



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr.33
(Prot. Nr. 15, 2.§)

2010. gada 6.maijā

Par lietas neierosināšanu

Par SIA „Tērbatas sēta” 06.04.2010. iesniegumu

2010.gada 8.aprīlī Konkurences padome saņēma SIA „Tērbatas sēta” 06.04.2010. iesniegumu (turpmāk – Iesniegums).

SIA „Tērbatas sēta” ir komercsabiedrība, kas nodarbojas ar SPA un kosmētisko pakalpojumu sniegšanu SPA un veselības centrā „Season spa”. SIA „Tērbatas sēta” Iesniegumā norāda, ka, ņemot vērā „Season spa” klientu interesi par BIOLOGIQUE RECHERCHE kosmētisko produkciju, SIA „Tērbatas sēta” rakstveidā kontaktējās ar Francijas komercsabiedrību BIOLOGIQUE RECHERCHE, ar mērķi noskaidrot, kādā veidā un uz kādiem noteikumiem ir iespējams iegādāties BIOLOGIQUE RECHERCHE ražoto produkciju. BIOLOGIQUE RECHERCHE komercsabiedrība norādīja SIA „Blaumaņa sēta” kā BIOLOGIQUE RECHERCHE pārstāvi Latvijas Republikā, atzīmējot, ka šobrīd tiesības izplatīt BIOLOGIQUE RECHERCHE produkciju Latvijas Republikā ir tikai SIA „Blaumaņa sēta”.

Vienlaicīgi SIA „Tērbatas sēta” Iesniegumā norāda, ka SIA „Blaumaņa sēta”, izmantojot savu dominējošo stāvokli tirgū, atsakās bez jebkāda pamatojuma pārdot BIOLOGIQUE RECHERCHE produkciju.

SIA „Tērbatas sēta” Iesniegumā lūdz veikt norādīto apstākļu pārbaudi un izskatīt SIA „Blaumaņa sēta” un BIOLOGIQUE RECHERCHE rīcības atbilstību likumam.

SIA „Tērbatas sēta” reģistrēta komercreģistrā ar reģistrācijas Nr. 40003694643, juridiskā adrese: Zaubes iela 9a - 27, Rīga, LV-1013.

SIA „Blaumaņa sēta” reģistrēta komercreģistrā ar reģistrācijas Nr. 50003892631, juridiskā adrese: Blaumaņa iela 12A-1, Rīga, LV-1011.

Izvērtējot Iesniegumā ietvertu, kā arī papildus iegūto informāciju, Konkurences padome

konstatēja:

1. Saskaņā ar Konkurences likuma 13.panta pirmās daļas 1.punktu par dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu ir uzskatāma atteikšanās slēgt darījumu ar citu tirgus dalībnieku vai grozīt darījuma noteikumus bez objektīvi attaisnojoša iemesla, tajā skaitā netaisnīga un nepamatota atteikšanās piegādāt preces vai sniegt pakalpojumus.

2. Lai konstatētu 13.panta pirmās daļas 1.punkta pārkāpuma tiesiskā sastāva pazīmes SIA „Blaumaņa sēta” darbībā, vispirms jādefinē konkrētais tirgus, kurā darbojas SIA „Blaumaņa sēta”.

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 4.punktu konkrētais tirgus ir konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 5.punktu konkrētās preces tirgus ir 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. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 3.punktu konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir ģeogrāfiska teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem, un tādēļ šo teritoriju var nošķirt no citām teritorijām.

Izvērtējot iegūto informāciju par SPA un kosmētisko pakalpojumu jomu, Konkurences padome konstatē, ka SPA un kosmētisko pakalpojumu salonu darbība ietver pamatā divus komercdarbības virzienus: skaistumkopšanas (kosmētisko) pakalpojumu sniegšanu un kosmētisko līdzekļu tirdzniecību. Konkrētajā gadījumā ir jāizvērtē SIA „Blaumaņa sēta” stāvoklis un darbības kosmētisko līdzekļu tirdzniecības jomā.

Konkurences padome izvērtēja SIA „Tērbatas sēta” sniegto un publiski pieejamo informāciju par kosmētisko līdzekļu tirdzniecības jomu un konstatēja, ka kosmētisko līdzekļu tirgus ir iedalāms vairākos apakštirgos un segmentos pēc kosmētisko līdzekļu pazīmēm, izmantošanas īpašībām, cenu līmeņiem u.c. faktoriem. Iegūtā informācija liecina, ka pastāv iespējas izdalīt šādus apakštirgos:

1) „profesionālā kosmētika” - ar šo kosmētiku parasti strādā skaistumkopšanas salonos, tā ir ļoti iedarbīga un specifiska. Profesionālo kosmētiku var iedalīt divās grupās. Pirmo veido kosmētika ar kuru strādā kosmetologs, speciālists ar atbilstošu izglītību, nereti īpaši apmācīts darbam ar kādu konkrētu kosmētikas produktu tā pareizai un atbilstošai izmantošanai, ņemot vērā konkrētā produkta īpašās raksturojošās īpašības, tā pielietošanas mērķi konkrētas procedūras veikšanai, ievērojot katra klienta individuālās vajadzības. Otro grupu veido profesionālā kosmētika, kas pielāgota izmantošanai mājas apstākļos. Profesionālo kosmētiku var iegādāties specializētos veikalos (pamatā tā tiek pārdota ierobežotam klientu lokam (skaistumkopšanas saloniem, kosmetologiem), ņemot vērā tās specifiskās īpašības un nepieciešamās zināšanas tās pielietošanai), atsevišķos gadījumos specializētos kosmētikas veikalos un arī skaistumkopšanas salonos. Šāda kosmētika ir dārga, tajā skaitā, ņemot vērā gan investīcijas, kas ieguldītas katra produkta attīstīšanā, gan augstvērtīgās izejvielas, no kā šāda kosmētika izgatavota;

2) „selektīvā kosmētika” – pārsvarā, attiecībā uz vairumu zīmolu, to izstrādā vadošie modes nami vai komercsabiedrības, kam pieder zinātniskie institūti un laboratorijas. Šāda kosmētika tiek pārdota tikai specializētās lielveikalu nodaļās vai stendos, vai specializētos kosmētikas preču veikalos, nodrošinot arī atbilstošu konsultāciju sniegšanu pārdošanas vietā. Šāda kosmētika ir dārga, jo pircējs maksā ne tikai par kvalitāti, bet nosacīti arī par preces zīmolu.

3) „aptiekas kosmētika” - tā var būt gan plaša patēriņa produkcija, gan profesionālā, taču „tīri” par aptiekas kosmētiku var dēvēt tikai tādu kosmētiku, kura tiek pārdota tikai aptiekās un nekur citur (piemēram, tādi zīmoli kā Lierac, Vichy, Klorane, Avene, Galenic, u.c.). Pēc efektivitātes šāda kosmētika ir salīdzināma ar profesionālo un selektīvo, bet tās cena parasti ir nedaudz zemāka;

4) t.s. „plaša patēriņa tirgus” - kosmētika, kuru var iegādāties nespecializētajos mazumtirdzniecības veikalos. Tā parasti ir ievērojami lētāka par profesionālo un selektīvo kosmētiku, paredzēta ikdienas lietošanai, taču ne konkrētu problēmu risināšanai.

Kosmētisko preču tirgu ir iespējams segmentēt šaurāk, atkarībā, piemēram, no konkrētās piemērošanas (sejas kopšana, ķermeņa kopšana, matu kopšana) vai cenas (lēts, vidēji dārgs, dārgs segments). Tā kā parasti kosmētikas ražotāji izstrādā t.s. „pilnu produktu līniju” (t.i., līdzekļi sejas, ķermeņa u.c. kopšanai, nespecializējoties uz atsevišķām ķermeņa daļām), tad sadalīt tirgu pēc konkrētās pielietojuma vairākos konkrētajos tirgos nebūtu pamatoti.

Ņemot vērā minēto, Konkurences padome uzskata, ka profesionālā kosmētika veido atsevišķu konkrēto tirgu, ievērojot šo preču izmantošanas iespējas, izplatīšanas kanālus, cenu līmeni un prasības pret personām, kuras šo kosmētiku izmanto. Tādējādi Iesnieguma kontekstā par konkrēto preci ir uzskatāmi profesionālie kosmētiskie līdzekļi.

Saskaņā ar Konkurences padomes noskaidroto informāciju, SIA „Blaumaņa sēta” ir oficiālā un vienīgā Francijas ražotāja BIOLOGIQUE RECHERCHE pārstāve Latvijas teritorijā, tādējādi SIA „Blaumaņa sēta” darbība, realizējot BIOLOGIQUE RECHERCHE kosmētiku, ir attiecināma uz visu Latvijas teritoriju. Līdz ar to par konkrēto ģeogrāfisko tirgu ir uzskatāma Latvijas teritorija, kas gan neizslēdz iespēju, ka tirgus varētu būt arī plašāks.

Ņemot vērā minēto, Konkurences padome secina, ka konkrētais tirgus, atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 4.punktam, ir profesionālās kosmētikas realizācijas tirgus Latvijas teritorijā.

Izvērtējot informāciju par aizstājamību profesionālās kosmētikas tirgū Latvijā, Konkurences padome konstatē, ka pastāv daudz un dažādas alternatīvas profesionālās kosmētikas vidū. Iegūtā informācija liecina, ka vairāki skaistumkopšanas saloni papildus skaistumkopšanas pakalpojumiem piedāvā kosmetologiem iegādāties arī to Latvijā pārstāvēto profesionālo kosmētiku. Latvijas teritorijā tiek piedāvāti virkne profesionālās kosmētikas zīmolu - katrs kādā mērā un niansē unikāls un ekskluzīvs, tomēr neviens no tiem nav vērtējams kā neaizstājams. Līdzvērtīgi BIOLOGIQUE RECHERCHE varētu tikt vērtēti arī Roseactive, Sothys, Bernard Cassiere, Guinot, Payot, Ella Bache u.c. profesionālās kosmētikas zīmoli, kurus izmanto kosmetologi ķermeņa un sejas kopšanas kosmētisko pakalpojumu sniegšanā.

Skaistumkopšanas salonu apmeklētāju vidū ir arī klienti, kam nav būtisks izmantotās profesionālās kosmētikas zīmols, bet gan meistars – kosmetologs, kas ir apmācīts kosmētisko procedūru veikšanā. Tāpēc, vērtējot dažādu profesionālās kosmētikas zīmolu savstarpējas aizvietojamības iespējas, ir jāņem vērā ne tikai patērētāju lojalitāte pret konkrēto zīmolu, bet arī patērētāju lojalitāte pret konkrētu kosmetologu.

Tāpēc Konkurences padome uzskata, ka konkrētajā tirgū pastāv pietiekami lielas aizvietojamības iespējas, lai nevienam no profesionālās kosmētikas izplatītājiem neuzskatītu par dominējošo. Šī iemesla dēļ, savukārt, nav pamata veikt sīkāku izpēti par Iesniegumā izteikto lūgumu attiecībā uz dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma iespējamu pārkāpumu.

Ņemot vērā minēto, un pamatojoties uz Konkurences likuma 1.panta 1.punktu, 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 23.panta trešās daļas 3.punktu, kā arī 23.panta ceturto prim daļu, Konkurences padome

n o l ē m a:

neierosināt lietu par Konkurences likuma 13.panta pirmās daļas pārkāpumu SIA „Blaumaņa sēta” darbībās.

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

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme