērienu piegādātājiem SIA „MAXIMA Latvija”.
- 43 Atbilstoši SIA „MAXIMA Latvija” informācijai³ sulu, nektāru, sulu dzērienu tirgū zīmolu klāsts ir ļoti plašs un apvienošanās rezultātā viena tirgus dalībnieka īpatsvars palielinātos tikai par (*).
- 44 Visi no aptaujātajiem mazumtirgotājiem apliecināja, ka SIA „Cido Grupa” ir lielākais piegādātājs un patērētājiem konkrētajā tirgū ir pieejamas alternatīvas. SIA „Mego” attiecībā uz AS „Gutta” realizētās produkcijas īpatsvaru kopējā sulu, nektāru un sulas dzērienu apjomā norādīja, ka tas 2013.gadā bija (*), bet nav sniegusi ziņas par SIA „Spilva” īpatsvaru.

Tabula Nr.3

SIA „ELVI Latvija” realizēto sulu, nektāru un sulas dzērienu (piegādātāju/ražotāju un zīmolu) īpatsvars pēc vērtības EUR (bez PVN)

Piegādātāji/Ražotāji: (zīmoli)	2011	2012	2013
SIA „Cido grupa”: (<i>Amigo, Cido, Cido Premium, Cido XL, Frutto, Zoo, Ice Up</i>)	(*)	(*)	(*)
SIA „NP Foods”: (<i>Gutta Fresh, Gutta Max, Guttiņš, Lotte, Samba</i>)	(*)	(*)	(*)
Osama Distributors UAB Osama filiāle: (<i>Caprio, Kubuš, Tymbark</i>)	(*)	(*)	(*)
AS „Gutta”: (<i>Gutta</i>)	(*)	(*)	(*)
SIA „Spilva”: (<i>Spilva</i>)	(*)	(*)	(*)
Citi	(*)	(*)	(*)
Kopā	100%	100%	100%

Avots: SIA „ELVI Latvija” 05.11.2014. vēstulē Nr.1.1-04/92 sniegtā informācija

³ SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstule Nr.357

- 45 Novērtējot sulu, nektāru un sulas dzērienu realizācijas īpatsvaru SIA „ELVI Latvija” mazumtirdzniecības tīklā, secināms, ka SIA „Cido grupa” realizētais īpatsvars bijis lielāks nekā apvienošanās dalībnieku SIA „NP Foods”, AS „Gutta” un SIA „Spilva” kopējais realizētais īpatsvars.
- 46 Līdztekus mazumtirdzniecības tirgus dalībniekiem KP ieguva informāciju arī no vairumtirdzniecības tirgus dalībniekiem, tādiem kā SIA „Sanitex” un SIA „Baltic Logistic Solutions”, kuri vienlaicīgi ar apvienošanās dalībniekiem ir iesaistīti konkurējošu preču piegādāšanā mazumtirdzniecības tirgum, un secina, ka pastāv ievērojamas alternatīvas sulu, nektāru un sulas dzērienu piegādes tirgū.
- 47 Novērtējot SIA „Sanitex” sulu, nektāru un sulas dzērienu realizācijas īpatsvaru 2011.–2013.gadā SIA „Sanitex” portfeli, secināms, ka SIA „NP Foods” ražoto preču realizācijas īpatsvars nav bijis ievērojams, turklāt SIA „Spilva” sulas nav bijušas iekļautas SIA „Sanitex” izplatīto sulu, nektāru un sulas dzērienu sortimentā. Lielāko daļu no SIA „Sanitex” izplatītajām sulām veido (*) sulas, nektāri un sulas dzērieni⁴.
- 48 Savukārt, novērtējot sulu, nektāru un sulas dzērienu īpatsvaru, kuru realizējis SIA „Baltic Logistic Solutions” 2013.gadā, secināms, ka SIA „NP Foods” preču īpatsvars SIA „Baltic Logistic Solutions” portfeli nav bijis ievērojams, kā arī SIA „NP Foods” nav bijis starp pieciem lielākajiem piegādātājiem. SIA „Spilva” sulas nav bijušas iekļautas SIA „Baltic Logistic Solutions” sulu, nektāru un sulas dzērienu sortimentā. Lielāko daļu no SIA „Baltic Logistic Solutions” izplatītajām sulām, nektāriem un sulas dzērieniem veidojušas (*) preces⁵.
- 49 Izvērtējot sulu, nektāru un sulas dzērienu sortimentu Latvijā kopumā, secināms, ka apvienotajam tirgus dalībniekam būs vairāki ievērojami konkurenti un apvienošanās dalībnieku preces var tikt viegli aizvietotas ar SIA „Cido Grupa”, SIA „Puratos Latvija”, UAB „Eckes Granini”, *SOKPOL Sp. Z.O.O.*, *TYMBARK–MWS Sp. z.o.o. S.K.A.*, privāto preču zīmju u.c. ražotāju piedāvājumu.
- 50 Latvijā pārtikas preču mazumtirdzniecības tirgū dominē divi mazumtirdzniecības tīkli (*Rimi* un *Maxima*), kuriem ir ievērojama pirkspēja attiecībā pret piegādātājiem (t.sk. SIA „MAXIMA Latvija” pārdod pašzīmola sulas produktus ar zīmoliem *Favorit* un *Optima Linija*, savukārt SIA „RIMI LATVIA” – ar zīmoliem *Rimi* un *Fruitland*). Turklāt KP ieskatā minētajā tirgū nav nozīmīgu šķēršļu sulu, sulu dzērienu un nektāru importam Latvijā no citām ES dalībvalstīm, arī no valstīm ārpus ES (Ukraina, Gruzija u.c.).
- 51 Sulu, sulu dzērienu un nektāru tirgū apvienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa attiecībā pret konkurentiem, konkurentu pozīcijas tirgū, apvienošanās dalībnieku kopējās tirgus daļas palielinājums, mazumtirgotāju iepirkumu vara un to iespējas pārslēgties uz citiem piegādātājiem, t.sk. ārpus Latvijas, nedod pamatu uzskatīt, ka apvienošanās rezultātā varētu tikt būtiski samazināta konkurence sulu, nektāru un sulas dzērienu piegādes tirgū Latvijā, kā arī Baltijas teritorijā.

2. Šokolādes konditorejas izstrādājumi

- 52 Lai gan SIA „NP Foods” ir vadošais šokolādes konditorejas izstrādājumu piegādātājs Latvijā ar lielāko tirgus daļu un tam pastāv plašs preču klāsts, dažādi šokolādes konfekšu iesaiņojumu piedāvājumi, sākot ar lētām standarta tāfelītēm un nefasētām konfektēm līdz augstākās klases konfekšu asorti kārbās, KP ieskatā iesaiņojums nav galvenais aspekts tirgu sadalīšanai pa šaurākiem segmentiem, jo no ražošanas viedokļa pastāv iespējas šokolādes produktus iesaiņot dažāda izmēra un veida iepakojumos. KP ieskatā ražotājam pārejai uz citu šokolādes konditorejas izstrādājuma formātu (lielkonfekte, batoniņš vai tāfelīte), kā arī iesaiņojumu nav nozīmīgu barjeru, kas traucētu ienākt attiecīgajā šokolādes konditorejas segmentā.

⁴ SIA „Sanitex” 20.10.2014. vēstule Nr.SAN-V2014/140

⁵ SIA „Baltic Logistic Solutions” 21.10.2014. vēstulē Nr.BLS14.i/141 sniegtā informācija

- 53 *Mondelez International (Mondelez Eesti OÜ)*, kas ir otrs lielākais konkurents šokolādes konditorejas tirgū Latvijā, norādījis, ka, lai gan Komisija parasti apskata tirgu pa noteiktām kategorijām kā šokolādes tāfelītes, lielkonfektes, konfekšu kārbas, tomēr uzskata, ka visas šīs kategorijas ir jāskata kā viens kopums, jo nevar uzskatīt, ka noteikta formāta šokolādes izstrādājumi asociējas ar noteiktām vajadzībām (apdāvināšana, izsalkuma apmierināšana), jo gala izvēle ir atkarīga no personiskās izvēles un cenas⁶. Vienlaicīgi UAB „Mondelez Baltic” 24.10.2014. vēstulē attiecībā uz šokolādes konditorejas tirgu norādījusi, ka AS „Laima” šokolādes konditorejas tirgus daļa tiek lēsta aptuveni (*) [30-40]% no kopējā šokolādes konditorejas tirgus, taču AS „Kalev” tirgus daļa (*) [1-5]%.
 54 SIA „Fazer Latvija” 10.10.2014 vēstulē Nr.54. sniegtais viedoklis par riskiem konkurencei nav viennozīmīgs, tajā norādīts gan uz apvienošanās pozitīvo (produktu attīstības resursu apvienošanu, jaunu interesantu produktu izstrādi), gan negatīvo ietekmi (ietekmes palielināšanās mazumtirdzniecības tīklos, izspiežot citus ražotājus un tādējādi samazinot piedāvāto preču daudzveidību). Kā arī SIA „Fazer Latvija” norādījusi uz iespēju ietekmēt konkrētās kategorijas dinamiku un attīstības virzienu. Savukārt par preču aizvietojamību SIA „Fazer Latvija” viedoklis atšķiras no *Mondelez Eesti OÜ* sniegtā viedokļa, uzskatot, ka dažādas preču kategorijas nav savstarpēji aizvietošanas, jo konfekšu kārbas pārsvarā tiek pirktas dāvināšanai un tās tikai daļēji var aizstāt ar šokolādes tāfelītēm. Savukārt šokolādes batoniņi tiek pirkti, lai remdētu mirkļa izsalkumu; sveramās konfektes vai konfektes iepakojumā tiek pirktas kā našķis, arī šokolādes tāfelītes lielākoties tiek iegādātas kā našķis.
 55 Tāpat viens no vadošajiem mazumtirdzniecības tirgus dalībniekiem (*) norādījis uz nepieciešamību skatīt preces sašaurinātās kategorijās preču garšas īpatnības un līdzvērtīgu alternatīvu piegādātāju trūkuma dēļ.
 56 Ņemot vērā, ka no konkurentiem tika saņemti atšķirīgi viedokļi par konkrēto šokolādes konditorejas izstrādājumu preču tirgu, KP lietā secina, ka patērētājiem aizvietojamība nav absolūta, tomēr daļēji pastāv. Turklāt no ražošanas viedokļa ražotāji var salīdzinoši ātri pārorientēties uz cita formāta izstrādājumu (piemēram, no konfektes uz tāfeli vai lielkonfekti, vai piedāvāt jau patērētājam zināmās konfektes kārbu fasējumā). Tāpēc KP saskata pamatu skatīt visu šokolādes konfekšu izstrādājumu piegādes tirgu kopumā, neizdalot to smalkāk pa segmentiem.
 57 Atbilstoši Ziņojuma iesniedzēja sniegtajai informācijai šokolādes konditorejas tirgū apvienotajam tirgus dalībniekam SIA „NP Foods” un AS „Kalev” tirgus daļas pēc mazumtirdzniecības vērtības par laika periodu no 2011.-2013.gadam bija robežās no (*)⁷ [30-40] %. Konstatējams, ka pēc apvienošanās apvienotais tirgus dalībnieks būs lielākais šokolādes konditorejas piegādātājs Latvijā. Arī līdz šim SIA „NP Foods” Latvijā bijis lielākais šokolādes konditorejas piegādātājs ar tirgus daļu (*) [30-40%] %. AS „Kalev” tirgus daļa minētajā laika periodā pēc mazumtirdzniecības vērtības bija (*)⁸ [1-5] % robežās. Savukārt nākamā konkurenta *Mondelez International* (iepriekšējais nosaukums *Kraft Foods*) tirgus daļa attiecīgajā laika periodā bijusi zemāka – (*) [10-20] % robežās, bet trešais lielākais piegādātājs bija *Ferrero SpA* ar (*) [10-20] %.
 58 Atbilstoši Ziņojuma iesniedzēja sniegtai informācijai pārklāšanās šokolādes konfekšu kārbu un šokolādes batoniņu (lielkonfekšu) segmentā Latvijā ir nenozīmīga, ņemot vērā, ka koncerns *Orkla* (AS „Kalev”) Latvijas tirgū piegādā ļoti nenozīmīgu preču daudzumu, tādēļ Ziņojuma iesniedzējs šo tirgu neuzskata par ietekmēto tirgu.
 59 SIA „RIMI LATVIA” 26.09.2014. vēstulē Nr.01/01-391 sniegtā informācija liecina, ka šokolādes konditorejas tirgū līdere ar (*) [30-40] % tirgus daļu ir SIA „NP Foods”, bet nākamais tirgus dalībnieks ir ar vairāk nekā uz pusi mazāku īpatsvaru.⁹

⁶ 18.09.2014. *Mondelez Eesti OÜ* elektroniski sniegtā informācija

⁷ *Euromonitor International* 2013.gada decembra ziņojums – Šokolādes konditorejas izstrādājumi Latvijā (Ziņojumā sniegtā informācija)

⁸ Turpat

⁹ Tirgus daļa sniegta kopā ar cukura konditorejas izstrādājumiem

- 60 Lai gan SIA „NP Foods” (AS „Laima”) realizēto šokolādes konditorejas izstrādājumu īpatsvars salīdzinājumā ar citiem konkurentiem ir salīdzinoši augsts un nākamā konkurenta īpatsvars ir ievērojami mazāks, apvienotā tirgus dalībnieka konkurenti ir norādījuši uz Lietuvas, Polijas, Zviedrijas un Somijas ražoto šokolādes konditorejas izstrādājumu klātesamību Latvijas tirgū, kas konkurē ar nacionālajiem izstrādājumiem.
- 61 Vienlaicīgi KP secina, ka šokolādes konditorejas izstrādājumu tirgū nepastāv augstas ienākšanas barjeras, tomēr jāatzīst, ka, lai ienāktu tirgū un tirgus dalībnieks noturētu ilglaicīgu tirgus daļu, ir nepieciešami ievērojami mārketinga izdevumi, ko nevar atļauties mazāki tirgus dalībnieki.
- 62 Lai gan SIA „NP Foods” produkcijas īpatsvars SIA „MAXIMA Latvija” tīklā šokolādes konditorejas tirgū 2014.gadā pārsniedz (*), tomēr apvienošanās rezultātā pieaugums būs minimāls, jo AS „Kalev” produkcijas īpatsvars ir minimāls un nesasniedz (*).
- 63 SIA „Mego” sniegtā informācija liecina, ka 2013.gadā AS „Laima” šokolādes konditorejas izstrādājumu īpatsvars bijis (*)¹⁰ pēc apgrozījuma.
- 64 Ņemot vērā to, ka SIA „ELVI Latvija” sniegusi ziņas gan par šokolādes, gan cukura konditorejas izstrādājumiem kopā, KP var izdarīt secinājumus attiecībā uz visu saldumu realizāciju kopumā attiecībā uz ELVI mazumtirdzniecības tīklu. Novērtējot SIA „ELVI Latvija” realizēto saldumu īpatsvaru pēc vērtības EUR pēc piegādātājiem, secināms, ka lielākais saldumu piegādātājs bijis AS „Laima” ar aptuveni (*) lielu īpatsvaru. Savukārt SIA „ELVI Latvija” realizēto AS „Kalev” saldumu realizācija bijusi nebūtiska – aptuveni (*) robežās. Nākamie lielākie piegādātāji ar aptuveni vienādu īpatsvaru (*) robežās bijuši SIA „Sanitex” un SIA „Eugesta un partneri”¹¹.
- 65 Lietā no konkurentiem un klientiem (mazumtirgotājiem) tika saņemti atšķirīgi viedokļi attiecībā uz apvienošanās ietekmi šokolādes konditorejas tirgū, norādot gan uz iespējamām negatīvām, kā arī iespējamām pozitīvām sekām.
- 66 KP vērtējumā ienākšanas barjeras tirgū nav nozīmīgas un mazumtirgotāju un patērētāju iespējas pārslēgties uz citu pazīstamu zīmolu pirkšanu ir pietiekamas. Lai gan jaunienācējiem tirgū ir jāreķinās ar noteiktām mārketinga izmaksām, tomēr arī konkurentu ieskatā tirgus barjeras nav vērtējamas kā ļoti augstas. Cenu politiku katra zīmola konkurējošām precēm var ietekmēt atšķirīgi apstākļi, un cenu politika var tikt veidota, ne tikai balstoties uz konkurējošo cenu līmeni, izmaksām u.c. apstākļiem, bet arī ņemot vērā zīmola popularitāti un patērētāju lojalitāti.
- 67 KP vērtējumā apvienošanās dalībnieku kopējās tirgus daļas nelielais pieaugums, mazumtirgotāju iepirkumu vara, mazumtirgotāju iespējas pārslēgties uz citiem piegādātājiem (zīmoliem), t.sk. ārpus Latvijas, un pietiekami lielā konkurējošo zīmolu pieejamība patērētājiem mazumtirdzniecībā nedod pamatu uzskatīt, ka apvienošanās rezultātā varētu tikt būtiski samazināta konkurence šokolādes konditorejas tirgū.
- 68 Papildus apkopojumam par īpatsvaru kopējā šokolādes konditorejas izstrādājumu tirgū, ievērojot atšķirīgus tirgus dalībnieku viedokļus par šī tirgus sadalījuma nepieciešamību šaurākos konkrētajos tirgos, kā arī, ņemot vērā, ka atsevišķu mazumtirgotāju sniegtā informācija-apkopojušs par realizācijas apjomiem sniegta tādā formātā, kas neļauj to pilnvērtīgi iekļaut analizē kopā ar citiem datiem, KP zemāk esošajās tabulās atsevišķi apkopojas informāciju par īpatsvaru šokolādes konditorejas izstrādājumiem griezumā pa šaurākiem segmentiem, lai pilnvērtīgāk izvērtētu situāciju.

2.1. Šokolādes batoniņi, lielkonfektes

- 69 Atbilstoši Ziņojuma iesniedzēja sniegtajai informācijai attiecībā uz batoniņu segmentu tirgus lielums Latvijas teritorijā tiek lēsts (*) t apjomā no kvantitatīvā viedokļa un EUR (*) apmērā pēc vērtības 2013.gadā (mazumtirdzniecības vērtība)¹². 2013.gadā *Orkla* grupas (AS „Kalev”)

¹⁰ SIA „Mego” dati sniegti kopā par cukura un šokolādes konditoreju

¹¹ SIA „ELVI Latvija” 05.11.2014. vēstulē Nr.1.1-04/92 sniegtā informācija

¹² *Euromonitor International* 2013.gada decembra ziņojums – Šokolādes konditorejas izstrādājumi Latvijā (Ziņojumā sniegta informācija)

šokolādes batoniņu pārdošanas apjoms bija (*) t, bet pārdošanas vērtība (vairumtirdzniecībā) – EUR (*) –, kas vērtējams kā ļoti mazs apjoms.

Tabula Nr.4

SIA „MAXIMA Latvija” realizēto šokolādes batoniņu, lielkonfekšu īpatsvars pēc vērtības EUR (bez PVN) 2013.gadā

Piegādātāji/Ražotāji: (zīmols)	Īpatsvars
SIA „Sanitex” (<i>Mars</i>)	(*)
SIA „Eugesta un partneri” (<i>Ferrero</i>)	(*)
Nestle Baltic UAB	(*)
SIA „NP Foods”	(*)
SIA „Spilva” (AS „Kalev”)	(*)
Citi	(*)
Kopā	100%

Avots: SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstulē Nr.357 sniegtā informācija

- 70 Novērtējot SIA „MAXIMA Latvija” tīklā realizēto šokolādes batoniņu un lielkonfekšu īpatsvaru, secināms, ka šajā kategorijā apvienošanās dalībnieks SIA „NP Foods” ir ceturtais lielākais piegādātājs ar būtiski mazāku īpatsvaru nekā pirmajam piegādātājam.
- 71 Ievērojot konkurentu un klientu sniegto informāciju par šokolādes batoniņu un lielkonfekšu tirgu, secināms, ka ir ievērojams skaits līdzīgu preču, kuras var aizvietot ar apvienošanās dalībnieku piedāvātajiem produktiem.
- 72 Savukārt SIA „RIMI LATVIA”¹³ sniegtā informācija liecina, ka apvienošanās dalībnieku šokolādes lielkonfektes varētu tikt aizvietotas ar konkurējoša ārvalstu ražotāja (*) piedāvājumu.
- 73 Līdztekus mazumtirdzniecības tirgus dalībniekiem KP ieguva informāciju no vairumtirdzniecības tirgus dalībniekiem SIA „Sanitex” un SIA „Baltic Logistic Solutions”, kuri vienlaicīgi ar apvienošanās dalībniekiem ir iesaistīti konkurējošu preču piegādāšanā šokolādes batoniņu, lielkonfekšu piegādes tirgū.
- 74 Novērtējot SIA „Sanitex” realizēto šokolādes batoniņu un lielkonfekšu piegādātāju īpatsvaru, secināms, ka SIA „Sanitex” nav tirgojusi apvienošanās dalībnieku attiecīgās kategorijas preces un tās portfeli ietilpa galvenokārt (*) produkcija. Savukārt SIA „Baltic Logistic Solutions” portfeli SIA „NP Foods” produkcija bijusi ceturtajā pozīcijā, nesasniedzot (*) īpatsvaru.
- 75 Tā kā koncerna *Orkla* (AS „Kalev”) piegādātais šokolādes batoniņu un lielkonfekšu apjoms (EUR (*)) Latvijā ir ļoti mazs, KP vērtējumā attiecīgajā segmentā pārklāšanās ir nenozīmīga un nav konstatējama konkurences samazināšana attiecīgajā preču kategorijā.

2.2. Šokolādes tāfelītes

Tabula Nr.5

SIA „MAXIMA Latvija” realizēto šokolādes tāfelīšu īpatsvars pēc vērtības EUR (bez PVN) 2013.gadā

Piegādātāji/Ražotāji:	Īpatsvars
SIA „NP Foods”	(*)
UAB „Mondelez Baltic”	(*)

¹³ SIA „RIMI LATVIA” 10.10.2014. vēstule Nr.01/01-414

AB „Vilniaus Pergale”	(*)
Citi	(*)
Kopā	100%

Avots: SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstulē Nr.357 sniegtā informācija

- 76 SIA „MAXIMA Latvija” ieskatā (*)¹⁴.
- 77 Neskatoties uz SIA „NP Foods” spēcīgo tirgus pozīciju SIA „MAXIMA Latvija” mazumtirdzniecības tīklā, KP secina, ka SIA „NP Foods” pārdoto preču īpatsvars SIA „MAXIMA Latvija” mazumtirdzniecības tīklā attiecīgā kategorijā neliecina par atrašanos dominējošā stāvoklī.
- 78 Savukārt SIA „RIMI LATVIA”¹⁵ sniegtā informācija liecina, ka apvienošanās dalībnieku šokolādes tāfelītes varētu tikt aizvietotas ar konkurējoša ārvalstu ražotāja ārvalsts konkurējoša ražotāja (*) piedāvājumu.
- 79 Zemāk esošajā tabulā Nr.6 salīdzināts apvienošanās dalībnieku apgrozījums, kas piegādāts Latvijas tirgum, un SIA „Sanitex” apgrozījumu šokolādes tāfelīšu segmentā.

Tabula Nr.6

Šokolādes tāfelīšu realizācijas apgrozījuma salīdzinājums pēc vērtības EUR (bez PVN) Latvijā

Tirgus dalībnieki	2011	2012	2013
SIA „NP Foods”	(*)	(*)	(*)
Orkla (AS „Kalev”)	(*)	(*)	(*)
SIA „Sanitex”	(*)	(*)	(*)

Avots: 26.08.2014. Ziņojumā un SIA „Sanitex” 20.10.2014. vēstulē Nr.SAN-V2014/140 sniegtā informācija

- 80 Novērtējot apvienošanās dalībnieku kopējo realizācijas apgrozījumu Latvijā, salīdzinājumā ar SIA „Sanitex” apgrozījumu, secināms, ka šokolādes tāfelīšu apgrozījums, ko realizējis vairumtirgotājs SIA „Sanitex”, vērtējams kā ievērojams un tā pieaugums procentuāli ir straujāks nekā SIA „NP Foods” apgrozījuma pieaugums.
- 81 Novērtējot SIA „Sanitex” realizēto šokolādes tāfelīšu piegādātāju īpatsvaru, secināms, ka apvienošanās dalībnieku attiecīgās kategorijas preces nav bijušas starp SIA „Sanitex” portfelī piedāvātajām šokolādes tāfelītēm, lielāko daļu šajā kategorijā veidojusi (*) produkcija. Savukārt SIA „Baltic Logistic Solutions” portfelī SIA „NP Foods” šokolādes tāfelīšu produkcija bijusi no populārākajām un veidojusi (*) īpatsvaru, bet otrs lielākais piegādātājs bijis (*) ar (*) īpatsvaru. SIA „Baltic Logistic Solutions” portfelī AS „Kalev” produkcija nav bijusi.

2.3. Šokolādes kārbas

- 82 Atbilstoši Ziņojuma iesniedzēja sniegtajai informācijai attiecībā uz šokolādes konfekšu kārbu segmentu tirgus lielums Latvijas teritorijā tiek lēsts (*) t apjomā un aptuveni EUR (*) apmērā pēc vērtības 2013.gadā (mazumtirdzniecības vērtība)¹⁶. 2013.gadā *Orkla* koncerna (AS „Kalev”) šokolādes kārbu pārdošanas apjoms bija (*) t, bet pārdošanas vērtība

¹⁴ SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstule Nr.357

¹⁵ SIA „RIMI LATVIA” 10.10.2014. vēstule Nr.01/01-414

¹⁶ *Euromonitor International* 2013.gada decembra ziņojums – Šokolādes konditorejas izstrādājumi Latvijā (Ziņojumā sniegta informācija)

(vairumtirdzniecībā) bija EUR (*)¹⁷, kas Ziņojuma iesniedzēja un KP vērtējumā ir ļoti mazs apjoms.

Tabula Nr.7

SIA „MAXIMA Latvija” realizēto šokolādes kārbu īpatsvars pēc vērtības EUR (bez PVN) 2013.gadā

Piegādātāji/Ražotāji: (zīmoli)	Īpatsvars
SIA „NP Foods”	(*)
SIA „Eugesta un partneri” (<i>Rafaello, Ferrero</i>)	(*)
AB „Vilniaus Pergale”	(*)
Citi	(*)
Kopā	100%

Avots: SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstulē Nr.357 sniegtā informācija

- 83 SIA „MAXIMA Latvija” ieskatā (*).
- 84 Neskatoties uz SIA „NP Foods” spēcīgo tirgus pozīciju SIA „MAXIMA Latvija” mazumtirdzniecības tīklā, KP secina, SIA „NP Foods” īpatsvara lielums nav uzskatāms par tādu, kas liecina par dominējošā stāvoklī atrodošos tirgus dalībnieku. Turklāt *Rafaello* zīmola preču īpatsvars ir praktiski tāds pats kā SIA „NP Foods” preču īpatsvars.
- 85 Savukārt SIA „RIMI LATVIA”¹⁸ sniegtā informācija liecina, ka apvienošanās dalībnieku šokolādes kārbas varētu tikt aizvietotas ar vairāku citu konkurējošu ražotāju – (*) – piedāvājumu.
- 86 Novērtējot SIA „Sanitex” realizēto šokolādes kārbu piegādātāju īpatsvaru, secināms, ka apvienošanās dalībnieku attiecīgās kategorijas preces nav bijušas starp SIA „Sanitex” portfelī piedāvātajām šokolādes kārbām, un tajā galvenokārt ir bijusi (*) produkcija. Savukārt SIA „Baltic Logistic Solutions” portfelī SIA „NP Foods” šokolādes kārbas bijušas otrajā pozīcijā, sasniedzot (*) īpatsvaru, pirmo vietu ieņēmusi (*) produkcija ar (*) īpatsvaru. SIA „Baltic Logistic Solutions” portfelī AS „Kalev” šokolādes kārbu produkcija 2013.gadā nav bijusi.
- 87 Ņemot vērā to, ka koncerna *Orkla* (AS „Kalev”) piegādātais šokolādes kārbu apjoms (EUR (*)) Latvijā ir ļoti mazs, KP vērtējumā attiecīgajā segmentā pārklāšanās ir nenozīmīga un nav konstatējama konkurences samazināšana attiecīgajā preču kategorijā.

2.4. Šokolādes konfektes

Tabula Nr.8

SIA „MAXIMA Latvija” realizēto šokolādes konfekšu īpatsvars pēc vērtības EUR (bez PVN) 2013.gadā

Piegādātāji/Ražotāji	Īpatsvars
SIA „NP Foods”	(*)
AB „Vilniaus Pergale”	(*)
SIA „ОБЪЕДИНЕННЫЕ КОНДИТЕРЫ”	(*)
Citi	(*)

¹⁷ Turpat

¹⁸ SIA „RIMI LATVIA” 10.10.2014. vēstule Nr.01/01-414

Kopā	100%
-------------	-------------

Avots: SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstulē Nr.357 sniegtā informācija

- 88 SIA „MAXIMA Latvija” ieskatā (*)¹⁹.
- 89 Neskatoties uz SIA „NP Foods” spēcīgo tirgus pozīciju šokolādes konfekšu kategorijā SIA „MAXIMA Latvija” mazumtirdzniecības tīklā, KP secina, ka SIA „NP Foods” īpatsvars nav uzskatāms par tādu, kas liecina par dominējošā stāvoklī atrodošos tirgus dalībnieku, jo salīdzinoši ievērojams īpatsvars ir konstatējams arī AB „Vilniaus Pergale” precēm.
- 90 Saskaņā ar SIA „Mego” sniegto informāciju, apskatot tādus produktus kā sveramās šokolādes konfektes un konfektes paciņās, SIA „NP Foods” īpatsvars SIA „Mego” 2013.gadā ir attiecīgi (*) un (*).
- 91 Ievērojams īpatsvars – (*) – pēc SIA „RIMI LATVIA” sniegtās informācijas konstatējams sveramo konfekšu segmentā *Rimi* mazumtirdzniecības tīklā.
- 92 Novērtējot SIA „Sanitex” realizēto šokolādes konfekšu piegādātāju īpatsvaru, secināms, ka apvienošanās dalībnieku attiecīgās kategorijas preces nav bijušas starp SIA „Sanitex” portfeli piedāvātajiem šokolādes konfekšiem, un tajā galvenokārt ir bijusi (*) produkcija. Novērtējot SIA „Baltic Logistic Solutions” šokolādes konfekšu portfeli, secināms, ka SIA „NP Foods” produkcija ieņēmusi vien piekto pozīciju ar mazu īpatsvaru.
- 93 Lai gan liela daļa no klientiem mazumtirdzniecības tirgū norādīja uz ievērojami lielāku SIA NP Foods” īpatsvaru tieši šokolādes konfekšu kategorijā, īpaši sveramo konfekšu kategorijā, tomēr KP vērtējumā apvienotā tirgus dalībnieka pozīcijas tirgū pēc apvienošanās būtiski nemainīsies. Turklāt tirgū ir citi spēcīgi starptautiski un reģionāli ražotāji – *Mondelez International, Ferrero, Mars/Masterfoods, Karl Fazer*, AB „Vilniaus Pergale”, *August Storck, Nestle* u.c.

2.5. Secinājumi par šokolādes konditorejas tirgu

- 94 Novērtējot šokolādes konditorejas izstrādājumu sortimentu kopumā, secināms, ka bez *Orkla* (AS „Kalev”) un *NP Foods* (AS „Laima”) tirgū ir pārstāvēti vairāki ražotāji ar spēcīgiem zīmoliem un ievērojamām tirgus daļām (*Mondelez International* (ar zīmoliem *Karuna, Milka, Daim*), *Ferrero* (ar zīmoliem *Rafaello, Ferrero Rocher, Kinder Bueno*), *Mars/Masterfoods* (ar zīmoliem *Mars, Snickers, Twix, Bounty*), *Karl Fazer* (ar zīmoliem *Geisha, Fazer, Karl Fazer*), *Nestle* (ar zīmolu *Lion*), kā arī ražotāji ar mazāk populāriem zīmoliem no Lietuvas, Polijas, Krievijas u.c. valstīm.
- 95 Novērtējot šokolādes konditorejas izstrādājumu tirgu kopumā, KP secina, ka, lai gan pastāv spēcīga Latvijas pircēju lojalitāte vietējiem šokolādes konditorejas izstrādājumiem un atsevišķās kategorijās kā šokolādes konfektes, sveramās šokolādes konfektes apvienošanās dalībnieku tirgus daļas ir augstākas salīdzinājumā ar citiem tirgus dalībniekiem, tomēr kopējā šokolādes konditorejas izstrādājumu tirgū pēc apvienošanās tirgus daļas palielināsies nebūtiski. AS „Laima” apjomam pievienotais AS „Kalev” apjoms – līdz (*) [1-5] % – nav vērtējams kā būtisks. Minētā rezultātā konkurence būtiski nesamazināsies.
- 96 KP vērtējumā šokolādes konditorejas izstrādājumu tirgū no pieprasījuma puses mazumtirgotājiem nav nozīmīgu šķēršļu pārslēgties uz konkurējošiem šokolādes konditorejas izstrādājumiem, tai skaitā, palielināt iepirkumu no konkurentiem. Patērētājiem ir pietiekami plašas iespējas iegādāties dažādu konkurējošo zīmolu preces. Vienlaicīgi KP vērtējumā no piedāvājuma puses ražotājiem šokolādes konditorejas tirgū pastāv iespējas pārorientēties uz dažāda veida šokolādes konditorejas izstrādājumu ražošanu (batoniņi, tāfelītes, konfektes), jo minētais nav vērtējams kā nozīmīga barjera ienākšanai attiecīgā segmentā.

¹⁹ SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstule Nr.357

3. Cukura konditorejas izstrādājumi

- 97 Atbilstoši Ziņojuma iesniedzēja sniegtajai informācijai cukura konditorejas izstrādājumu piegādes tirgus Latvijai ir ļoti fragmentēts. Tā lielākajam dalībniekam – AS „Laima” – apjoma un apgrozījuma ziņā tirgus daļa ir mazāka nekā (*) [10-20] %.
- 98 Cukura konditorejas izstrādājumus Latvijas mazumtirdzniecībā lielākoties piegādā starptautiskie uzņēmumi *Cloetta AB, Haribo, August Storck, Bomilla* u.c. Konstatējams, ka vietējiem tirgus dalībniekiem ir ļoti ierobežota ietekme Latvijā, jo lielākā daļa preču tiek importētas no citām valstīm, izņemot AS „Laima”, kas ražo cukura konditorejas izstrādājumus Latvijā.
- 99 Koncerna *NP Foods* tirgus daļa (pamatojoties uz pārdošanas mazumtirdzniecībā vērtību) 2013.gadā bija aptuveni (*) [10-20] % no visiem cukura konditorejas izstrādājumiem²⁰.
- 100 Koncerns *Orkla* (AS „Kalev”) Igaunijā ražo un uz Latviju piegādā noteiktus cukura konditorejas izstrādājumus, piemēram, īrisus, košļājamās konfektes, dražejas, karameles. Koncerna *Orkla* tirgus daļa Latvijā cukura konditorejas izstrādājumu tirgū (pamatojoties uz pārdošanas mazumtirdzniecībā vērtību) 2013.gadā bija aptuveni (*)²¹ [5-10] %.
- 101 Lai gan atbilstoši Ziņojuma iesniedzēja informācijai apvienošanās dalībnieku tirgus daļas minētā tirgū par laika periodu no 2011.-2013.gadam bija robežās no (*) [10-20] %, un Latvijā apvienotais tirgus dalībnieks vērtējams kā lielākais cukura konditorejas izstrādājumu piegādātājs, salīdzinoši lielas tirgus daļas (aptuveni (*) [10-20] %) robežās minētā laika periodā bija arī *Haribo GmbH & Co* un *Coletta AB*.
- 102 SIA „RIMI LATVIA” 26.09.2014. vēstulē Nr.01/01-391 sniegtā informācija liecina, ka cukura konditorejas tirgus līdere ar (*) [30-40] % tirgus daļu ir SIA „NP Foods”, bet nākamais tirgus dalībnieks ir ar vairāk nekā uz pusi mazāku īpatsvaru²².
- 103 Lai gan SIA „NP Foods” piegādātais cukura konditorejas izstrādājumu apjoms ir bijis lielāks, salīdzinot ar citiem konkurentiem, tomēr KP vērtējumā cukura konditorejas izstrādājumi var tikt aizvietoti ar AB „Vilniaus Pergale”, *Mars/Masterfoods, Haribo GmbH & Co, Ferrero S.p.A, ROSHER Confectionary Corporation, August Storck, SIA „Saldus pārtikas kombināts”* u.c. piedāvājumiem.
- 104 KP vērtējumā dažādi cukura konditorejas izstrādājumi pēc mazumtirdzniecībā darbojošos tirgus dalībnieku sniegtās informācijas var tikt savstarpēji pilnībā vai daļēji aizvietoti, piemēram, ar SIA „Saldus Pārtikas kombināts”, UAB „Granex”, zīmola „Zentis”, SIA „Latsweets”, SIA „Adugs”, SIA „Sveiks Latvija”, AB „Vilniaus Pergale”, AB „Naujoji Rūta” piedāvājumiem.

Tabula Nr.9

SIA „MAXIMA Latvija” realizētās cukura konditorejas izstrādājumu īpatsvars pēc vērtības EUR (bez PVN) 2013.gadā

Piegādātāji/Ražotāji	Īpatsvars
SIA „NP Foods”	(*)
AB „Vilniaus Pergale”	(*)
UAB „Mondelez Baltic”	(*)
Citi	(*)

²⁰ *Euromonitor International* 2013.gada decembra ziņojums – Cukura konditorejas izstrādājumi Latvijā (Ziņojumā sniegtā informācija)

²¹ Turpat

²² Tirgus daļa sniegta kopā ar šokolādes konditorejas izstrādājumiem

Kopā	100%
-------------	-------------

Avots: SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstulē Nr.357 sniegtā informācija

- 105 Atbilstoši SIA „MAXIMA Latvija” sniegtajai informācijai²³ apvienošanās rezultātā cukura konditorejas izstrādājumu tirgū koncentrācija palielināsies tikai par (*) [1-5] %. Savukārt tādu specifisku konditorejas izstrādājumu kā marcipāns, zefīrs, šerbets un halva, tirgū lielākais piegādātājs ir SIA „NP Foods” (*), otrā pozīcijā ir SIA „Adugs” ar (*), bet trešajā ir Lietuvas piegādātājs AB „Vilniaus Pergale” ar (*) īpatsvaru.
- 106 SIA „Mego” sniegtā informācija par cukura konditorejas izstrādājumu īpatsvaru liecina, ka SIA „NP Foods” piegādātais cukura konditorejas izstrādājumu īpatsvars 2013.gadā bija (*) no kopējā īpatsvara.
- 107 Novērtējot SIA „Sanitex” cukura konditorejas izstrādājumu sortimentu kopumā, secināms, ka citu konkurējošu piegādātāju – (*) – cukura konditorejas izstrādājumi ir bijuši noteicošie SIA „Sanitex” sortimentā. Apvienošanās dalībnieku cukura konditorejas izstrādājumi nav bijuši starp SIA „Sanitex” portfeli piedāvājumiem cukura konditorejas izstrādājumiem.
- 108 Novērtējot SIA „Baltic Logistic Solutions” realizētās cukura konditorejas piegādātāju īpatsvaru, secināms, ka SIA „NP Foods” nav bijis starp trijiem lielākajiem piegādātājiem. Citu konkurējošo ražotāju cukura konditorejas izstrādājumi, kurus piegādājusi SIA „Baltic Logistic Solutions”, 2013.gadā bijuši ar lielāku īpatsvaru.

Tabula Nr.10

Cukura konditorejas izstrādājumu piegādātāju apgrozījumu Latvijā salīdzinājums (pēc vērtības EUR (bez PVN))

Tirgus dalībnieki	2011	2012	2013
SIA „NP Foods”	(*)	(*)	(*)
Orkla (AS „Kalev”)	(*)	(*)	(*)
SIA „Sanitex”	(*)	(*)	(*)
SIA „Baltic Logistic Solutions”	(*)	(*)	(*)

Avots: 26.08.2014. Ziņojumā, SIA „Sanitex” 20.10.2014. vēstulē Nr.SAN-V2014/140 sniegtā informācija, SIA „Baltic Logistic Solutions” 21.10.2014. vēstulē Nr.BLS 14.i/141 sniegtā informācija

- 109 Salīdzinot apvienošanās dalībnieku cukura konditorejas izstrādājumu realizācijas apgrozījumu Latvijā un SIA „Sanitex” un SIA „Baltic Logistic Solutions” attiecīgos apgrozījumus, secināms, ka, lai gan apvienošanās dalībnieku realizācijas apgrozījums ir ievērojami lielāks nekā SIA „Sanitex” un SIA „Baltic Logistic Solutions” apgrozījums, tomēr arī SIA „Sanitex” un SIA „Baltic Logistic Solutions” realizācijas apgrozījums vērtējams kā salīdzinoši nozīmīgs.
- 110 Attiecībā uz cukura konditorejas izstrādājumiem bez apvienošanās dalībniekiem tirgū darbojas tādi būtiski konkurenti kā *Leaf International BV* (zīmols *Mynthon*), *Haribo* (zīmols *Haribo*), *Wrigley* (zīmols *Orbit*), *Cadbury* (zīmols *Halls, Dirol*), *Karl Fazer* (zīmols *Tutti Frutti*), *Ferrero* (zīmols *Tic Tac*), *Storck KG* (zīmols *Whether’s Original*) u.c.
- 111 KP vērtējumā nepastāv nozīmīgi šķēršļi cukura konditorejas izstrādājumu importam Latvijā no citām ES dalībvalstīm. Minēto apliecina tas, ka lielākā daļa cukura konditorejas izstrādājumu tiek importēti.
- 112 Novērtējot cukura konditorejas izstrādājumu tirgu kopumā, KP secina, ka pēc apvienošanās tirgus daļas palielināsies nebūtiski. AS „Laima” apjomam pievienotais AS „Kalev” apjoms (līdz (*) [1-5] %) nav vērtējams kā ievērojams. Nav pamata uzskatīt, ka minētā rezultātā konkurence varētu būtiski samazināties. Turklāt KP vērtējumā cukura konditorejas izstrādājumu tirgū

²³ SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstule Nr.357

mazumtirgotājiem nav nozīmīgu šķēršļu pārslēgties uz konkurējošiem cukura konditorejas izstrādājumiem, tai skaitā, palielināt iepirkumu no konkurentiem.

4. Cepumi, biskvīti un vafeles

- 113 Koncerns *NP Foods* darbojas gan saldo, gan sāļo cepumu produktu segmentā Latvijas teritorijā galvenokārt ar zīmolu „Selga”. Saskaņā ar *Euromonitor International* datiem²⁴ koncernam *NP Foods* 2013.gadā Latvijā bija (*) [30-40] % tirgus daļa no kopējā cepumu (gan sāļo, gan saldo) tirgus, pamatojoties uz mazumtirdzniecības vērtību, bet *Orkla* tirgus daļa bija maznozīmīga.
- 114 Saskaņā ar SIA „NP Foods” aplēsēm koncernam *NP Foods* 2012.gadā bija (*) [20-30] % tirgus daļa iesaiņoto saldo cepumu tirgus segmentā un (*) [1-5] % tirgus daļa iesaiņoto sāļo cepumu tirgus segmentā.
- 115 Koncerns *Orkla* (AS „Kalev”) cepumus ražo Igaunijā un ir mēģinājis ienākt Latvijas tirgū (ar SIA „Spilva” starpniecību), piegādājot saldus cepumus. Taču šādi mēģinājumi nav bijuši veiksmīgi, un koncerna *Orkla* tirgus daļa Latvijā cepumu tirgū ir nenozīmīga.
- 116 Atbilstoši Ziņojumā sniegtajiem datiem cepumu (gan saldo, gan sāļo) tirgus lielums Latvijas teritorijā 2013.gadā tiek lēsts (*) t apmērā pēc apjoma un aptuveni EUR (*) pēc mazumtirdzniecības vērtības²⁵. 2013.gadā *Orkla* (AS „Kalev”) cepumu pārdošanas apjomi Latvijā bija (*) t, bet pārdošanas vērtība bija EUR (*).

Tabula Nr.11

SIA „RIMI LATVIA” realizēto cepumu, biskvītu un vafeļu īpatsvars pēc vērtības EUR (bez PVN)

Piegādātāji/Ražotāji: zīmoli	2011	2012	2013
SIA „NP Foods” (<i>Selga</i>)	(*)	(*)	(*)
SIA „ADUGS” (<i>Poesia, Virtuosso</i> u.c.)	(*)	(*)	(*)
AB „KRAFT FOODS LIETUVA” (<i>Belvita, LU, Milka</i>)	(*)	(*)	(*)
GRIESSON DE BEUKELAER GMBH & CO. KG (<i>Poesia, Rimi</i>)	(*)	(*)	(*)
SIA „Maiznīca Flora” (<i>Dinamo, Flora</i> u.c.)	(*)	(*)	(*)
Citi	(*)	(*)	(*)
Kopā	100%	100%	100%

Avots: SIA „RIMI LATVIA” 10.10.2014. vēstulē Nr.01/01/-414 sniegtā informācija

- 117 Novērtējot SIA „RIMI LATVIA” realizēto cepumu, biskvītu un vafeļu īpatsvaru pēc vērtības EUR, secināms, ka lielākais tirgus dalībnieks ir SIA „NP Foods” ar aptuveni (*) lielu īpatsvaru. Savukārt AS „Kalev” realizēto cepumu īpatsvars nav sasniedzis pat (*) no kopējā SIA „RIMI LATVIA” realizēto cepumu apjoma. Otrs lielākais konkurents bija SIA „Adugs”.

²⁴ Euromonitor International 2013.gada decembra ziņojums – Cepumi Latvijā (Ziņojumā sniegtā informācija)

²⁵ Euromonitor International 2013.gada decembra ziņojums – Cepumi Latvijā (Ziņojumā sniegtā informācija)

**SIA „MAXIMA Latvija” realizēto cepumu, biskvītu un vafeļu īpatsvars pēc vērtības
EUR (bez PVN) 2013.gadā**

Piegādātāji/Ražotāji	Īpatsvars
SIA „Adugs”	(*)
SIA „NP Foods”	(*)
UAB „Mondelez Baltic”	(*)
SIA „Baltās naktis”	(*)
Citi	(*)
Kopā	100%

Avots: SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstulē Nr.357 sniegtā informācija

- 118 Novērtējot realizācijas īpatsvarus SIA „MAXIMA Latvija” mazumtirdzniecības tīklā, secināms, ka SIA „Adugs” realizācijas īpatsvars bijis lielāks nekā SIA „NP Foods” realizācijas īpatsvars.
- 119 SIA „MAXIMA Latvija” ieskatā (*)²⁶. KP ieskatā nav pamata vēl šaurāk definēt atsevišķu preču tirgu. KP vērtējumā gan no patērētāja, gan piedāvājuma puses attiecīgajām augstāk minētajām precēm pastāv aizvietojamība.
- 120 Savukārt atbilstoši SIA „Mego” sniegtai informācijai SIA „Mego” 2013.gadā AS „Staburadze” cepumu īpatsvars ir bijis vien (*) no kopējā SIA „Mego” cepumu, biskvītu un vafeļu apjoma.
- 121 AS „LIDO” 15.10.2014. vēstulē sniegtā informācija liecina, ka minētajā tirgū apvienošanās būtiski neietekmēs šo preču tirgu, jo tajā valda spēcīga konkurence.
- 122 Novērtējot SIA „Sanitex” sortimentu cepumu, biskvītu un vafeļu segmentā kopumā, secināms, ka citu konkurējošu piegādātāju – (*) u.c. ražotāju – izstrādājumi ir bijuši noteicošie SIA „Sanitex” sortimentā. Apvienošanās dalībnieka SIA „NP Foods” piegādāto cepumu „Selga” īpatsvars bijis ļoti nenozīmīgs. AS „Kalev” cepumu, biskvītu un vafeļu produkcija nav bijusi SIA „Sanitex” sortimentā.
- 123 Novērtējot vairumtirgotāja SIA „Baltic Logistic Solutions” realizēto cepumu, biskvītu un vafeļu sortimentu 2013.gadā, secināms, ka (*) realizētais produkcijas īpatsvars bijis lielāks par SIA „NP Foods” realizēto cepumu, biskvītu un vafeļu īpatsvaru. AS „Kalev” cepumi, biskvīti un vafeles nav bijuši SIA „Baltic Logistic Solutions” sortimentā 2013.gadā.
- 124 Novērtējot cepumu, biskvītu un vafeļu tirgu kopumā, ievērojot klientu un konkurentu sniegto informāciju, KP secina, ka minētajā tirgū pastāv aizvietojamība ar daudzu citu (t.sk. vietējo) ražotāju un piegādātāju piedāvājumiem.
- 125 KP iegūtā informācija neliecina, ka apvienošanās darījuma rezultātā varētu tikt samazināta konkurence. Atzīmējams, ka AS „Kalev” cepumu, biskvītu un vafeļu piegādātais apjoms 2013.gadā (EUR (*)) Latvijā ir nenozīmīgs. Līdz ar to nepastāv bažas par būtisku tirgus daļu palielināšanos attiecīgajā konkrētajā tirgū.

5. Mērces

- 126 Atbilstoši Ziņojuma iesniedzēja informācijai koncerns *Orkla* (ar SIA „Spilva” starpniecību) ir sens auksto mērču tirgus dalībnieks. Saskaņā ar *Euromonitor International* datiem²⁷ koncernam *Orkla* 2013.gadā Latvijā bija (*) [20-30] % tirgus daļa no kopējā mērču, dresingu un garšvielu tirgus, pamatojoties uz mazumtirdzniecības vērtību.

²⁶ SIA „MAXIMA Latvija” 31.10.2014. vēstule Nr.357

²⁷ *Euromonitor International* 2013.gada decembra ziņojums – Mērces, dresingi un garšvielas Latvijā (Ziņojumā sniegtā informācija)

- 127 Koncerns *NP Foods* arī darbojas auksto galda mērču (majonēzes, tomātu mērces, salātu mērces, dresingi u.c.) tirgū Latvijas teritorijā, taču SIA „NP Foods” mērču kopējais pārdošanas apjoms Latvijā ir nenozīmīgs.
- 128 Saskaņā ar *Euromonitor International* datiem²⁸ galda mērču tirgus kopējais apjoms Latvijā 2013.gadā bija (*) t. SIA „NP Foods” galda mērču pārdošanas apjoms 2013.gadā bija (*) t. Ņemot vērā iepriekšminēto, apvienošanās Ziņojuma iesniedzējs uzskata, ka auksto galda mērču tirgus nav uzskatāms par ietekmēto tirgu, jo pārklāšanās notiek ļoti nebūtiskā apmērā.
- 129 Novērtējot SIA „RIMI LATVIA” realizēto mērču un dresingu piegādātāju sadalījumu pēc pārdotās/iepirktās produkcijas apjoma, secināms, ka SIA „Spilva” īpatsvars bijis (*), taču būtiski neatpaliek SIA „Balttur-R” mērces un dresingi ar (*) īpatsvaru. Atzīmējams, ka SIA „NP Foods” (AS „Staburadzes konditoreja”) mērces nav bijušas SIA „RIMI LATVIA” sortimentā. Līdz ar to preču realizācijas pārklāšanās *Rimi* mazumtirdzniecības tīklā nav konstatējama.
- 130 Lai gan SIA „Spilva” produkcijas īpatsvars SIA „MAXIMA Latvija” veikalu tīklā auksto galda mērču, salātu mērču, dresingu, majonēzes, sinepju, kā arī kečupu un tomātu mērču tirgū pārsniedz (*), tomēr SIA „Staburadzes konditoreja” produkcijas piedāvājums saskaņā ar KP rīcībā esošo informāciju nav bijis SIA „MAXIMA Latvija” mazumtirdzniecības tīklā. Līdz ar to apvienošanās sakarā pārklāšanās nav konstatējama.
- 131 Novērtējot auksto galda mērču tirgu kopumā, KP secina: lai gan ir konstatējama spēcīga *Orkla* (SIA „Spilva”) tirgus daļa auksto galda mērču tirgū Latvijā, tomēr SIA „NP Foods” (SIA „Staburadzes konditoreja”) pārklāšanās auksto galda mērču tirgū nav vai ir ļoti nenozīmīga.
- 132 KP vērtējumā par iespējamiem alternatīviem piegādātājiem kečupa, tomātu mērču grupā ir uzskatāmas – SIA „Milda KM”, SIA „Puratos Latvija”, SIA „Balttur - R”, SIA „Pēnes - L”, SIA „Favorīts”, SIA „Sanitex” izplatītais kečups ar zīmolu „Čumak”, „Fanex”.
- 133 Ņemot vērā augstāk izklāstīto, KP nav pamata veikt dziļāku attiecīgā konkrētā tirgus izpēti un novērtējumu.

6. Pusfabrikāti – gatavas zupas

- 134 Attiecībā uz pusfabrikātu – gatavo zupu – tirgu mazumtirdzniecības sektoram Komisija ir atzīmējusi, ka nošķiramas ir šķidrās zupas istabas temperatūrā, parastās sausās zupas un šķīstošās (*instant*) sausās zupas to īpašību, cenas un patērētāju lietošanas ziņā. Istabas temperatūras šķidro zupu kategorijā netiek iekļautas atdzesētas vai sasaldētas zupas, kurām nepieciešama atšķirīga loģistika, jo tām nepieciešama atdzesēšana gan izplatīšanas tīklā, gan mājās (*COMP/M.1990 – Unilever / Bestfoods*, p.14-17; *COMP/M.6753 - ORKLA/ RIEBER & SON*, 19.-22.lpp.).
- 135 Koncerns *Orkla* (ar SIA „Spilva” starpniecību) darbojas lietošanai gatavu pārtikas produktu sektorā Latvijā ar istabas temperatūras šķidro zupu produktiem, kas visi tiek pārdoti ar zīmolu *Spilva*. SIA „NP Foods” (SIA „Staburadzes konditoreja”) darbojas lietošanai gatavu pārtikas produktu sektorā Latvijā, piedāvājot zupas un sausās zupas. SIA „NP Foods” galvenokārt darbojas atdzesētu un svaigu – gatavu lietošanai – pārtikas produktu tirgos.
- 136 Secināms, ka *Orkla* un SIA „NP Foods” darbība gatavo zupu piegādē Latvijas teritorijā nepārklājas vai arī pārklāšanās ir ļoti nenozīmīga.
- 137 Ņemot vērā augstāk izklāstīto, KP nav pamata veikt dziļāku attiecīgā konkrētā tirgus izpēti un novērtējumu.

V PORTFEĻA EFEKTS

- 138 Apvienošanās papildu izpētes gaitā tika iegūta informācija no tirgus dalībniekiem (lielākajiem apvienošanās dalībnieku konkurentiem un klientiem) saistībā ar iespējamo negatīva portfeļa

²⁸ Turpat

- efekta rašanos apvienošanās rezultātā. KP izvērtēja gan tirgus dalībnieku viedokļus, kuri norādīja uz iespējamu negatīvu ietekmi, paplašinoties apvienošanās dalībnieku portfelim, gan to viedokļus, kas norādīja uz pietiekamu konkurenci konkrētajos tirgos.
- 139 SIA „Adugs”, viens no būtiskākajiem vietējiem cepumu, biskvītu un vafeļu ražotājiem, 28.11.2014. vēstulē sniedza viedokli, ka „*apvienošanās radīs plašu pārtikas portfelī, sākot ar saldumiem un beidzot ar čipsiem, kā rezultātā ORKLA ASA grupai veidosies tirgus vara savu noteikumu uzspiešana, it sevišķi tas varētu realizēties attiecībā pret mazākiem ražotājiem un mazākiem tirgotājiem*”.
- 140 SIA „Fazer Latvija” 10.10.2014. vēstulē Nr.54 norādījusi uz apvienošanās dalībnieku plašo un daudzveidīgo portfelī, turklāt atbilstoši SIA „Fazer Latvija” norādītajam nevienam citam ražotājam vai vairumtirgotājam nav tik plašs produktu portfelis. SIA „Milda KM” 13.10.2014. vēstulē Nr.980 norādījusi, ka *ORKLA ASA ir/būs spēcīgs portfelis ar vietējo zīmolu vadošo pozīciju produktiem*. SIA „LIDO” norādījis, ka negatīvais efekts saistīts ar to, ka tiek palielināts iepirkuma ietekmes īpatsvars no viena uzņēmuma kopējā iepirkuma apjomā²⁹.
- 141 Uz izteikto vietējo produktu portfeļa efekta rašanos, lojalitāti Latvijā ražotajai precei, tradicionāli iecienīto garšu norādījusi arī SIA „RIMI LATVIA”, atzīmējot, ka apvienotais portfelis (*). Uz plašo sortimentu un *Laima, Staburadze, Spilva* zīmolu plašo atpazīstamību norādījusi SIA „Latvijas tirgotāju savienība”, presumējot, ka konkrētos zīmolus pircēji labprāt izvēlas, jo tie asociējas ar kvalitāti, vietējo produkciju un veselīgumu³⁰.
- 142 SIA „Mego” 09.10.2014. vēstulē sniegusi viedokli, ka apvienošanās rezultātā neradīsies un nenostiprināsies dominējošais stāvoklis konkrētajos tirgos, tomēr nākotnē konkurence varētu samazināties, ko izraisītu neizbēgama portfeļa efekta rašanās. Līdzīgu viedokli sniegusi arī SIA „Iepirkumu grupa” 15.10.2014. vēstulē Nr.03/10-14.
- 143 Atsevišķi apvienotā tirgus dalībnieka klienti savos viedokļos norādīja, ka bez apvienotā tirgus dalībnieka precēm nebūtu iespējas nokomplektēt pilnvērtīgu preču sortimentu, tajā pašā laikā norādot uz alternatīviem piegādātājiem un ražotājiem.
- 144 Lai gan precēm ar zīmoliem *Laima, Selga, Spilva* vēsturiski Latvijas iedzīvotāju vidū izveidojies stabils pieprasījums un patēriņš, un tā aizvietojamība atsevišķos segmentos varētu būt tikai daļēja, tomēr atsevišķi mazumtirgotāji norādījuši, ka SIA „Sanitex” un SIA „Eugesta un Partneri” ir līdzīgs preču portfelis kā apvienošanās dalībniekiem. SIA „Savel”, kas darbojas mazumtirdzniecībā ar *Beta* zīmolu, 02.10.2014. vēstulē sniegtā informācija liecina, ka apvienotajam tirgus dalībniekam tirgus vara Latvijā un Baltijā nemainīsies un nav iespējams, ka kāds no tirgus dalībniekiem iegūs dominējošo stāvokli vai apvienotais tirgus dalībnieks būtiski ietekmēs uzskaitīto preču piedāvājumu. SIA „LIDO” ieskatā produkcijas apvienošana vienā grozā dos pozitīvu efektu sortimenta groza paplašināšanā – viens piegādātājs spēs nodrošināt plašāku produktu piegādi, samazinot loģistikas izdevumus.
- 145 SIA „Baltic Logistic Solutions” 13.10.2014. vēstulē sniegtajā viedoklī norādīts uz aizvietojamību ar citiem konkurentiem gan Latvijā, gan Baltijā. Līdzīgu viedokli paudis arī SIA „Sanitex” 10.10.2014. vēstulē Nr.SAN-V2014/137, norādot tajā skaitā uz samērā vieglu dažādu konkrēto preču aizvietojamību, kaut arī apvienotajam tirgus dalībniekam apvienošanās rezultātā veidotos tirgus vara.
- 146 Izvērtējot tirgus dalībnieku sniegtos viedokļus, KP norāda, ka jau pirms apvienošanās iesaistīto tirgus dalībnieku preču portfelis bija ievērojams un atsevišķos konkrētajos tirgos apvienošanās rezultātā tiek pievienota nebūtiska tirgus daļa, atbilstoši esošajā preču portfeļa sistēmā apvienošanās rezultātā nenotiks būtiskas izmaiņas un apvienošanās pirmšķietami nepastiprinās preču portfelī ar neaizvietojamām precēm. Papildus jāņem vērā, ka līdz šim saistībā ar tirgus dalībnieku esošo portfelī nav saņemtas citu tirgus dalībnieku sūdzības.
- 147 KP ieskatā, izmantojot produktu sasaisti jeb komplektēšanu portfeļa ietvaros, pastāv iespēja nodot savu tirgus varu no viena produkta uz otru, tomēr, aptaujājot klientus un konkurentus saistībā ar preču sasaistīšanu un komplektēšanu, lietā netika iegūta informācija, ka attiecībā uz

²⁹ SIA „LIDO” 17.10.2014. vēstule Nr.13-1/323

³⁰ SIA „Latvijas tirgotāju savienība” 21.05.2014. vēstule

- apvienošanā iesaistītajām precēm pastāvētu preču komplektēšanas vai preču uzspiešanas problēmas, kaut gan vairāki tirgus dalībnieki pauda bažas attiecībā uz šo aspektu nākotnē.
- 148 KP norāda, ka, tā kā sasaistīšana var ierobežot preču sortimentu un līdz ar to arī konkurenci, ietekmējot patērētāju iespējas iegādāties konkurējošas preces. Šāda prakse nav pieļaujama. Tomēr, pastāvot dažādiem preču izplatīšanas kanāliem mazumtirdzniecībā, spēcīgiem citiem konkurentiem visos preču segmentos, šādas prakses izpausme ir maz iespējama.
- 149 Svarīga portfeļa efekta ietvaros ir konkurentu reakcija, kuri, iespējams, nespēj pietiekami ātri reaģēt uz izmaiņām un ir spiesti iziet no tirgus vai nonākt sliktākā izejas pozīcijā tirgū. Tomēr Komisija pirmšķietami uzskatījusi, ka konkurenti tomēr spēj pietiekami ātri reaģēt uz šādām stratēģijām un tirgus pamešana ir maz ticama. Kā arī, ņemot vērā zemās barjeras ienākšanai tirgū, ietekme uz preču cenu nebūtu ilgstoša³¹.
- 150 KP vērtējumā konkurentiem nav būtisku barjeru ienākšanai attiecīgajos preču tirgos, līdz ar to lietā nepastāv bažas par portfeļa efekta nostiprināšanos. Apvienotā tirgus dalībnieka preces ir iespējams aizvietot ar citu ražotāju un piegādātāju precēm, ņemot vērā, ka apvienotajam tirgus dalībniekam konkrētajos tirgos ir pietiekami daudz spēcīgu konkurentu ar vairākiem spēcīgiem atpazīstamiem zīmoliem, kas KP vērtējumā spēj aizvietot apvienošanās dalībnieku produkciju, tādējādi nodrošināt pietiekami plašu patērētājam piedāvājamo preču sortimentu.
- 151 Jānorāda, ka Latvijā darbojas spēcīgi mazumtirdzniecības tirgus dalībnieki, piemēram, SIA „RIMI LATVIA” un SIA „MAXIMA Latvija”, ar ievērojamu ietekmi mazumtirdzniecības tirgū. Līdz ar to, KP ieskatā, nepastāv bažas par sasaistīšanu vai lojalitātes atlaižu piemērošanu, kas izslēdz konkurentus no tirgus. KP vērtējumā mazumtirgotājiem SIA „RIMI LATVIA” un SIA „MAXIMA Latvija” Latvijā ir pietiekoša tirgus vara un iespēja diversificēt savus pirkumus un piedāvāt plašu preču izvēli.

Pamatojoties uz minēto un saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 5.punktu, 15.panta pirmās daļas 3.punktu un otrās daļas 1.punktu un 16.panta ceturto daļu, Konkurences padome

nolēma:

atļaut apvienošanu, *Orkla ASA* iegūstot izšķirošu ietekmi pār AS „Gutta”, SIA „NP Foods”, AS „Staburadze”, UAB „Margiris”, SIA „Detente”, AS „Laima” un to meitas sabiedrībām.

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

(*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja

S.Ābrama

³¹ *GE / Amersham* case Pieejama: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3304_en.pdf.