



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. E02-20

(Prot. Nr. 17; 5.§)

2011. gada 8.aprīlī

Par pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu

Lieta Nr. 1809/10/03.01.-01./14

Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu Rimi grupas uzņēmumu (SIA „RIMI Latvia”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA „SUPERNETTO”) un SIA „Marno J” darbībās

Konkurences padome (turpmāk arī KP) 2010.gada 9.augustā saņēma SIA „Daudznozaru kompānijas „Daugava”” (turpmāk – Iesniedzējs) 2010.gada 2.augusta iesniegumu Nr.45 (turpmāk – Iesniegums), kurā Iesniedzējs norāda uz konkurences tiesību pārkāpumiem no lielveikalu tīklu puses, kas liedz iespēju ražotājiem nomāt tirdzniecības platības tirdzniecības centros, tādējādi liedzot iekļūt konkurētājā tirgū. Iesniedzējs norāda, ka lielveikalu tīklu un iznomātāju starpā tiek slēgti līgumi, kas lielveikalu tīklam ļauj noteikt kādiem nomniekiem telpas tirdzniecības centrā tiks iznomātas, vienlaicīgi paredzot iznomātajam lielas sankcijas, ja līguma punkts netiks ievērots. Vienlaicīgi Iesniedzējs norāda, ka ar šādu līgumu esamību tiek ierobežotas iespējas konkurēt ar savu saražoto produkciju, jo Iesniedzējs vēlas nomāt telpas arī lielajos tirdzniecības centros, kur patērētāji jau iet iepirkties un nav nepieciešami papildus izdevumi patērētāju/klientu piesaistīšanai.

Pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 22.panta 1.punktu un 23.pantu, Konkurences padome 2010.gada 9.septembrī pieņēma lēmumu ierosināt lietas „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Marno J” un SIA „RIMI Latvia” darbībās”, „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Marno J” un SIA „Plesko Real Estate” darbībās” un „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Marno J” un SIA „SUPERNETTO” darbībās” (Prot.Nr.39, 2.§. 1., 2., 3. punkts).

Pamatojoties uz Konkurences likuma 26.panta piekto daļu, Konkurences padome 2010.gada 2.decembrī pieņēma lēmumu apvienot vienā lietvedībā lietas „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Marno J” un SIA „RIMI Latvia” darbībās”, „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Marno J” un SIA „Plesko Real Estate” darbībās” un „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā

noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Marno J” un SIA „SUPERNETTO” darbībās”, piešķirot lietai nosaukumu „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu Rimi grupas uzņēmumu (SIA „RIMI Latvia”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA „SUPERNETTO”) un SIA „Marno J” darbībās” un lietas Nr.1809/10/03.01.-01./14 (Prot. Nr.53, 3.§) (turpmāk – Lieta).

Saskaņā ar Konkurences likuma 26.panta sesto daļu 2010.gada 22.decembrī SIA „RIMI Latvia”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA „SUPERNETTO” (22.12.2010. vēstule Nr.2712) un SIA „Marno J” (22.12.2010. vēstule Nr.2713) tika nosūtīti paziņojumi par lēmuma pieņemšanai nepieciešamo faktu konstatēšanu, vienlaicīgi informējot procesa dalībniekus par tiesībām 10 dienu laikā no paziņojuma saņemšanas dienas iepazīties ar Lietu un izteikt viedokli.

Konkurences padome 2011.gada 7.janvārī saņēma SIA „RIMI Latvia” vēstuli *Par Konkurences padomes lietu Nr. 1809/10/03.10-01./14* par SIA „RIMI Latvia” iebildumiem Lietā.

SIA „SUPERNETTO” (06.01.2011. vēstule Nr. SN-01/11-01) un SIA „Plesko Real Estate” (06.01.2011. vēstule Nr. PRE-01/11-04) neizmantoja tiesības iepazīties ar Lietas materiāliem, bet pievienojās iebildumiem, kuri izteikti SIA „RIMI Latvia” 2011.gada 6.janvāra vēstulē.

SIA „Marno J” neizmantoja tiesības iepazīties ar Lietas materiāliem un izteikt viedokli.

„Marno J” ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003529233, tās juridiskā adrese: Šķūņu iela 15, Rīga, LV-1050.

„RIMI Latvia” ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003053029, tās juridiskā adrese: A.Deglava iela 161, Rīga, LV-1021.

„SUPERNETTO” ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003511072, tās juridiskā adrese: A.Deglava iela 161, Rīga, LV-1021.

„Plesko Real Estate” ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003516351, tās juridiskā adrese: A.Deglava iela 161, Rīga, LV-1021.

Lietas izpētes laikā tika iegūta informācija no SIA „Marno J”, SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO”, SIA „Plesko Real Estate”, kā arī no tirdzniecības telpu iznomātājiem SIA „SMI Liepāja”, SIA „Patollo”, ražotājiem AS „Lauma Lingerie”, AS „Laima”, SIA „Rēzeknes gaļas kombināts”, AS „Talsu gaļa”, AS „Putnu fabrika „Ķekava””, un no Uzņēmumu reģistra un Tieslietu ministrijas Tiesu administrācijas. Konkurences padomes amatpersonas veica Konkurences likuma 9.panta piektās daļas 3. punktā paredzētās darbības 17.08.2010. pie SIA „Marno J” un SIA „SMI Liepāja”, 19.08.2010. pie SIA „Patollo”, 11.10.2010. un 19.10.2010. pie SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO”, SIA „Plesko Real Estate”.

Izvērtējot Lietas materiālos esošo informāciju, Konkurences padome:

konstatēja:

1. Tirdzniecības dalībnieki

SIA „RIMI Latvia”, SIA „Supernetto”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Marno J” ir uzskatāmi par tirdzniecības dalībniekiem atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 9.punktam, jo veic saimniecisko darbību Latvijas teritorijā. Ņemot vērā iepriekš

Konkurences padomē sniegto informāciju¹, SIA „RIMI Latvia”, SIA „Supernetto”, SIA „Plesko Real Estate” ir uzskatāmi par vienu tirgus dalībnieku Konkurences likuma 1.panta 9. punkta izpratnē.

SIA „Marno J” pamatdarbība ir nekustamo īpašumu/telpu iznomāšana un apsaimniekošana, kā arī ieņēmumi tiek gūti no mārketinga un reklāmas.

SIA „RIMI Latvia” pamatdarbība ir pārtikas mazumtirdzniecība.

SIA „SUPERNETTO” pamatdarbība ir veikalu iznomāšana un ēku uzturēšana.

SIA „Plesko Real Estate” pamatdarbība ir nekustamo īpašumu/telpu iznomāšana un nekustamo īpašumu uzturēšana.

SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” pamatdarbība ir piena un maizes ražošana un tirdzniecība specializētajos veikalos. Lai nodrošinātu piekļuvi iespējami plašākam patērētāju lokam, Iesniedzējam ir interese nomāt tirdzniecības platības tirdzniecības centros.

SIA „Marno J” tāpat kā citi iznomātāji, no kuriem SIA „RIMI Latvia”, SIA „Supernetto”, SIA „Plesko Real Estate” (turpmāk tekstā – Rimi grupas uzņēmumi) iznomā tirdzniecības telpas, nav uzskatāmi par vienu tirgus dalībnieku ar Rimi grupas uzņēmumiem Konkurences likuma 1.panta 9.punkta izpratnē.

Rimi grupas uzņēmumi ir noslēguši tirdzniecības telpu nomas līgumus ar šādiem tirgus dalībniekiem – SIA „Marno J”, (*), kuru līgumi satur analogisku nosacījumu, kas ierobežo iznomātāju rīcības brīvību iznomāt tirdzniecības telpas uzņēmumiem, kas nodarbojas ar pārtikas preču tirdzniecību.

2. Konkrētais tirgus

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

2.1. Konkurences padome, definējot konkrēto tirgu, ir ņēmusi vērā Eiropas Komisijas praksi, kas ir noteikusi, ka mazumtirdzniecībā ir pamatoti kā atsevišķu tirgu izdalīt mazumtirdzniecību supermārketu, hipermārketu un zemo cenu veikalu ķēdes, neņemot vērā iepirkšanos mazos, specializētajos veikalos.² Nosakot konkrēto tirgu, ir jāņem vērā nomas līgumu ietekme uz ietekmēto tirgu, kas konkrētās lietas ietvaros ir ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus. Konkurences padomes ieskatā attiecībā uz ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecību ir pamatoti noteikt šādu sadalījumu, tomēr attiecībā uz tirdzniecības platību nomas tirgu nav pamatoti neņemt vērā iepirkšanos mazos, specializētos veikalos, jo konkrētais nomas līgums ietekmē to iespējas konkurēt ietekmētajā tirgū. Nomas līgums bieži vien ietekmēs ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgu, tomēr atsevišķos gadījumos, ņemot vērā katras

¹ Konkurences padomes 2010.gada 11.novembra lēmums Nr.82 „Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” apvienošanu”

² Eiropas Komisijas 2008.gada 3.jūlija lēmums lietā Nr.COMP/M.5112 – Rewe Plus/Discount, 17.rindkopa; Eiropas Komisijas 2007.gada 25.aprīļa lēmums lietā Nr.COMP/M.4590 – Rewe/Delvita, 13.rindkopa.

konkrētās lietas apstākļus, nomas līgumam var būt ietekme arī uz citiem tirgiem, šīs Lietas ietvaros – pārtikas tirdzniecību specializētajos veikalos.

2.2. Konkrētās preces tirgus, kurā noslēgta vienošanās

2.2.1. Tirdzniecības telpu nomas tirgu var iedalīt divos lielos segmentos – tirdzniecības platības, kas atrodas tirdzniecības centros, un tirdzniecības platības, kas atrodas ārpus tirdzniecības centriem.

Konkurences padome ir secinājusi, ka tirdzniecības telpu iznomāšana ir nošķirama no cita veida telpu, piemēram, biroju telpu un dzīvojamo telpu, iznomāšanas, jo tirdzniecības telpām pēc savas funkcionalitātes (liela apmeklētāju plūsma, atbilstošas komunikācijas) lielākoties ir jāatbilst kritērijiem, kas nav raksturīgi biroja un dzīvojamajām telpām. Tirdzniecības centrs, apvienojot vairākus nomniekus ar dažāda sortimenta precēm un piedāvājot atpūtas, ēdināšanas un citu pakalpojumu sniegšanu vienkopus, piesaista vairāk patērētāju nekā atsevišķs specializēts veikals. Tas pamatā nodrošina arī ikdienas patēriņa preču lielveikalam, kas ir izvietots tirdzniecības centrā, regulāru un garantētu preču noietu. Esošā prakse telpu nomas tirgū tirdzniecības centros liecina, ka katrā tirdzniecības centrā tiek izvietots viens ikdienas patēriņa preču lielveikals, kas parasti aizņem lielāko daļu vai būtisku daļu no tirdzniecības centra platības³. Konkurences padome iepriekš arī secinājusi, ka tirdzniecības centru varētu raksturot kā ēku (būvi), kuras kopējā platība ir aptuveni 1500m² un lielāka, kas ir funkcionāli piemērota ikdienas patēriņa preču lielveikala izvietošanai tajā un kurā viena veikala aizņemtā platība ir apmēram 75% no kopējās ēkas platības vai mazāka⁴, kā arī secinājusi - kā atsevišķs konkrētās preces tirgus ir nosakāms tirdzniecības platību iznomāšanas tirgus tirdzniecības centros⁵. Arī šīs lietas faktisko apstākļu kontekstā Konkurences padome uzskata, ka nav pamata mainīt iepriekš izteikto vērtējumu.

2.2.2. Saskaņā ar Rimi grupas uzņēmumu sniegto informāciju (19.10.2010. protokols) „tirdzniecības centra jēdziens ir plašs un katrs to definē atkarībā no individuāliem kritērijiem. Parasti tirdzniecības centros ir vairāki nomnieki, tomēr tas nav obligāti. Būtu jāņem vērā tādi kritēriji kā platība un vairāku nomnieku esamība tirdzniecības centrā. Nozarē nepastāv viens specifisks definējums, lai klasificētu tirdzniecības vietu kā tirdzniecības centru”. Kā norāda SIA „Marno J” (17.08.2010. protokols) „tirdzniecības centru konkurenti tirdzniecības platību iznomāšanas jomā var būt arī apkārtējās mājās esošo tirdzniecības platību īpašnieki, tomēr tas ir atkarīgs no infrastruktūras attiecīgajā vietā, un katrs gadījums ir jāvērtē individuāli”.

Saskaņā ar Starptautisko tirdzniecības centru klasifikāciju tirdzniecības centrs (arī iepirkšanās centrs) ir mērķtiecīgi plānots, celts un pārvaldīts nekustamais īpašums, kurā ir vismaz 5 atsevišķi nomnieki, ar minimālo iznomājamo kopējo tirdzniecības platību 1 500 m², un ar enkurnomnieku⁶, kurš neaizņem vairāk kā 75% no tirdzniecības centra nomas platības⁷.

Ņemot vērā minēto, kā arī faktisko situāciju saistībā ar Latvijā esošo tirdzniecības centrus raksturojošajām īpašībām, Konkurences padome uzskata, ka par tirdzniecības centriem ir uzskatāmi komerciāli lietojami nekustamie īpašumi, kuri atbilst šādām pazīmēm:

³ Konkurences padomes 2007.gada 25.jūlija lēmums Nr.92 „Par SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Tirdzniecības centrs „Mūkusalā”” apvienošanu”.

⁴ Konkurences padomes 2007.gada 25.jūlija lēmums Nr.92 „Par SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Tirdzniecības centrs „Mūkusalā”” apvienošanu”.

⁵ Konkurences padomes 2008.gada 11.jūnija lēmums Nr.65 „Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „IT Mīlgrāvis” apvienošanu” un Konkurences padomes 2008.gada 8.oktobra lēmums Nr.104 „Par SIA „VP Market” un SIA „MC Pleskodāle” apvienošanu”.

⁶ Lielākais nomnieks tirdzniecības centrā, kurš neaizņem vairāk kā 75% no tirdzniecības platības.

⁷ http://www.icsc.org/srch/rsrch/wp/GlobalRetailClass_Feb2009.pdf - 37.lpp.

- pamatā paredzēti ikdienas patēriņa preču (pārtikas un nepārtikas) mazumtirdzniecībai, kuru veic enkurnomnieks un, iespējams, daži citi mazumtirgotāji, turklāt enkurnomnieks iznomā salīdzinoši lielu tirdzniecības centra platības daļu;
- kuros ir vairāki nomnieki;
- kuri bez ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības paredz vēl citas preces/pakalpojumus gala patērētājiem, tādus kā, piemēram, bankas pakalpojumi, aptiekas, sadzīves pakalpojumi, zoopreču mazumtirdzniecība, apģērbu/apavu tirdzniecība u.c.;
- kuri pamatā atrodas lielas cilvēku plūsmas vietās;
- kur ir nodrošināta automašīnu stāvvietas vai kuri atrodas sabiedriskā transporta kustības vietās.

Konkurences padome norāda, ka, lai nekustamais īpašums tiktu uzskatīts par tirdzniecības centru, nav obligāti, lai tam piemistu visas iepriekš uzskaitītās pazīmes. Visi norādītie faktori veicina lielas gala patērētāju auditorijas piesaisti konkrētajai tirdzniecības vietai, padarot to ērtu ikdienas pirkumu veikšanai un pakalpojumu saņemšanai, nodrošinot gala patērētājiem iespēju vienuviet saņemt dažādus nepieciešamos pakalpojumus un iegādāties dažādas preces. Tāpēc tirdzniecības centri būtiski atšķiras no tirdzniecības vietām, kurās darbību veic viens atsevišķs ikdienas patēriņa preču lielveikals vai, piemēram, sadzīves pakalpojumu sniedzējs.

SIA „Marno J” tirdzniecības centros:

- 1) Jēkabpilī, Rīgas ielā 120, patērētājiem ir nodrošināti šādi papildu pakalpojumi: pasts, banka, lombards, ziedu veikals, gaļas veikals, konditoreja, sadzīves tehnika;
- 2) Rīgā, Nīcgales ielā 53, patērētājiem ir nodrošināti šādi papildu pakalpojumi: apdrošināšana, aptieka, foto pakalpojumi, ziedu salons, bankas automāts, rotaļu automāti, ķīmija/saimniecības preces, finanšu pakalpojumi, solāriju studija, konditoreja, lombards, zoo veikals, specializētie veikali (piena un maizes, un gaļas veikali), apģērbu un apavu veikali;
- 3) Rīgā, Maskava ielā 400, patērētājiem ir nodrošināti šādi papildu pakalpojumi: rotaļu automāti, apdrošināšana, bankomāti, apģērbu veikals, zoo preces, puķu veikals, banka, solārijs, lombards, aptieka, makšķerēšanas piederumu veikals, picērija, mobilo telefonu veikals, parfimērijas veikals, kosmētikas un sadzīves ķīmijas veikals, elektronisko maksājumu termināls.

Ievērojot iepriekš minētos kritērijus, Konkurences padome secina, ka SIA „Marno J” nekustamie īpašumi, kuri atrodas Jēkabpilī (Rīgas ielā 120), Rīgā (Nīcgales ielā 53 un Maskavas ielā 400), ir uzskatāmi par tirdzniecības centriem.

2.2.3. Nosakot konkrētās preces tirgu, jāņem vērā tirgus dalībnieku prasības par tirdzniecības centra plānojumu un potenciālā nomnieka prasības par tirdzniecības platību lielumu. Lietā noskaidrots, ka pastāv trīs iespējamie tirdzniecības platību tirdzniecības centros iznomāšanas veidi:

- ģenerālnoma: viens nomnieks iznomā visu tirdzniecības centru un pats nodod apakšnomā komerciāli lietojamas tirdzniecības platības, kuras tas neizmanto savām vajadzībām;

- tirdzniecības centri, kuros plānojuma dēļ nav iespējams iznomāt tirdzniecības platības virs 20 m² citiem potenciālajiem tirgus dalībniekiem, tāpēc potenciālie nomnieki ir tādi tirgus dalībnieki, kuriem nav vajadzīga noliktava vai liela tirdzniecības platība, piemēram, bankas automāti, spēļu automāti, ziedu veikali, mobilo telefonu tirgotāji u.tml.;

- tirdzniecības centri, kuros plānojumā ir paredzētas tirdzniecības platības arī virs 20 m² citiem potenciālajiem tirgus dalībniekiem.

Ņemot vērā iespējamo tirdzniecības platību tirdzniecības centros iznomāšanas veidus un līgumos iekļautā nosacījuma saturu, ierobežojums ir aktuāls tikai tajos tirdzniecības centros, kuros plānojumā ir paredzētas tirdzniecības platības arī citiem potenciālajiem tirgus dalībniekiem.

2.2.4. Apmeklējot tirdzniecības centru, patērētājam ir iespēja ātrāk un ērtāk apmeklēt specializētos pārtikas veikalus un pakalpojumu sniedzējus vienuviet. Ja šie paši veikali atrastos dažādās vietās ārpus tirdzniecības centra, tas patērētājiem prasītu vairāk laika un radītu papildu neērtības un bieži vien arī papildu izdevumus, lai izvēlētos un iegādātos nepieciešamās preces. Attiecīgi, pastāvot izvēles iespējai apmeklēt tirdzniecības centrā esošos veikalus vai ārpus tirdzniecības centra dažādās vietās izvietotus specializētos pārtikas veikalus, patērētājs, visticamāk, izvēlētos tirdzniecības centru. Tādējādi šāds dalījums pamatā ir saistāms ar to, ka tirdzniecības centri nodrošina plašāku un universālu patērētāja vajadzību (interesu) apmierināšanu vienuviet un nodrošina lielāku potenciālo klientu plūsmu. Līdz ar to specializētajiem pārtikas preču (piemēram, gaļas, piena, maizes) veikaliem ir būtiska interese atrasties tirdzniecības centros, kur tie ir ērti sasniedzami patērētājiem.

Šī iemesla dēļ specializētajiem pārtikas veikaliem ir nozīmīgi atrasties tirdzniecības centrā iespējami tuvu ikdienas patēriņa preču lielveikalam un tie ir ieinteresēti nomāt tieši šādas tuvumā esošas tirdzniecības platības, lai konkrētajā preču segmentā konkurētu ar ikdienas patēriņa preču lielveikalu.

Tirdzniecības centros enkurnomnieks parasti ir ikdienas patēriņa preču lielveikals, kura pamatsortimentu veido pārtikas preces. Konkurences padome ir identificējusi iepirkšanos lielveikalos kā galveno iepirkšanās veidu, savukārt mazie pārtikas veikali/specializētie veikali bieži vien pilda iepirkšanās papildinošo lomu.⁸ Minētais ir attiecināms arī uz tirdzniecības centru kopumā, kurā atrodas ikdienas patēriņa preču lielveikals.

Konkurences padome secina, ka ikdienas patēriņa preču mazumtirgotājiem, kā arī jebkuram citam specializētajam pārtikas veikalam, kas tieši apkalpo gala patērētāju, ir iespēja piesaistīt vairāk klientu, ja tas savu darbību – klientu apkalpošanu – veic tirdzniecības centrā, jo to ietekmē patērētāju iepirkšanās paradumi, konkrēti, patērētāji pārsvarā dod priekšroku iepirkties tirdzniecības centros nevis atsevišķās tirdzniecības vietās.

Ņemot vērā visus šajā punktā minētos apstākļus, Konkurences padomes ieskatā no pieprasījuma puses nepastāv efektīvas aizvietojamības iespēja starp tirdzniecības platību nomu tirdzniecības centrā un tirdzniecības platību nomu ārpus tirdzniecības centra. Jāņem vērā, ka no pieprasījuma puses, t.i., nomnieku puses, tirdzniecības platības vietas izvēli pamatā nosaka prognozētā rentabilitāte, t.i., plānotais apgrozījums un telpu piemērotība - vietas prestižs un plānotā cilvēku plūsma. No piedāvājuma puses jāņem vērā, ka iznomātājs parasti ir tirdzniecības centra īpašnieks, kas nozīmē, ka tirdzniecības centra telpas ir paredzētas un piemērotas noteikta veida komercdarbības veikšanai un nevar tikt līdzvērtīgi izmantotas citam nolūkam. Tāpēc Konkurences padomes ieskatā, definējot konkrētas preces tirgu, ir vienlīdz svarīgi izvērtēt gan pieprasījuma puses, gan piedāvājuma puses aizvietojamības iespējas, tomēr par izšķirošo tiek uzskatītas pieprasījuma puses aizvietojamības iespējas, ņemot vērā Lietas būtību.

Ievērojot iepriekš minēto, Lietas ietvaros saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 5.punktu konkrētais preces tirgus tiek noteikts kā tirdzniecības platību nomas tirgus tirdzniecības centros.

⁸ Konkurences padomes 2007.gada 29.jūnija lēmums Nr.81 „Par SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Mahrix” ziņojumu par apvienošanu”.

2.3. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

Konkurences padome, nosakot konkrēto ģeogrāfisko tirgu, ir vērtējusi tirdzniecības centru ģeogrāfisko novietojumu un tā nozīmi, jo ģeogrāfiskais novietojums norāda ne vien uz teritoriju, kurā attiecīgie tirgus dalībnieki ir iesaistīti pakalpojumu sniegšanā, bet arī uz apstākļiem, kas ir pietiekami līdzīgi visiem tajā esošajiem tirgus dalībniekiem, tāpēc šī teritorija ir nošķirama no pārējām teritorijām. Saskaņā ar SIA „SMI Liepāja” (17.08.2010. protokols) sniegto informāciju „Latvijas mērogā tirdzniecības centrus var iedalīt „lokālajos”, kas darbojas vienas pilsētas teritorijas robežās, un „nacionālajos” uz kuriem apzināti patērētāji brauc iepirkties no visas Latvijas”. Vienlaicīgi SIA „SMI Liepāja” norādīja, ka no konkurences viedokļa tirdzniecības centri, kuri atrodas dažādās pilsētās, savā starpā nekonkurē un nav savstarpēji aizvietojami.

Konkurences padome jau iepriekš ir atzinusi, ka patērētāju rīcību, iegādājoties ikdienā nepieciešamās preces, nosaka tirdzniecības vietas pieejamības ērtums un tuvums, jo preču iegāde notiek tajās vietās, kur norisinās patērētāju galvenās aktivitātes (dzīvesvietas, darbavietas tuvums).⁹ Konkurences padomes ieskatā tirdzniecības platību nomas tirgus tirdzniecības centros ir izteikti lokāls tirgus, ciktāl tas attiecas uz tirdzniecības platību nomu specializētajiem pārtikas veikaliem. Ņemot vērā specializēto pārtikas veikalu konceptu, tā interese ir aptvert lokālos patērētājus, kas dzīvo/strādā attiecīgajā apkaimē, bet patērētāju interese ir iepirkties pēc iespējas tuvāk patērētāju aktivitātes vietām. Tāpēc specializētajiem pārtikas veikaliem ir būtiski atrasties tirdzniecības centrā, kur tas ir ērti sasniedzams patērētājam, jo specializēto pārtikas veikalu interese ir piekļūt patērētājam attiecīgajā lokālajā tirgū/apkaimē, kas izriet no patērētāju paraduma apmeklēt lokālo tirdzniecības centru, kas atrodas vistuvāk dzīvesvietai/darbavietai.

SIA „RIMI Latvia” pārstāvji (19.10.2010. protokols) norādīja, ka atkarībā no ģeogrāfiskās vietas konkrētais ģeogrāfiskais tirgus var būt gan pilsētas, gan apkaimes robežās un atkarībā no konkrētā ģeogrāfiskā tirgus (pilsētas, apkaimes) veikals var tikt uzskatīts par lielveikalu vai tirdzniecības centru.

Konkurences padome uzskata, ka tirdzniecības centra lielums ir tieši saistīts ar konkrētā ģeogrāfiskā tirgus robežām, t.i., jo lielāks ir tirdzniecības centrs (gan platības, gan sortimenta ziņā), jo no lielākas teritorijas patērētājus tas piesaista un tādējādi lielākā teritorijā šis tirdzniecības centrs konkurē. Konkurences padome jau iepriekš norādījusi, ka nosakot ģeogrāfisko tirgu, ir jāņem vērā ne tikai veikala tuvums dzīvesvietai/darbavietai, bet arī veikala preču klāsts un iespēja novietot personīgo transportlīdzekli stāvvietā. Konkrētā ģeogrāfiskā teritorijā dzīvojošajiem iedzīvotājiem pastāv izvēles iespējas, piemēram, pa kuru maģistrāli nokļūt dzīves vai darba vietā šajā iepriekšminētajā teritorijā, kas līdz ar to veido iespēju izvēlēties, kur iepirkties – citā ģeogrāfiskajā teritorijā vai minētajā konkrētajā ģeogrāfiskajā teritorijā.¹⁰ Tāpēc Konkurences padomes ieskatā tirdzniecības centri, kas atrodas maģistrālo ielu tuvumā vai „īpašās” vietā, kur ir liela cilvēku plūsma (piemēram, stacija), ir izņēmumi, jo, ņemot vērā to, ka tos ērti sasniegt patērētājiem no dažādiem novadiem, konkrētā ģeogrāfiskā tirgus robežas individuālajā gadījumā var tikt definētas plašākas pat tad, ja konkrētie tirdzniecības centri patērētājiem nepiedāvā plašāku preču un pakalpojumu klāstu. Jāņem vērā, ka lielas administratīvās teritorijas robežās, piemēram, Rīgas pilsētā, ir daudzi lokālie tirgi, kas pamatā sakrīt ar noteiktas apkaimes robežām, jo, kā jau iepriekš minēts, tirdzniecības centrs, kas atrodas noteiktā apkaimē, ir ērtāk

⁹ Konkurences padomes 2007.gada 25.jūlija lēmums Nr.92 „Par SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Tirdzniecības centrs „Mūkusalā”” apvienošanu”.

¹⁰ Konkurences padomes 2008.gada 11.jūnija lēmums Nr.65 „Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „IT Mīlgrāvis” apvienošanu”.

sasniedzams tur dzīvojošajiem/strādājošajiem patērētājiem, tāpēc tā ģeogrāfiskais tirgus nosakāms šaurāk. Tādējādi noteiktā ģeogrāfiskā teritorijā var tikt noteikti daudzi lokālie tirgi (pilsētas, novadu centri, apkaimes u.tml.). Vienlaicīgi ģeogrāfiskā teritorija var būt arī lielāka, ja lokālie tirgi savstarpēji savienojas vai pārklājas, tādējādi aptverot lielāku teritoriju (reģionālā vai nacionālā mērogā).¹¹ Specializēto pārtikas veikalu interese ir aptvert lokālo patērētāju tirgu un tāpēc tos interesē tās tirdzniecības vietas, kur ir atbilstošs nomas piedāvājums un patērētāju plūsma. Jāņem vērā, ka arī ikdienas patēriņa preču lielveikali tiek stratēģiski izvietoti tā, lai aptvertu lokālos pircējus dažādās pilsētas daļās, tāpēc Konkurences padomes ieskatā gan specializētais pārtikas preču veikals, gan ikdienas patēriņa preču lielveikals vēlas aptvert analogisku teritoriju, t.i., noteiktas ģeogrāfiskās teritorijas lokālo pircēju.

Lietas ietvaros Konkurences padome vērtēja visus Rimi grupas uzņēmumu līgumus, kuros ir konstatēts ierobežojošais līguma punkts. Tādējādi ģeogrāfiskais tirgus, vērtējot no piedāvājuma/iznomātāju puses, ir nosakāms Latvijas teritorijas robežās, jo attiecīgs tirdzniecības platību nomas piedāvājums pastāv visās administratīvajās teritorijās. Vērtējot no pieprasījuma/mazumtirgotāja puses, nepieciešamību pēc tirdzniecības platībām mazumtirgotājs pakārto patērētāju iepirkšanās ieradumiem, veidojot savu veikalu tīklu maksimāli plašāku un visās administratīvajās teritorijās. Tādējādi ģeogrāfiskais tirgus var tikt sašaurināts līdz vienai administratīvajai teritorijai vai pat vēl šaurāk, vienlaicīgi jāņem vērā, ka noteikt konkrēto ģeogrāfisko tirgu šaurāku par vienu administratīvo teritoriju šobrīd nav lietderīgi.

Konkurences padomes ieskatā tirdzniecības centrs visvairāk piesaista patērētājus no teritorijām, no kurām šis tirdzniecības centrs ir viegli sasniedzams. Vairākās Eiropas Komisijas lietās¹² par viegli sasniedzamu norādīts attālums 10-30 minūšu brauciena ietvaros. Šāda prakse ņemta vērā arī iepriekšējos Konkurences padomes lēmumos, lai noteiktu konkrētās preces tirgus ģeogrāfiskās robežas¹³.

SIA „Marno J” piederošie tirdzniecības centri:

- 1) Jēkabpilī, Rīgas ielā 120. Konkurences padomes ieskatā konkrētais tirdzniecības centrs var piesaistīt patērētājus pamatā no Jēkabpils un apkārt tai esošajiem novadiem;
- 2) Rīgā, Nīcgales ielā 53. Konkurences padomes ieskatā konkrētais tirdzniecības centrs pamatā var piesaistīt lokālos patērētājus no attiecīgās apkaimes un apkārt tam esošās plašākas teritorijas;
- 3) Rīgā, Maskavas ielā 400. Konkurences padomes ieskatā konkrētais tirdzniecības centrs var piesaistīt patērētājus no Rīgas (pārsvārā no šim tirdzniecības centram tuvākās pilsētas daļas) un tiem novadiem, kas atrodas Rīga – Daugavpils šosejas malās, jo patērētājiem dodoties uz/no darba, tas var būt ērti sasniedzams.

Tāpēc, ņemot vērā minēto, Konkurences padome secina, ka konkrētais ģeogrāfiskais tirgus, kurā darbojas tirdzniecības centri konkrētās lietas ietvaros, ir nosakāms konkrētās (administratīvās teritorijas/apkaimes) robežās, tomēr, ņemot vērā tirdzniecības centra lielumu un tā patērētāju aptveršanas teritoriju, ģeogrāfiskā tirgus robežas var tikt noteiktas gan šaurākas, gan plašākas nekā viena administratīvā teritorija.

¹¹ Kesko/ICA/JV, 15.rindkopa; Rewe/Meinl, 18.rindkopa.

¹²COMP/M.3464-Kesko/ICA/JV, http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3464_20041115_20310_en.pdf, 15.punkts, 5.lpp.

¹³ Piemēram, Lieta Nr.1608/10/03.01.-01./12 Par tirgus dalībnieku apvienošanu „Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” apvienošanu”.

2.4. Ietekmētais konkrētais tirgus

Ietekmētais konkrētās preces tirgus Lietuvā ir ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus specializētajos pārtikas veikalos (piena produkti, maizes izstrādājumi), kurā darbojas iesniedzējs. Iesniedzēja darbība, realizējot preces gala patērētājiem, daļēji pārklājas ar Rimi grupas uzņēmumu darbību, jo Rimi sortimentā ir līdzīgas pārtikas preces, tāpēc ir jāņem vērā ne vien līguma ietekme uz konkrētās preces tirgu (nomas tirgu tirdzniecības centros), bet arī tā ietekme uz tirgu, kurā uzņēmēji darbojas (konkurē). Rimi grupas uzņēmumu veikali – RIMI un Supernetto darbojas ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē, tāpēc konkrētās Lietas ietvaros jāņem vērā arī SIA „RIMI Latvia” veikalu tīkla ietekmes rādītāji un tirgus varas samērs ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē,¹⁴ jo tas norāda uz ierobežojuma nozīmīgo ietekmi uz konkurenci. Jāņem vērā, ka konkurence var tikt ietekmēta nevienmērīgi, kas nozīmē, ka specializētais veikals nevar būtiski ietekmēt ikdienas patēriņa preču lielveikala darbību, bet, ņemot vērā ikdienas patēriņa preču lielveikala tirgus varu, tas var būtiski ietekmēt gan specializēta pārtikas veikala darbību, gan citu ikdienas patēriņa preču lielveikalu darbību, kas atrodas konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū.

Vienlaicīgi jānorāda, ka Konkurences padome iepriekšējā praksē, kas saistīta ar ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecību, ir secinājusi, ka šī tirgus ģeogrāfiskās robežas ir lokālas, jo patērētāji, lai iepirktos, veic ierobežotu attālumu. Turklāt minētais attālums var atšķirties atkarībā no tā, kāda veida iepirkumu patērētājs ir plānojis veikt, t.i., vai ir paredzēts veikt iknedēļas pamat iepirkšanos, t.i., tiek veikti iepirkumi, kas nepieciešami visai nedēļai, vai papildinošā iepirkšanās, t.i., kad tiek iegādātas tikai atsevišķas preces. Papildinošo iepirkšanos ir iespējams veikt salīdzinoši nelielos veikalos, bet nedēļas galveno iepirkšanos cilvēki, kuriem tas ir iespējams, cenšas veikt veikalos, kuriem ir pietiekoši liels sortiments.¹⁵ Patērētājiem ir ierobežotas iespējas atrast alternatīvu iepirkšanās vietu, ja patērētājs ir plānojis veikt iknedēļas pamat iepirkšanos, bet ir lielas iespējas atrast alternatīvu iepirkšanās vietu, ja patērētājs plāno veikt papildinošo iepirkšanos. Līdz ar to jāsecina, ka no patērētāju viedokļa liels ikdienas patēriņa preču lielveikals var aizvietot specializēto pārtikas veikalu, bet specializētais pārtikas veikals nevarēs aizvietot lielu ikdienas patēriņa preču lielveikalu.

Konkurences padome, pamatojoties uz iepriekšējo praksi vairākās lietās, kurās tika izvērtēti konkurences apstākļi ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecībā, uzskata, ka ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus pamatā ir lokāls, t.i., tas tiek aplūkots vienas administratīvās teritorijas ietvaros (pilsētas vai pilsētas daļas, novada), vai arī vienā ģeogrāfiskajā tirgū tiek iekļautas vairākas administratīvās teritorijas, kas no konkrētā veikala patērētājam ir sasniedzamas 10-30 minūšu laikā, braucot ar automašīnu.¹⁶ Vērtējot ikdienas mazumtirdzniecības tirgu specializētajos pārtikas veikalos no pieprasījuma/patērētāja puses, ir secināms, ka to nosaka iepirkšanās ieradumi, kas cieši saistīti ar attiecīgo ģeogrāfisko teritoriju, tāpēc no pieprasījuma/patērētāja puses ģeogrāfiskais tirgus definējams vienas administratīvās teritorijas robežās.

Attiecībā uz vienošanām, kuras Rimi grupas uzņēmumi ir slēguši ar SIA „Marno J” par telpu nomu Jēkabpilī, Rīgas ielā 120, par telpu nomu Rīgā, Nīcgales ielā 53, par telpu nomu Rīgā, Maskavas ielā 400, kā arī vienošanām, kas slēgtas ar citiem

¹⁴ Lieta Nr. P/09/06/5 Par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 2.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „RIMI Latvia” darbībā.

¹⁵ Lieta Nr.1608/10/03.01.-01./12 Par tirgus dalībnieku apvienošanas „Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” apvienošanas”.

¹⁶ Lieta Nr.1608/10/03.01.-01./12 „Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” apvienošanas”.

iznomātājiem, tirdzniecības centra patērētāju aptveršanas teritorija ir vērtējama attiecīgās ģeogrāfiskās teritorijas – pilsētas un apkārt esošo novadu administratīvo teritoriju – robežās.

Attiecībā par pieminēto Iesniedzēja un pārkāpēju darbību daļējo pārklāšanos Konkurences padome norāda uz šādiem apstākļiem: specializētie veikali, kas tirgo pašu ražotas pārtikas preces vai kas tirgo nepārtikas preces, kas pārklājas ar Rimi grupas uzņēmumu veikalu sortimentu, rada, kaut vai *ierobežotā apjomā*, konkurenci lielajiem mazumtirdzniecības tīkliem. Specializētais veikals ar lielveikaliem konkurē tikai tiktāl, ciktāl šī mazā specializētā veikala sortiments pārklājas ar lielveikala sortimentu.

Tāpēc, ņemot vērā minēto, kā ietekmētais konkrētais tirgus Lietā tiek definēts ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus specializētajos pārtikas veikalos.

Līdz ar to konkrētie tirgi ir šādi:

- 1) tirdzniecības platību nomas tirgus tirdzniecības centros Jēkabpils pilsētā un tuvākajā apkārtējā teritorijā;
- 2) tirdzniecības platību nomas tirgus tirdzniecības centros Rīgas pilsētā un tuvākajā apkārtējā teritorijā;
- 3) ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus specializētajos pārtikas veikalos lokālajos tirgos (Jēkabpils pilsētā un tuvākajā apkārtējā teritorijā un Rīgas pilsētā un tuvākajā apkārtējā teritorijā).

3. Lietā iegūtie pierādījumi

3.1. Konkurences padomes pārstāvji 11.10.2010. tikās ar Rimi grupas uzņēmumu pārstāvjiem un iepazīnās ar SIA „RIMI Latvia”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA „SUPERNETTO” rīcībā esošajiem nomas līgumiem par tirdzniecības telpām tirdzniecības centros¹⁷. Tikšanās laikā Rimi grupas uzņēmumu pārstāvjiem tika lūgts iesniegt Konkurences padomē līgumus, kas minēti protokolā Nr.1, kas sastādīts tikšanās laikā 11.10.2010.

3.2. Lietas izpētes laikā no SIA „RIMI Latvia” un SIA „Marno J” tika pieprasīti visi nomas līgumi par telpu nomu tirdzniecības centros. Saskaņā ar SIA „Marno J” 24.08.2010. vēstulē Nr.332 IZ/08-2010 sniegto informāciju tirgus dalībnieks ir septiņu tirdzniecības centru īpašnieks, no tiem sešos līgumi ir slēgti ar Rimi grupas uzņēmumiem. Izvērtējot iesniegtos līgumus, konstatēts, ka sekojošos līgumos tika ietverti nosacījumi, kas ierobežo Rimi grupas uzņēmumu (veikalu) konkurentu tirdzniecības platību nomu tirdzniecības centros:

(*)¹⁸ (*)

Minētie ierobežojumi ietverti līgumos no to parakstīšanas brīža (2005.gadā slēgtie līgumi ir parakstīti tirdzniecības centra celtniecības laikā) un (*), tāpat minētais ierobežojums ir ar ilgstošu ietekmi uz konkrēto tirgu. Līdz ar to, ņemot vērā līgumu darbības laiku, ir jāskatās ne tikai ierobežojuma ietekme uz konkurences situāciju esošajā brīdī, bet arī tā potenciālā ietekme uz konkrētās preces tirgu nākotnē.

Saskaņā ar SIA „RIMI Latvia” un ar to saistīto uzņēmumu SIA „Plesko Real Estate” un SIA „SUPERNETTO” 15.10.2010. vēstulē Nr.01/01-459 un vēstulē Nr.01/01-481 sniegto informāciju (*). Lietas izpētes laikā arī konstatēts, ka, sākot no 2001.gada, Rimi grupas uzņēmumu līgumos arī ar citiem attīstītājiem (iznomātājiem) ir

¹⁷ Netika skatīti līgumi kuros Rimi grupas uzņēmumiem ir ģenerālnota (nomā visu tirdzniecības centru).

Kopā tika apskatīti (*) līgumi.

¹⁸ (*)

iekļauti ierobežojoši noteikumi dažādās redakcijās, kas pēc sava satura un nozīmes ir analogiski noteikumiem, kas ietverti izvērtētajos līgumos ar SIA „Marno J”.

Izvērtējot iesniegtos līgumus, šādos līgumos (kuros viena no līgumslēdzējpusēm ir SIA „RIMI Latvia”), tika konstatēts analogisks ierobežojums:

(*)

Izvērtējot iesniegtos līgumus, šādos līgumos (kuros viena no līgumslēdzējpusēm ir SIA „Supernetto”), tika konstatēts analogisks ierobežojums:

(*)

Izvērtējot iesniegtos līgumus, šādos līgumos (kuros viena no līgumslēdzējpusēm ir SIA „Plesko Real Estate”), tika konstatēts analogisks ierobežojums:

(*)

Līguma punkta neievērošana var novest pie Nomas līguma izbeigšanas no Nomnieka puses vai pie nomas maksas ievērojamas samazināšanas (*), atsevišķos gadījumos ir paredzēts, ka Nomnieks ir tiesīgs izbeigt nomas līgumu, ja netiek izpildīts konkrētais līguma punkts un ja pārkāpums Nomniekam ir radījis būtiskus zaudējumus. Ar būtiskiem zaudējumiem tiek saprasts (*). Tāpēc Konkurences padomes ieskatā Rimi grupas uzņēmumi ir aktīvā līgumslēdzēja puse – iniciators, kas gūst labumu no ierobežojošā līguma punkta, bet iznomātājs ir pasīvā līgumslēdzēja puse, jo tā negūst tiešu labumu no ierobežojošā līguma punkta.

3.3. Vienošanās dalībnieki, SIA „RIMI Latvia”, SIA „Supernetto”, SIA „Plesko Real Estate” un no otras puses SIA „Marno J” (*) darbojas tirdzniecības platību nomas tirgū tirdzniecības centros. Rimi grupas uzņēmumi darbojas kā nomnieki (pieprasījuma pusē), bet pārējās sabiedrības ar ierobežotu atbildību darbojas kā iznomātāji (pieāvājuma pusē).

3.4. Iesniedzējs ir iesniedzis šādus pierādījumus:

1) 18.05.2010. SIA „Marno J” vēstuli, kurā SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” tiek informēts, ka ir saņemts atteikums no SIA „Plesko Real Estate” nomas līguma noslēgšanai par telpām tirdzniecības centrā Rīgā, Maskava ielā 400;

2) 19.01.2010. SIA „Plesko Real Estate” vēstuli, kurā SIA „Marno J” tiek informēts, ka SIA „Plesko Real Estate” nepiekrīt, ka SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” tiek izvēlēts kā nomnieks SIA „Marno J” piederošajā tirdzniecības centrā, kas atrodas Rīgā, Maskava ielā 400;

3) 31.05.2010. SIA „Daudznozaru kompānijas „Daugava”” vēstuli SIA „Plesko Real Estate”, kurā lūdz minēt atteikuma iemeslu telpu nomai tirdzniecības centrā Rīgā, Maskava ielā 400;

4) 09.06.2010. SIA „Plesko Real Estate” atbildes vēstule SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava””, kurā SIA „Plesko Real Estate” paskaidro, ka atteikums ir noticis saskaņā ar 22.06.2005. noslēgto nomas līgumu, kas paredz SIA „Marno J” tiesības neņemt vērā SIA „Plesko Real Estate” iebildumus par telpu iznomāšanu citiem pārtikas tirgotājiem, šajā gadījumā samazinot SIA „Plesko Real Estate” nomas maksu. SIA „Plesko Real Estate” vēstulē arī norāda, ka nesaskata Konkurences likuma pārkāpuma pazīmes, jo SIA „Plesko Real Estate” nav pārkāpusi Konkurences likuma 13.panta noteikumus, jo neatrodas dominējošā stāvoklī nevienā no konkrētajiem tirgiem un nav pārkāpusi arī Konkurences likuma 11. panta noteikumus, ņemot vērā, ka Konkurences likums neaizliedz tirgus dalībniekiem aizsargāt savas investīcijas. Īpaši Konkurences likuma pārkāpums nebūs saskatāms gadījumā, ja tirgus dalībnieka konkurentiem saglabājas visas iespējas atvērt jaunas tirdzniecības vietas konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū.

4. Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpuma novērtējums

4.1. Saskaņā ar Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā iekļauto šī panta ģenerālklausulu „Ir aizliegtas un kopš noslēgšanas brīža spēkā neesošas tirgus dalībnieku vienošanās, kuru mērķis vai sekas ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana Latvijas teritorijā, to skaitā vienošanās par: (...) 7) darbībām (bezdarbību), kuru dēļ cits tirgus dalībnieks ir spiests atstāt kādu konkrēto tirgu vai tiek apgrūtināta potenciāla tirgus dalībnieka iekļūšana kādā konkrētajā tirgū.”

Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumi Nr.797 „Noteikumi par atsevišķu vertikālo vienošanos nepakļaušanu Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā noteiktajam vienošanās aizliegumam” (turpmāk - Noteikumi Nr. 797) attiecas uz atsevišķa veida vertikālajām vienošanām, paredzot tām atbrīvojumu. Lietas ietvaros izvērtētie nomas līgumi un tajos ietvertie ierobežojošie punkti neattiecas uz minētajiem noteikumiem, jo konkrētā vienošanās pēc būtības nav vertikāla vienošanās tās tradicionālajā izpratnē. Noteikumi Nr.797 nosaka, ka par vertikālām vienošanām tiek atzītas tādas vienošanās, kuras noslēguši divi vai vairāki tirgus dalībnieki, no kuriem katrs veic saimniecisko darbību atšķirīgos ražošanas vai izplatīšanas līmenī, un kura attiecas uz vienošanās preču pirkšanas vai pārdošanas noteikumiem. Ņemot vērā, ka konkrētās lietas ietvaros vienošanās ir par telpu nomu un tā neietver vienošanos par preču pirkšanu vai pārdošanu (neveidojas tradicionālā preces vai pakalpojuma ķēde, t.i., piemēram, prece tiek pirktā un tālāk pārdota)¹⁹, tad šādu vienošanos nevar uzskatīt par tādu vertikālu vienošanos, kas atbilst minētajiem noteikumiem un līdz ar to tajos ietvertajiem atbrīvojumiem, jo tā neatbilst izpratnei par vertikālu vienošanos tās tradicionālajā nozīmē.

Konkrētā vienošanās ir tāda vertikālā vienošanās, kura ietekmē horizontālās attiecības starp tirgus dalībniekiem. Klasiskajā izpratnē vertikālajām vienošanām parasti nav tiešas ietekmes uz horizontālajiem tirgiem un tās neietekmē citus konkurentus. Tāpēc konkrētās vienošanās gadījumā ierobežojošā līguma punkta iniciators, t.i., Rimi grupas uzņēmumi, ir uzskatāms par ieinteresēto pusi, kuras rīcības rezultātā vertikālā vienošanās rada sekas horizontālajā tirgū un ietekmē konkurentus.

Vienošanās starp Rimi grupas uzņēmumiem un SIA „Marno J” atbilst Konkurences likuma 1.panta 11.punktam un 11.panta ģenerālklausulai, jo ir noslēgta vienošanās starp diviem neatkarīgiem tirgus dalībniekiem un šī vienošanās rada nelabvēlīgas sekas horizontālajā tirgū un ietekmē konkurentus, līdz ar to uz to ir attiecināmi visi Konkurences likuma 11.pantā noteiktie ierobežojumi.

Konkurences padomes Konkurences likuma interpretāciju ir nostiprinājis LR Augstākās tiesas Senāts, pieņemot spriedumu²⁰, kas veido judikatūru attiecībā uz Konkurences likuma 11.panta piemērošanu.

Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas piemērošanā ir svarīgi noteikt vienošanās mērķi vai sekas. Tiesību normas prasa, lai aizliegtās vienošanās mērķis būtu vērsts uz konkurences kavēšanu, ierobežošānu vai deformēšanu vai vienošanās sekas izpaustos kā konkurences kavēšana, ierobežošāna vai deformēšana. Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā ietvertā tiesību norma ir tulkojama un piemērojama Konkurences likuma 2.pantā noteiktā šā likuma mērķa sasniegšanas nodrošināšanas gaismā. No Konkurences likuma 11.pantā ietvertu normu konteksta izriet, ka likumdevējs Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.-7.punktā ir uzskaitījis tās tirgus dalībnieku vienošanās, kuru mērķis vai sekas ir konkurences kavēšana, ierobežošāna vai deformēšana un kuras tādējādi pašas par sevi ir aizliegtas. Vienošanās

¹⁹ Sk. Eiropas Komisijas Pamatnostādnes vertikālo ierobežojumu jomā, Oficiālais Vēstnesis C 130, 19.05.2010, 1.lp. 26.punkts.

²⁰ LR Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta 2009.gada 29.jūnija spriedums lietā Nr.A42426505, 20.punkts.

par šī panta pirmās daļas 1.-7. punktā paredzētajām darbībām ir aizliegtas un kopš noslēgšanas brīža spēkā neesošas, jo šo darbību mērķis objektīvā nozīmē vienmēr ir vērsts pret konkurenci un to sekas parasti ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana. Līdz ar to secināms, ka, konstatējot pārkāpuma tiesiskā sastāva pazīmes, kas atbilst Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktam, šo darbību mērķis jau pats par sevi ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana un tas īpaši nav jāpierāda.

Rimi grupas uzņēmumu un iznomātāju noslēgtajos līgumos ietvertais punkts, kas ierobežo iznomātāja tiesības vienpersoniski izlemt par citu nomas platību iznomāšanu tirdzniecības centrā un piešķir Rimi grupas uzņēmumiem tiesības lemt par citu platību iznomāšanu citiem tirgus dalībniekiem, uzskatāms par vienošanos atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 11.punktam un atbilst Konkurences likuma 11.panta 7.punktā noteiktā vienošanās aizlieguma pārkāpuma sastāvam. Ievērojot, ka Rimi grupas uzņēmumi un iznomātājs SIA „Marno J” nav uzskatāmi par vienu tirgus dalībnieku Konkurences likuma 1.panta 9.punkta izpratnē, noslēgtajos līgumos ietvertais punkts ir ierobežojošs ne vien attiecībā pret citiem potenciālajiem nomniekiem, bet arī nepamatoti ierobežo iznomātāja tiesības brīvi pārvaldīt savu uzņēmējdarbību.

Jānorāda, ka arī 2009.gada 4.jūnija EKT Spriedumā lietā C-8/08 ir uzsvērts, ka atšķirību starp „pārkāpumiem, kuru pamatā ir mērķis” un „pārkāpumiem, kuru pamatā ir sekas”, nosaka apstākļi, ka noteiktu veidu vienošanās starp uzņēmumiem jau pēc to rakstura var tikt uzskatītas par konkurencei kaitējošām, tādējādi, konstatējot, ka divi neatkarīgi tirgus dalībnieki vienojās par ierobežojošu nosacījumu ietveršanu līgumā, lai apgrūtinātu cita potenciāla tirgus dalībnieka iekļūšanu konkrētajā tirgū, ir saskatāms pret konkurenci vērsts mērķis, un līdz ar to nav nepieciešams izskatīt to sekas.

Konkurences padomes ieskatā minētās vienošanās un ierobežojošie līguma punkti ir radījuši tādas konkurences apstākļus citiem tirgus dalībniekiem iekļūšanai konkrētajā tirgū, kas neatbilst konkrētā tirgus normāliem apstākļiem.

Konkurences padome ir konstatējusi, ka Rimi grupas uzņēmumi kā enkurnomnieks, apzinoties savu tirgus varu, ir vienojušies ar iznomātāju SIA „Marno J” iekļaut telpu nomas līgumos punktus, kas ierobežo potenciālo tirgus dalībnieku iekļūšanu SIA „Marno J” pārvaldītajos tirdzniecības centros, ko apstiprina Lietas izpētes laikā iegūtie pierādījumi un konstatētās sekas.

Piemērojot Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktu, nav nepieciešams identificēt konkrētu tirgus dalībnieku, kurš vēlas iekļūt tirgū, jo tas izriet jau no lietotā jēdziena „potenciālais tirgus dalībnieks”.²¹ Tā kā, piemērojot Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktu, nav nepieciešams identificēt konkrētu tirgus dalībnieku, kurš vēlas iekļūt tirgū, tad pārkāpums izpaužas nevis kā konkrēta tirgus dalībnieka iekļūšanas tirgū faktiskā apgrūtināšana, bet gan vienošanās mērķī šādu apgrūtinājumu radīt.²²

4.2. Rimi grupas uzņēmumu norādītais, ka ar attiecīgiem ierobežojumiem tiek sabalansēti riski pušu starpā, nav samērīgi ar konkrētās vienošanās mērķi, nepieļauj citiem potenciāliem konkurentiem konkurējot „atņemt” arī daļu Rimi apgrozījuma.

Tirdzniecības centru īpašnieki norādīja, ka, lai sabalansētu konkurences situāciju, nereti viens lielveikals tiek būvēts blakus otram (SIA „RIMI Latvia” blakus SIA „MAXIMA Latvija” u.tml.), bet viena lielveikalu tīkla veikali netiek būvēti blakus viens otram,²³ tāpēc enkurnomnieka zaudēšana var novest pie tirdzniecības centra

²¹ Lieta Nr.A42569106, SKA -321/2010, 28.06.2010. lēmums, 17.punkts.

²² Turpat.18.punkts.

²³ 17.10.2010. Sarunu protokols ar SIA „SMI Liepāja”, 1.sējums, 15.lpp

slēgšanas. Saskaņā ar Konkurences padomes 2010.gada 16.jūlija lēmumu²⁴ mazumtirdzniecības tirgū ir augsta koncentrācija, kas liecina par divu lielāko mazumtirgotāju („RIMI Latvija”, SIA „MAXIMA Latvija”) tirgus varas pakāpi konkrētajā tirgū lielveikalu vidē. Tāpēc Konkurences padome secina, ka Rimi grupas uzņēmumi ir izmantojuši savu tirgus varu un to mērķis, iekļaujot līgumā attiecīgos punktus, ir bijis ierobežot specializēto veikalu tīklu attīstību.

Tāpat ir svarīgi tirdzniecības centrā nodrošināt, lai pircējiem būtu iespējams iegādāties dažādas preces un pakalpojumus. Jāatzīmē, ka specializēto veikalu, piemēram, gaļas veikalu, piena veikalu, sortiments var gan pārklāties, gan nepārklāties ar mazumtirgotāja - enkurnomnieka piedāvāto sortimentu, šis apstāklis nosaka konkurences esamību vai neesamību starp mazumtirgotāju - enkurnomnieku un specializētajiem veikaliem. Specializēts veikals konkurē ar mazumtirgotāju - enkurnomnieku, ja abi piedāvā gala patērētājam savstarpēji aizvietojamus produktus. Tāpēc konkrētais līguma punkts, ierobežojot iznomātāja iespēju brīvi izvēlēties nomniekus mazākajās tirdzniecības platībās, var ierobežot mazumtirgotāja - enkurnomnieka konkurenta atrašanos tirdzniecības centrā. Tas nozīmē faktiski – ierobežot konkurenci tirdzniecības centrā starp enkurnomnieku un specializēto veikalu, kā rezultātā tiek ietekmēta piedāvājuma daudzveidība tirdzniecības centrā. Lai pierādītu minēto apgalvojumu, Konkurences padome vērš uzmanību vēl uz vienu aspektu mazumtirgotāju un ražotāju (piegādātāju) sadarbībā: Konkurences padomes veiktajā pētījumā lietā Nr. 240/10/03.01.-01./3 „Par SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” apvienošanos”²⁵ Konkurences padomes Izpilddirekcija ieguva informāciju no AS „Dzintars” (09.04.2010. Sarunu protokols²⁶) par to, kāpēc ražotājiem var būt izdevīgāk attīstīt savu mazumtirdzniecības tīklu, nevis produkciju nodot realizācijai pārsvarā citiem mazumtirgotājiem. Proti, AS „Dzintars” skaidroja, ka mazumtirgotāji nevēlās „ņemt” pilnu ražotāja sortimentu izvietošanai plauktā, bet ņem tikai populārākās preces, kuras būtu izdevīgi realizēt. Savukārt ražotājs, ja tam ir savi mazumtirdzniecības veikali, var nodrošināt pircējiem labāku servisu un piedāvāt plašu produkcijas klāstu (šajā gadījumā netiek vērtētas šī koncepta priekšrocības un/vai trūkumi izmaksu ziņā).

Tas norāda, ka tirdzniecības centru platības ir pieprasītas no dažādu nozaru mazumtirdzniecības uzņēmumu un pakalpojuma sniedzēju puses. Tāpēc tā ir nozīmīga konkurences vide specializētajiem pārtikas un nepārtikas preču tirgotājiem.

Ņemot vērā minēto, ir pamats apgalvot, ka, ierobežojot lielākā vai mazākā mērā konkurējošo (specializēto) mazumtirgotāja atrašanos tirdzniecības centrā, t.i., vietā, kas ir īpaši ērta, lai to varētu sasniegt patērētāji, tiek ierobežota arī patērētāju izvēle.

Konkurences padome Lietas izpētes laikā ir ieguvusi faktus, kas apliecina, ka tirdzniecības platību noma tirdzniecības centros tiek atteikta un ražotāji nav pārstāvēti ar atsevišķām nomas platībām tirdzniecības centros.

Attiecībā uz konkrēto nomas platību tirdzniecības centros ar lielveikaliem konkurē gan pārtikas ražotāji, gan nepārtikas preču ražotāji un tirgotāji, tāpēc no konkurences viedokļa nav pieļaujams, ka līguma punkti satur ierobežojumu, kas liedz kādam tirgus dalībniekam pretendēt uz noteikto tirdzniecības platību iznomāšanu. Lēmuma pieņemšanai par tirdzniecības platību iznomāšanu jābūt vienīgi iznomātāja kompetencē, saskaņā ar tā komerciālām interesēm.

²⁴ http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/2010/D054_1607.pdf

²⁵ Lieta Nr.240/10/03.01.-01./3 Par SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers centrs” apvienošanos.

²⁶ Lieta Nr.240/10/03.01.-01./3 Par SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers centrs” apvienošanos, 4.sējums.

4.3. Lai izpildītos Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta kvalifikācija, ir jākonstatē mērķis vai sekas, kas ir vērstas pret konkurenci. Konkrēto vienošanos gadījumos starp Rimi grupas uzņēmumiem un SIA „Marno J” izpildās abi kritēriji.

Lietā ir konstatēts, ka konkrētā vienošanās atbilst Konkurences likuma 11.panta ģenerālklauzulai, jo ir notikusi vienošanās starp diviem neatkarīgiem tirgus dalībniekiem un līdz ar to uz to attiecas visi Konkurences likumā noteiktie ierobežojumi un konkrētā vienošanās atbilst Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā norādītajam tiesiskajam sastāvam un līdz ar to šādas vienošanās mērķis īpaši nav jāpierāda.

Ņemot vērā iepriekš minēto, var secināt, ka vienošanās mērķis ir bijis kavēt konkurenci un liegt citiem tirgus dalībniekiem pieeju konkrētajam tirgum, ņemot vērā, ka lielākā daļa no līgumiem²⁷ par telpu nomu tirdzniecības centros, kur viena no pusēm ir Rimi grupas uzņēmumi, satur šādu ierobežojumu.

Attiecībā uz to, ka vienošanās, visticamāk, varētu būt negatīvas sekas ilgtermiņā, norāda šādi faktiskie apstākļi:

1) (*) līgumos ir iekļauts punkts, kas ierobežo cita tirgus dalībnieka iekļūšanu konkrētajā tirgū. Kopš 2001.gada šis punkts tiek iekļauts Rimi grupas uzņēmumu slēgtajos līgumos dažādās redakcijās.

2) Vairāki Latvijas ražotāji ir saskārušies ar grūtībām iznomāt nomas platības tirdzniecības centros, jo nav dots saskaņojums no ikdienas patēriņa preču lielveikala, faktiski ražotāji tirdzniecības centros nav pārstāvēti. Pēc Konkurences padomes rīcībā esošās informācijas ar šādām grūtībām ir saskārusies SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava””, AS „Talsu gaļa”, AS „Putnu fabrika „Ķekava””.

Izvērtējot lietas faktiskos apstākļus kopsakarā un ņemot vērā mazumtirdzniecības attīstības perspektīvas, t.i., faktu, ka turpinās lielveikalu un tirdzniecības centru attīstība, tad ierobežojošu punktu esamība nomas līgumos palielina ražotāju/piegādātāju atkarību, tādējādi tiek noslēgts viens izplatīšanas kanāls, kas vēl vairāk palielina ražotāju/piegādātāju atkarību no spēcīga mazumtirgotāja. Līdz ar to tiek ietekmēta visa ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecība. Būtiski tiek palielināta ražotāju atkarība, jo nevar tikt izveidots alternatīvs izplatīšanas kanāls, t.i., ražotājam nav iespējas izveidot pietiekoši lielu savu specializēto veikalu ķēdi. Ierobežojošo noteikumu esamība Rimi grupas uzņēmumu līgumos negatīvi ietekmē patērētājus, jo, neļaujot specializētajiem veikaliem nomāt tirdzniecības platības tirdzniecības centros, tiek ierobežota preču daudzveidība.

Turklāt, kā jau iepriekš norādīts, Rimi grupas uzņēmumiem ir citi tiesiski instrumenti, kā aizsargāt savus ieguldījumus, nedeformējot konkurenci.

5. SIA „RIMI Latvia” viedoklis

Konkurences padome ir izvērtējusi 05.11.2010. Rimi grupas uzņēmumu vēstuli Nr. 01/01-492 (turpmāk – Rimi grupas uzņēmumu vēstule) un 06.01.2011. SIA „RIMI Latvia” vēstulē *Par Konkurences padomes lietu Nr. 1809/10/03.10-01./14* izteikto viedokli (turpmāk – Rimi grupas uzņēmumu viedoklis) un SIA „RIMI Latvia” iebildumus, un ņemot vērā, ka gan Rimi grupas uzņēmumu vēstulē, gan Rimi grupas uzņēmumu viedoklī izteiktie iebildumi daļēji pārklājas, Konkurences padome tos ir apvienojusi un sniedz savu vērtējumu par tiem:

5.1. Konkurences padome šīs lietas ietvaros konstatējusi Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpumu arī līgumos starp RIMI un virkni citiem

²⁷ No (*) līgumiem (*) līgumos ir konstatēts šāds ierobežojums.

nekustamo īpašumu iznomātājiem, kuri nav uzskatāmi par vienu tirgus dalībnieku ar SIA „Marno J”. Tādējādi Konkurences padome pārkāpusi savu pilnvaru robežas un, attiecīgi, tiesiskuma principu, jo Konkurences likuma pārkāpuma konstatēšana pieļaujama vienīgi ierosinātās lietas ietvaros un vienīgi attiecībā uz konkrētās lietas dalībniekiem.

Konkurences padome konkrētās Lietas ietvaros nav vērtējusi Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpumu Rimi grupas uzņēmumu un citu nekustamo īpašumu iznomātāju līgumos. Lietas ietvaros ir vērtēti visi Rimi grupas uzņēmumu līgumi ar nekustamo īpašumu iznomātājiem par telpu nomu tirdzniecības centros, lai pilnīgāk atspoguļotu esošo situāciju tirdzniecības platību nomas tirgū tirdzniecības centros. Konkurences padome Lietas ietvaros ir norādījusi, ka šādi līgumu punkti, kas ierobežo cita potenciālā tirgus dalībnieka iekļūšanu konkrētajā tirgū, ir lielākajā daļā no līgumiem (*), ar kuriem iepazinās Konkurences padomes amatpersonas, kas norāda ka potenciālajam tirgus dalībniekam ir ierobežojums iekļūt ne tikai konkrētajos tirdzniecības centros, bet lielākajā daļā tirdzniecības centru, kur enkurnomnieks ir kāds no Rimi grupas uzņēmumiem. Līdz ar to ir jāvērtē šāda ierobežojuma kumulatīvais efekts uz konkurenci konkrētajā tirgū visos Rimi grupas uzņēmumu līgumos, nevis tikai Rimi grupas uzņēmumu līgumos ar SIA „Marno J”.

5.2. Konkurences padome informācijas pieprasījumus par lietas apstākļiem nosūtījusi vien trīs „specializētajiem veikaliem”: AS „Lauma Lingerie”, AS „Laima” un SIA „Rēzeknes gaļas kombināts”. Turklāt RIMI neuzskata, ka sievietes veļas ražotājs AS „Lauma Lingerie” preces uzskatāmas par ikdienas patēriņa precēm līdzās pārtikas un sadzīves ķīmijai.

Papildus Konkurences padome vedusi sarunas ar vēl diviem „specializētajiem veikaliem”: AS „Talsu gaļa” un AS „Putnu fabrika Ķekava”.

Tāpat kopumā, pieskaitot iesniedzēju SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava””, Konkurences padome aptaujājusi tikai piecus „specializētos veikalus”. To nevar atzīt par vispusīgu lietas apstākļu izmeklēšanu.

Nav pamatots SIA „RIMI Latvia” norādītais, ka Konkurences padome nav veikusi vispusīgu lietas apstākļu izmeklēšanu, jo lietas ietvaros pirms lēmuma pieņemšanas ir iegūti un izvērtēti visi fakti, kas nepieciešami lēmuma pieņemšanai, kā arī ir konstatētas Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpuma pazīmes un pierādītas iestājušās sekas. Konkurences likuma 11.panta pirmā daļa aizsargā visus tirgus dalībniekus no aizliegtām vienošanām nevis tikai noteiktu daļu.

Ražotāji, kuriem tika nosūtīti informācijas pieprasījumi, tika izvēlēti selektīvi un Konkurences padome apzinās, ka iegūtie viedokļi atspoguļo tikai daļu no ražotāju viedokļiem. Ņemot vērā, ka Rimi grupas uzņēmumu un SIA „Marno J” līgumos iekļautais punkts ir objektīvi ierobežojošs, nevis vērsts uz katra konkrētā ražotāja ierobežošanu, Konkurences padomes ieskatā ir pieļaujama selektīva ražotāju aptaujāšana. Konkurences padome piekrīt, ka sievietes veļas ražotāja AS „Lauma Lingerie” preces nav uzskatāmas par ikdienas patēriņa precēm līdzās pārtikas un sadzīves ķīmijai, tomēr, ņemot vērā Rimi grupas uzņēmumu sortimentu, AS „Lauma Lingerie” varētu būt potenciāls konkurents, tirgojot līdzīgu produkciju. Veicot pilnīgu un vispusīgu lietas izpēti, Konkurences padomes pienākums bija noskaidrot, vai līguma ierobežojums skar tikai „pārtikas preču ražotājus”, vai tas var ietekmēt arī citu nozaru ražotājus un potenciālos tirdzniecības telpu nomniekus, tāpēc vēršanās ar informācijas pieprasījumu pie AS „Lauma Lingerie” ir loģisks lietas izpētes solis.

5.2.1. Konkurences padome lietas izmeklēšanā nav bijusi objektīva un bez pamata vieniem pierādījumiem (tirgus dalībnieku paskaidrojumiem) devusi priekšroku pār citiem, bet atsevišķus būtiskus lietas materiālos esošos pierādījumus ignorējusi.

- *Lietas materiālos nav atrodami pierādījumi (tajā skaitā tirgus dalībnieku paskaidrojumi), ka kādam no aptaujātajiem „specializētajiem veikaliem” būtu bijušas grūtības iekļūt tirdzniecības centros RIMI vainas dēļ.*

- *Neatbilst patiesībai apgalvojums, ka „faktiski ražotāji tirdzniecības centros nav pārstāvēti”.*

AS „Putnu fabrika „Ķekava”” norāda, ka četri no tās veikaliem atrodas tirdzniecības centros.

AS „Laima” (SIA „Saldumu tirdzniecība”) norāda, ka septiņi no tās veikaliem atrodas tirdzniecības centros.

Tirdzniecības centros ir arī SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava””, AS „Dzintars” un citu lietā neaptaujuātu ražotāju „specializētie veikali”.

SIA „RIMI Latvia” norāda uz „neiegūtiem” pierādījumiem, bet neņem vērā, ka Konkurences padome, atsaucoties uz LR Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta lietu (sk. Lēmuma 4.1. punktu), ir norādījusi, ka Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpuma gadījumā šo darbību mērķis jau pats par sevi ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana un tas īpaši nav jāpierāda. Lēmuma konstatējošajā daļā Konkurences padome ir norādījusi, ka pēc līgumu punkta satura ir konstatēts, ka Rimi grupas uzņēmumu mērķis ir pasargāt savas pozīcijas tirgū, liedzot citu tirgus dalībnieku pieeju konkrētajam tirgum un tādējādi ierobežojot un kavējot konkurenci (sk. Lēmuma 4.2. punktu). To apliecina arī tas, ka lielākoties visi līgumi²⁸ par telpu nomu tirdzniecības centros, kur viena no pusēm ir Rimi grupas uzņēmumi, satur šādu ierobežojumu (sk. Lēmuma 3.2.punktu), Konkurences padome, atsaucoties uz LR Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta lēmumu, ir norādījusi, ka, piemērojot Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktu, nav nepieciešams identificēt konkrētu tirgus dalībnieku, kurš vēlas iekļūt tirgū, jo tas izriet jau no lietotā jēdziena „potenciālais tirgus dalībnieks”.²⁹ Tā kā, piemērojot Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktu, nav nepieciešams identificēt konkrētu tirgus dalībnieku, kurš vēlas iekļūt tirgū, tad pārkāpums izpaužas nevis kā konkurēta tirgus dalībnieka iekļūšanas tirgū faktiskā apgrūtināšana, bet gan vienošanās mērķī šādu apgrūtinājumu radīt.³⁰

Konkurences padome ņem vērā SIA „RIMI Latvia” norādīto, ka atsevišķos gadījumos ražotāji tirdzniecības centros ir pārstāvēti, tomēr veikalu skaits ir tik neliels, ka to nevar uzskatīt par tendenci, bet gan par izņēmumu no esošās tirgus situācijas. Jāņem vērā, ka Konkurences padome lietas izpētes laikā ir konstatējusi, ka Iesniedzumā minēti fakti ir apstiprinājušies un Iesniedzējam SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” ir grūtības nomāt tirdzniecības platības tirdzniecības centros. Tātad Lietas izpētes laikā Konkurences padome attiecībā uz Iesniedzēju ir konstatējusi konkurenci ierobežojošu mērķi un iestājušās negatīvas sekas (sk. Lēmuma 3.4.punktu). Analizējot visus Lietas izpētes laika iegūtos pierādījumus, Konkurences padome ir konstatējusi, ka ierobežojuma mērķis ir bijis konkurences kavēšana konkrētajā tirgū. Ņemot vērā Senāta praksi, lai pierādītu Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas pārkāpumu, sekas nav jākonstatē. Ņemot vērā ierobežojošā līguma punktu redakciju, Konkurences padomes ieskatā ir pierādīts Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpums.

5.2.2. Konkurences padome ignorējusi lietas materiālos esošos pierādījumus, kas liecina par iemesliem, kāpēc ikdienas patēriņa preču ražotāji bieži vien vispār nav ieinteresēti atvērt „specializētos veikalus” tirdzniecības centros:

²⁸ No (*) līgumiem (*) līgumos ir konstatēts šāds ierobežojums.

²⁹ Lieta Nr.A42569106, SKA -321/2010, 28.06.2010. lēmums, 20. punkts.

³⁰ Turpat.18.punkts.

AS „Talsu gaļa” norāda, ka tai nav stratēģijas atvērt savu veikalu tirdzniecības centrā, kurā jau ir RIMI veikals.

SIA „Rēzeknes gaļas kombināts” vispār neuzskata par nepieciešamu atvērt savus specializētos veikalus.

Konkurences padome vienpusīgi atspoguļojusi AS „Dzintars” sniegtos paskaidrojumus. KP centusies uzsvērt, ka AS „Dzintars” ir svarīgi savu produkciju izplatīt ar savu veikalu starpniecību tirdzniecības centros. Tomēr, iepazīstoties ar AS „Dzintars” sniegtajiem paskaidrojumiem, RIMI konstatēja, ka lai gan AS „Dzintars” tik tiešām, runājot vispārīgi, uzsver savu veikalu priekšrocību pār produkcijas izplatīšanu caur starpniekiem, AS „Dzintars” nebūt nenorāda, ka tam būtu svarīgi iekļūt tieši tirdzniecības centros. Tāpat nav nevienas norādes, ka AS „Dzintars” būtu bijušas problēmas ar nomas līgumu noslēgšanu tirdzniecības centros. Pēdējais attiecas arī uz AS „Laima” sniegtajiem paskaidrojumiem.

Konkurences padomes ieskatā lietas ietvaros nav lietderīgi analizēt ikdienas patēriņa preču ražotāju motivāciju atvērt „specializētos veikalus” tirdzniecības centros. Konkurences padomei ir jānodrošina, ka visiem tirgus dalībniekiem, kas vēlētos nomāt telpas tirdzniecības centros, ir vienlīdzīga iespēja to darīt, kā pārtikas preču ražotājiem, tā arī sadzīves ķīmijas ražotājiem, un neviens no potenciālajiem nomniekiem netiek nepamatoti izslēgts no konkrētā tirgus. Konkurences padome lēmuma konstatējošajā daļā ir norādījusi, ka nav pieļaujams ierobežot ar atsevišķu enkurnomnieku un iznomātāju līgumiem citu potenciālo nomnieku tiesības uz nomas platībām tirdzniecības centros.

No AS „Dzintars” viedokļa izriet, ka patērētājiem ir svarīgs ne vien ērtums preču iegādei, bet arī daudzveidība un nav nepieciešams šo daudzveidību mākslīgi ierobežot. No pieprasījuma/piedāvājuma viedokļa ir tikai dabiski, ka mazumtirgotājs saskaņā ar savu stratēģiju ierobežo sortimentu. Vienlaicīgi arī jānorāda, ka Rimi grupas uzņēmumu līgumos ar nekustamo īpašumu iznomātājiem par telpu nomu ietvertais konkurences ierobežojums vairumā gadījumu attiecas uz pārtikas ražotājiem, bet neattiecas uz nepārtikas ražotājiem. Tāpat secināms, ka AS „Dzintars” sortiments daudz mazākā mērā pārklājas ar Rimi grupas uzņēmumu sortimentu, kā tas ir ar pārtikas ražotāju sortimentu, tāpēc konkrētās lietas ietvaros ir tikai loģiski, ka AS „Dzintars” nav saskāries ar grūtībām nomāt tirdzniecības platības tirdzniecības centros.

Tāpat Konkurences padomes ieskatā Rimi grupas uzņēmumi nav pietiekami pamatojuši objektīvu nepieciešamību iekļaut ierobežojošos punktus līgumā, jo, kā jau iepriekš norādīts, investīciju aizsardzība, ierobežojot konkurenci, nav pieļaujama. Rimi grupas uzņēmumu norādītais, ka citi potenciālie tirgus dalībnieki nav saskārušies ar grūtībām nomāt telpas tirdzniecības centros, neatbilst faktiskajai situācijai. Lietā iegūti pierādījumi, ka ar telpu nomas grūtībām tirdzniecības centros saskaras pārtikas preču ražotāji.

5.2.3. Konkurences padome ignorējusi lietā esošos pierādījumus par to, ka daudzos gadījumos iemesli, kāpēc „specializētajiem veikaliem” tiek atteikts iznomāt tirdzniecības platības tirdzniecības centros, nav saistīti ar RIMI nomas līgumos ietverto ierobežojumu

Iznomātājs SIA „SMI Liepāja” norāda, ka mazā tirdzniecības centrā nav ieinteresēts iznomāt tirdzniecības telpas RIMI vai MAXIMA.

Iznomātājs SIA „Patollo” norāda: „šobrīd mums Daugavai nav nomas vietas, ko piedāvāt, nav brīva platība”.

AS „Putnu fabrika Ķekava” norāda, ka ir saņēmusi atteikumus no Linstow iznomāt tirdzniecības platības ar pamatojumu, ka gaļas veikala koncepts neiederas Linstow apsaimniekotajos tirdzniecības centros.

AS „Putnu fabrika Ķekava” norāda, ka tādi tirdzniecības centri kā Spice un Rīga Plaza atteikuši sadarbību, jo nav brīvu tirdzniecības platību.

Lietas materiālos nav pierādījumu, kuros SIA „SMI Liepāja” norādītu, ka mazā tirdzniecības centrā nav ieinteresēts iznomāt tirdzniecības telpas *RIMI* vai *MAXIMA*.

Lai gan SIA „Patollo” kā atteikuma iemeslu min *brīvu platību neesamību* tirdzniecības centrā, arī līgumā starp SIA „Patollo” un SIA „Plesko Real Estate” ir ierobežojums, kas atbilst Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pazīmēm. Konkurences padome jau iepriekš norādīja, ka uz brīvām nomas platībām tirdzniecības centros ir jābūt vienlīdzīgām iespējamām pretendēt gan pārtikas, gan nepārtikas preču ražotājiem.

Konkurences padome Lietas izpētes laikā nav *ignorējusi lietā esošos pierādījumus par to, ka daudzos gadījumos iemesli, kāpēc „specializētajiem veikaliem” tiek atteikts iznomāt tirdzniecības platības tirdzniecības centros, nav saistīti ar RIMI nomas līgumos ietvertu ierobežojumu, tāpat kā nav ignorējusi pierādījumus, ka atteikuma iemesls ir Rimi grupas uzņēmumu un nekustamo īpašumu iznomātāju nomas līgumos ietvertais ierobežojums. Konkurences padome norāda, ka iznomātājs ir tā persona, kurai jāpieņem lēmums, kam iznomāt tirdzniecības platības, atbilstoši savām interesēm.*

Nemot vērā tirdzniecības centru iznomātāju teikto, ka vispirms tiek slēgts līgums ar enkurnomnieku, citam nomniekam ir ierobežotas iespējas slēgt nomas līgumu attiecīgajā tirdzniecības centrā, jo atsevišķie līguma punkti padara to atkarīgu no enkurnomnieka piekrišanas. Tirdzniecības centru iznomātāji arī norāda, ka nevar attiecības ar enkurnomnieku aizvietot ar nomas attiecībām ar 10 mazākiem ražotājiem, jo tādējādi netiks ietverts (nodrošināts) viss preču klāsts un tieši enkurnomnieks ir tas, kas piesaista lielāko daļu patērētāju.

Uz enkurnomnieka tirgus varu norāda arī fakts, ka nomas līgums var tikt laužts vai nomas maksa samazināta par (*), kas nav samērīgs ierobežojums, jo enkurnomnieks kā pamatmaksu maksā pat līdz 75 % zemāku nomas maksu par 1 m².

Izpētes laikā iegūtā informācija liecina, ka līgumi starp tirdzniecības centra iznomātāju un enkurnomnieku tiek slēgti ilgtermiņā, ar tiesībām pagarināt līgumu uz papildu termiņu līdz 5 gadiem, līdz ar to var secināt, ka ierobežojums, kas skar telpu nomas iespējas, ir ilgtermiņa un konkurence var tikt deformēta ilgtermiņā.

5.2.4. *Konkurences padome ignorējusi lietā esošos pierādījumus par to, ka iesniedzējam SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” ir bijusi iespēja iekļūt tirdzniecības centrā Jēkabpilī, t.i., vienā no lietā analizētajiem konkrētajiem tirgiem, bet iesniedzējs to nav izmantojis. Tā, SIA „Marno J” apgalvojusi, ka tā ir piedāvājusi iesniedzējam tirdzniecības telpas tirdzniecības centrā Jēkabpilī, Vienības ielā 7, taču iesniedzējs atteicies.*

Secināms, ka Konkurences padome lietas izmeklēšanā pārkāpusi administratīvā procesa pamatprincipus: patvaļas aizlieguma un procesuālā taisnīguma principus. Turklāt šie procesuālie pārkāpumi noveduši Konkurences padomi pie nepareiziem secinājumiem par lietas būtību.

Nav pieļaujama situācija, ka potenciālajam tirgus dalībniekam ir iespējams iekļūt tikai atsevišķos tirdzniecības centros. Potenciālajam tirgus dalībniekam ir jābūt „hipotētiskai” iespējai iekļūt visos tirdzniecības centros, t.i., nedrīkst būt mākslīgi, pret konkurenci vērstās vienošanās rezultātā radītās barjeras. Tāpēc Konkurences padomes ieskatā ir pozitīvi, ka tirgus dalībniekiem ir iespējams iekļūt atsevišķos tirdzniecības centros, tomēr tas nemaina lietas būtību, ka vairākumā gadījumu tas nav iespējams, un ierobežojums pastāv. SIA „RIMI Latvia” arguments neattiecas uz lietas apstākļiem. SIA „RIMI Latvia” norādītais piemērs ir tikai ilustrācija tam, ka „specializētam veikalam” pastāv sava stratēģija attiecībā uz to, kā attīstīt savu tīklu – konkrētajā gadījumā SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” izvēlējusies neatvērt veikalu konkrētā tirdzniecības centrā Jēkabpilī, bet tas nenozīmē, ka SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” stratēģijai konkurenti drīkst likt šķēršļus, slēdzot līgumus ar iznomātājiem.

SIA „RIMI Latvia” norādītais, ka Konkurences padome ir pārkāpusi patvaļas aizlieguma un procesuālā taisnīguma principus, kas novedis pie nepareiziem secinājumiem par lietas būtību, neatbilst patiesībai. Konkurences padome savā lēmumā ir ņēmusi vērā minētos principus, kā arī ievērojusi procesuālā taisnīguma principu, jo procesa dalībniekiem ir bijusi pienācīga iespēja izteikt savu viedokli un iesniegt pierādījumus tā, kā tas noteikts saskaņā ar Konkurences likuma 26.panta sesto daļu.

5.3. Nav pamatota konkrētās preces tirgus definīcija

5.3.1. Konkurences padome definējusi konkrētās preces tirgu kā „tirdzniecības platību nomas tirgus tirdzniecības centros”. Vienlaicīgi, tieši pirms šī secinājuma, KP atzinusi, ka „ikdienas patēriņa preču mazumtirgotājiem (..) ir iespēja piesaistīt vairāk klientu, ja tas savu darbību – klientu apkalpošanu – veic tirdzniecības centrā vai tuvākajā teritorijā”. Tātad KP atzinusi, ka no pieprasījuma puses tirdzniecības platības tirdzniecības centros ir aizstājamas ar tirdzniecības platībām tirdzniecības centru tuvumā. Tomēr nav pamatots, kāpēc galu galā konkrētās preces tirgus definēts sašaurināti.

Tālāk, vispār nav izvērtēts, vai konkrētās preces tirgū nebūtu ietveramas tirdzniecības platības, kuras gan nav tirdzniecības centru tuvumā, bet ir citās vietās, kurās ir liela cilvēku plūsma un/vai blakus atrodas virkne citu tirdzniecības platību un/vai ir nodrošināta automašīnas stāvvietas vai sabiedriskā transporta pieturas, piemēram, administratīvās teritorijas centrs, galvenā iela, t.s. gājēju (tirdzniecības) iela, pasāža, stacijas apkārtnē, tirgus apkārtnē u.tml.

RIMI arī norāda, ka KP konkrētās preces tirgus definīcija izslēdz pat atsevišķus tirdzniecības centrus, piemēram, Galerija Centrs un Barona Centrs, jo tie nenodrošina automašīnu stāvvietu.

Konkurences padome, nosakot konkrēto tirgu, ir ņēmusi vērā tirgus situāciju un Iesnieguma būtību par to, ka potenciālajiem nomniekiem ir grūtības nomāt telpas tirdzniecības centros, tāpēc lietas ietvaros tika vērtētas tās tirdzniecības platības, kas būtu daļēji aizvietošanas (aizstājamas) ar tirdzniecības platībām tirdzniecības centros, nevis visas tirdzniecības platības, kurās var nodarboties ar tirdzniecību. Konkurences padome ir sniegusi savus apsvērumus, kas tika ņemti vērā, nosakot konkrēto tirgu (sk.Lēmuma 2.1.1. un 2.1.2. punktus), kā arī jānorāda, ka SIA „RIMI Latvia” ir ignorējusi Konkurences padomes atziņu, ka tirdzniecības platības tirdzniecības centros ar citām tirdzniecības platībām tikai daļēji ir aizvietošanas, jo jāņem vērā pircēju iepirkšanās paradumi un tirgus situācija. Liela cilvēku plūsma nav vienīgā tirdzniecības centru priekšrocība, bet ir jāņem vērā ērtība, ko iepirkšanās tirdzniecības centrā dod patērētājam. Vienlaicīgi Konkurences padome piekrīt tam, ka *ikdienas patēriņa preču mazumtirgotājiem (..) ir iespēja piesaistīt vairāk klientu, ja tas savu darbību – klientu apkalpošanu – veic tirdzniecības centrā vai tuvākajā teritorijā*, bet katrs šāds gadījums ir jāvērtē individuāli, tāpēc Konkurences padome ir noteikusi konkrēto tirgu atbilstoši konkrētajiem tirgus apstākļiem un lietas būtībai. 2.1.2. punktā Konkurences padome ir norādījusi uz tiem faktoriem, kas ietekmē lielas gala patērētāju auditorijas piesaisti konkrētajai tirdzniecības vietai un atšķirības no tirdzniecības vietām, kurās darbību veic viens atsevišķs ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikals vai, piemēram, sadzīves pakalpojumu sniedzējs. Konkurences padome, uzskaitot tirdzniecības centra kritērijus, ir norādījusi uz galvenajiem kritērijiem, kas nošķir tirdzniecības centru no atsevišķa „specializētā” veikala, nepretendējot uz pilnīgas definīcijas noteikšanu, kas konkrētajā gadījumā nav bijis Konkurences padomes mērķis. SIA „RIMI Latvia” norādītais, ka *konkrētās preces tirgus definīcija izslēdz pat atsevišķus tirdzniecības centrus*, neatbilst patiesībai, jo SIA „RIMI Latvia” ir pārpratis Konkurences padomes noteiktos tirdzniecības centra kritērijus un to noteikšanas mērķi.

5.3.2. *Vienlaicīgi nav analizēts, vai sašaurinot konkrētās preces tirgus definīciju, nebūtu nošķirami „specializēto veikalu” tirdzniecības telpu nomas tirgus un tirdzniecības telpu nomas tirgus lielveikaliem. Tik tiešām, tradicionāli „specializēti veikali” atrodas dzīvojamajos rajonos, lai būtu sasniedzami kājām un tuvu pie mājām, kamēr lielveikali šādās apkaimēs parasti nevar darboties ierobežotās telpas platības dēļ, tāpēc pārsvarā izvietoti vietās, kas sasniedzamas ar automašīnu. Turklāt jāņem vērā, ka lielai daļai iedzīvotāju nepieder pašiem savs transports, bet ievērojamu attālumu šķērsošana ar sabiedrisko transportu var būt apgrūtināša un nepiemērota ikdienas patēriņa preču iegādei, t.i., tirdzniecības centri tiek apmeklēti, lai veiktu ne-ikdienas patēriņa preču pirkumus, bet ikdienas patēriņa preces iegādājas mājām tuvu esošajos „specializētajos” veikalos vai „mazajos” veikalos.*

Šo apsvērumu ignorēšana novedusi KP, piemēram, pie tāda aplama secinājuma, ka „specializētajiem veikaliem” nav citu alternatīvu kā tirgoties tirdzniecības centros, jo tas „radītu neērtības patērētājiem, jo jāievēro tirdzniecības centru būtība, ka tas ļauj patērētājiem taupīt laiku un iegādāties arī citas preces/pakalpojumus”.

Tirgus rāda, ka ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecība nebūt nenotiek vienīgi tirdzniecības centros un augstāk minētie apsvērumi tikai daļēji izskaidro, kāpēc tā ir.

Turklāt KP nav izdevies pierādīt, ka „specializētie veikali” atrašanos tirdzniecības centros uzskatītu par neaizvietojamu ar tirdzniecību ārpus tirdzniecības centriem.

Iepirkšanās paradumi ir iemesls, kāpēc tradicionāli par „pamata” iepirkšanās vietu kalpo tirdzniecības centri. Konkurences padome neapstrīd, ka ikdienas patēriņa preces iegādājas mājām tuvu esošajos „specializētajos” veikalos vai „mazajos” veikalos, tomēr šāda iepirkšanās kalpo tikai pašu minimālāko vajadzību apmierināšanai. Konkurences padome nav norādījusi, ka nav alternatīvas citas iepirkšanās vietas, tomēr ir jāņem vērā ērtības un ierobežojumi patērētājiem, kā arī jāņem vērā iepirkšanās paradumi, kuru nozīme, nosakot konkrēto tirgu, ir uzsvērtā jau iepriekš. Konkurences padome neapstrīd SIA „RIMI Latvia” norādīto, ka ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecība nebūt nenotiek vienīgi tirdzniecības centros, tomēr, ņemot vērā iepriekš uzsvērtu, tirdzniecības telpu aizvietojamība pastāv tikai daļēji un katra situācija ir jāvērtē individuāli.

5.3.3. *Šaurajai un nepamatotajai konkrētās preces tirgus definīcijai ir nelabvēlīga ietekme uz lietas dalībnieku tiesiskajām interesēm, kas ir pretrunā ar privātpersonas tiesību ievērošanas principu. KP, balstoties uz konkrētās preces tirgus definīciju, nepamatoti uzskata, ka RIMI un SIA „Marno J” ar savu līgumu noteikumu palīdzību izstumj no tirgus „RIMI konkurentus”, t.i., ka „RIMI konkurentiem” nav citu līdzvērtīgu alternatīvu, kur nomāt tirdzniecības telpas, kā vienīgi tirdzniecības centros, bet tas, savukārt, mazina konkurenci ietekmētajā tirgū. Tik tiešām, KP norāda: „izpilddirekcijas ieskatā Rimi grupas uzņēmumiem ir iespēja bloķēt sava konkurenta ienākšanu konkrētajā tirgū attiecīgi mazinot iespējamo konkurenci (konkrētajā ietekmētajā tirgū).” Šāds secinājums ir absurds, jo tirdzniecības centri, tādā izpratnē kā definēts vēstulē, noteikti nav vienīgā vieta, kur var tirgoties un tirgojas „specializētie veikali”.*

Secināms, ka konkrētās preces tirgus definīcija ir nepamatota, kas atbilstoši Eiropas Savienības Tiesas judikatūrai ir būtisks pārkāpums. Turklāt, sašaurināti definējot konkrētās preces tirgu, KP pārkāpusi privātpersonas tiesību ievērošanas principu.

Konkurences padome šī lēmuma konstatējošās daļas 2.2.4. apakšpunktā ir norādījusi, ka pastāv alternatīvas tirdzniecības vietas, bet, ņemot vērā tirgus situāciju, iepirkšanās paradumus un konkrētās lietas apstākļus, augstāk izvērtētos faktorus, kas nosaka aizvietojamību starp tirdzniecības platību nomu tirdzniecības centros un

tirdzniecības platību nomu ārpus tirdzniecības centriem, ir iespējama tikai daļēja aizvietojamība, turklāt katrs gadījums ir jāvērtē individuāli. Vienlaicīgi Konkurences padome norāda, ka SIA „RIMI Latvia” nav spējusi pietiekami argumentēt ierobežojošu punktu objektīvu nepieciešamību līgumā, kas nozīmē, ka, ja tirgū būtu iespējamas citas tik pat līdzvērtīgas alternatīvas tirdzniecības platības, tad Rimi grupas uzņēmumiem nebūtu nepieciešams iekļaut nomas līgumos šādu ierobežojumu. SIA „RIMI Latvia” atsauce uz *Continental Can* lietu ir lietota neatbilstoši, jo konkrētās lietas ietvaros runa nav par tirgus dalībnieku dominējošo stāvokli. Apsvērumi, kurus Konkurences padome ir ņēmusi vērā, definējot konkrētās preces tirgus, ir norādīti lēmuma konstatējošās daļas 2.2.1. apakšpunktā.

5.4. Nav pamatota konkrētā ietekmētā tirgus definīcija

KP definējusi konkrēto ietekmēto tirgu kā „ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus”. Turklāt šāda definīcija pamatota ar vienu palīgteikumu: „jo Rimi grupas uzņēmumi darbojas šajā tirgū”.

Pirmkārt, augstāk minētais ir pārsteidzošs KP uzskats, jo līdz šim KP konsekventi konstatējusi, ka RIMI darbojas ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē, īpaši norādot, ka „ir pamatoti kā atsevišķu tirgu izdalīt mazumtirdzniecības supermārketu, hipermārketu un zemo cenu veikalu ķēdes”. Turklāt šāda konkrētās preces tirgus definīcijas tika balstīta uz Eiropas Komisijas praksi.

Tik tiešām, arī KP pati Vēstulē atzīst minēto faktu. Tomēr no Vēstules nav skaidrs, vai KP atzīst, ka iepriekš kļūdījusies. Ja nē, nav nekāda pamata šajā lietā mainīt praksi attiecībā uz konkrētās preces tirgus definīciju, kurā darbojas RIMI. Tas ir pretrunā tiesiskās palāvības principam. Nav pieļaujams, ka tirgus definīcija tiek pielāgota konkrētās lietas apstākļiem, lai atvieglotu pārkāpuma konstatēšanu.

Paplašinātā konkrētā ietekmētā tirgus definīcija šajā gadījumā ļauj KP nepamatoti uzskatīt, ka RIMI un SIA „Marno J” ar savu līgumu noteikumu palīdzību izstumj no tirgus „RIMI konkurentus”. Tātad pārkāpts arī privātpersonas tiesību ievērošanas princips.

Konkurences padome, kā ietekmēto konkrēto tirgu lietā ir definējusi ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgu lielveikalu vidē vienas administratīvās teritorijas vai vairāku administratīvo teritoriju ietvaros, ņemot vērā lietas apstākļus un konkrēto situāciju.

Lietas ietvaros netiek noteikts, kurā tirgū darbojas Rimi grupas uzņēmumi, un netiek mainīta Konkurences padomes iepriekšējā nostāja šajā jautājumā, bet ietekmētais tirgus ir noteikts, ņemot vērā līgumā iekļauto ierobežojumu būtību un to nelabvēlīgo ietekmi ietekmētajā konkrētajā tirgū.

Ņemot vērā minēto un to, ka negatīvā ietekme skar tieši specializētos pārtikas veikalus, Konkurences padome kā vienošanās rezultātā ietekmēto tirgu ir definējusi specializēto pārtikas veikalu tirgu, kurā darbojas iesniedzējs. Tas neizslēdz, ka citas lietas ietvaros kā ietekmētais tirgus var tikt definēts arī nepārtikas preču specializētais veikalu tirgus vai kāds no tiem šaurāk.

Kaut arī konkurences spiediens uz lielveikalu tīkliem no specializēto pārtikas veikalu puses nav būtisks, kas nedod pamatu definēt to kā vienu tirgu, tomēr Rimi rīcība, ietverot šādus nosacījumus līgumos, parāda, ka potenciāli konkurence starp lielveikaliem un specializētiem pārtikas/nepārtikas veikaliem ilgtermiņā varētu kļūt nozīmīgāka.

5.5. Nav pierādīta RIMI un SIA „Marno J” darbību atbilstība Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpuma sastāva pazīmēm.

KP faktiski vispār nav analizējusi, vai Rimi un/vai SIA „Marno J” darbības atbilst Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpuma sastāva pazīmēm. KP aprobežojusies ar minētās normas citēšanu. Tālāk Vēstules 3.punktā sniegti pretargumenti uz RIMI 2010.gada 5.novembra vēstulē Nr. 01/01-492 ietvertajiem argumentiem. Taču ar to nepietiek. KP (nevis tirgus dalībniekiem) ir pienākums pierādīt, ka RIMI un/vai SIA „Marno J” ir pārkāpis Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta aizliegumu.

Pirmkārt, KP nav izvērtējusi, vai starp pusēm pastāv „vienošanās” Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas izpratnē. Ne katrs tirgus dalībnieku līgums ir „vienošanās” konkurences tiesību izpratnē. RIMI atkārtoti norāda, ka konkrētajā gadījumā nomas līgumos ietvertais ierobežojums kvalificējams kā vienpusēja RIMI rīcība.

Kā konstatējusi pati KP, tirdzniecības centru iznomātājs „ir lielā mērā atkarīgs no Nomnieka (enkurnomnieka), jo tirgus struktūras un īpatnību dēļ pastāv tikai trīs potenciālie enkurnomnieki – pārtikas operatori”, „netiek būvēta viena lielveikalu tīkla veikali blakus viens otram, tāpēc enkurnomnieka zaudēšana var novest pie tirdzniecības centra slēgšanas”, un „tirdzniecības centru īpašnieki norāda, ka nevar attiecības ar enkurnomnieku aizvietot ar attiecībām ar 10 mazākiem ražotājiem, jo tādējādi netiks ietverts (nodrošināts) viss preču klāsts un tieši enkurnomnieks ir tas, kas piesaista lielāko daļu patērētāju”.

Šādos apstākļos KP bija vismaz jāizvērtē, vai pušu starpā ir bijusi „vienošanās” vai arī attiecīgās darbības kvalificējamās kā vienpusēja rīcība, uzspiežot iznomātājiem attiecīgos ierobežojumus.

Kā noprotams no Vēstules, KP vienīgais pretarguments šajā sakarā ir RIMI pārstāvju teiktais sarunas laikā ar KP pārstāvjiem, ka „līgums starp nomnieku un iznomātāju ir sarunas rezultāts”. Taču šajā citātā ir skaidra atsauce uz „līgumu” kā kopumu, nevis attiecīgo ierobežojošo noteikumu. Turklāt KP pati atzinusi, ka puses piekrišana līguma noteikumiem pati par sevi nenozīmē, ka nav notikusi kādu noteikumu uzspiešana vai piemērošana.

RIMI norāda, ka ņemot vērā KP nostāju, tālākā RIMI argumentācija balstīta uz pieņēmumu, ka nomas līgumu ierobežojums tiek kvalificēts kā vienošanās Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas izpratnē, lai gan RIMI tam nepiekrīt.

Konkurences padome lēmuma konstatējošajā daļā ir norādījusi tos apsvērumus (sk. Lēmuma 4.punktu), kas tika ņemti vērā, lai pierādītu RIMI un SIA „Marno J” darbību atbilstību Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpuma sastāva pazīmēm, kā arī konstatējošajā daļā norādījusi uz visiem pierādījumiem, kas ņemti vērā lēmuma pieņemšanā, lai pierādītu, ka RIMI un/vai SIA „Marno J” ir pārkāpis Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā paredzēto aizliegumu. Konkurences padome ir norādījusi (sk. Lēmuma 4.1. punktu), ka vienošanās starp Rimi grupas uzņēmumiem un SIA „Marno J” atbilst Konkurences likuma 1.panta 11.punktā iekļautajai vienošanās definīcijai, jo vienošanās ir slēgta starp diviem neatkarīgiem tirgus dalībniekiem un uz to ir attiecināmi Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā noteiktie ierobežojumi. Konkurences padomes ieskatā Rimi grupas uzņēmumu vēstulē norādītais, ka „ierobežojums iznomātājam bez Rimi grupas uzņēmumu piekrišanas iznomāt konkrēta tirdzniecības centra telpas Rimi grupas uzņēmumu konkurentiem, var kvalificēt vienīgi kā vienpusēju Rimi grupas uzņēmumu rīcību”, nesakrīt ar Rimi grupas uzņēmumu norādīto, ka līgums starp nomnieku un iznomātāju ir sarunu rezultāts. Konkurences padomes ieskatā vienošanos starp Rimi grupas uzņēmumiem un SIA „Marno J” nevar tikt uzskatīta par vienpusēju Rimi grupas uzņēmumu rīcību, jo līgums ir abu pušu vienošanās. Lietā iegūtie pierādījumi ļauj secināt, ka Rimi grupas uzņēmumiem ir lielāka līgumslēdzēja vara kā otrai līgumslēdzējai pusei, tomēr tā nav klasificējama kā vienpusēja rīcība, jo, kā redzams lietas materiālos, atsevišķos

gadījumos puses ir spējušas panākt vienošanos, ka ierobežojums netiek piemērots. Lietā iegūtie pierādījumi norāda, ka šāda veida punkti, kas liedz iznomātājam vienam pašam brīvi lemt par cita potenciālā nomnieka iekļūšanu konkrētajā tirgū, ir iekļauti lielākajā daļā Rimi grupas uzņēmumu līgumu. Ņemot vērā esošo tirgus situāciju un to, ka Rimi grupas uzņēmumi apzinās savu tirgus varu, kas arī konstatēts Konkurences padomes praksē³¹, Konkurences padomes ieskatā nekustamā īpašuma iznomātājs ir pasīvā līgumslēdzēja puse, kas, attīstot komercdarbību, ir spiesta pakļauties enkurnomnieka prasībām. Vienlaicīgi jāņem vērā, ka attiecībā uz ierobežojošo līguma punkta saturu, līgumos ir ietvertas dažādas alternatīvas redakcijas, tāpēc Konkurences padomes ieskatā nekustamā īpašuma iznomātājam ir iespējams pārrunu ceļā panākt, ka attiecīgais līguma punkts vispār netiek iekļauts līgumā vai tiek iekļauts tādā redakcijā, kam nav būtiskas ietekmes uz konkrēto tirgu, līdz ar to nav pamata uzskatīt, ka ierobežojošā līguma punkta iekļaušana nomas līguma redakcijā ir vienpusēja Rimi grupas uzņēmumu rīcība. Noslēgtā līguma rezultātā un tajā ietvertu ierobežojumu dēļ Rimi grupas uzņēmumiem ir iespējams ar vienpusēju rīcību ietekmēt citus potenciālos nomniekus tirdzniecības centrā. Noslēgt nomas līgumu vai atteikt nomāt telpas ir tiesīgs tikai tirdzniecības centra iznomātājs (īpašnieks, valdītājs) un līguma punkta iekļaušana līgumā un piemērošana nav saistīta tikai ar Rimi grupas uzņēmumu vienpusēju rīcību, bet abu pušu vienošanos.

Tas, ka Rimi grupas uzņēmumi varētu būt uzspieduši ierobežojošo līguma punktu SIA „Marno J”, nav būtiski konkrētās Lietas ietvaros, jo netiek vērtēta Rimi grupas uzņēmumu vienpusējā rīcība pret SIA „Marno J”, uzspiežot tam netaisnīgus nosacījumus. Lietas ietvaros tiek vērtēta vienošanās starp pusēm, kas ir vērsta uz trešo personu (citu potenciālo tirgus dalībnieku) izspiešanu no tirgus.

SIA „RIMI Latvia” atsauce uz vadlīnijām par 13.panta piemērošanu attiecas uz dominējošo stāvokli mazumtirdzniecībā, kam ir noteikts īpašs regulējums.

5.5.1. Otrkārt, KP nav atsevišķi izvērtējusi katra konkrētā nomas līguma ierobežojumu, lai gan to apjoms ir atšķirīgs. Piemēram, nomas līgums starp SIA „RIMI Latvia” un SIA „Linstow Varner” par telpu nomu Rīgā, Audēju ielā 16 satur pat expressis verbis atļauju iznomātājam iznomāt telpas tirdzniecības centrā citiem, ar nomnieku konkurējošiem biznesa veidiem, izņemot pārtikas supermārketiem (līguma 7.1.punkts). Līdzīgs noteikums ir SIA „RIMI Latvia” un SIA „Linstow Varner” līgumā par telpu nomu Rīgā, Stacijas laukumā 2 (līguma 7.1.punkts). Cits piemērs: nomas līgums starp SIA „RIMI Latvia” un SIA „Valdemāra centrs” satur šādu ierobežojumu, kuru KP uzskatījusi par konkurenci ierobežojošu: „Telpās piedāvāto Nomnieka produktu un pakalpojumu izmaiņas nav atļautas bez Iznomātāja rakstiskas piekrišanas” (līguma 2.2. punkts) Tātad nav pierādīta (un pat ne analizēta) katra atsevišķā nomas līguma ierobežojuma atbilstība Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas pārkāpuma sastāva pazīmēm.

Kā jau norādīts 5.1.punktā, Konkurences padome nav vērtējusi Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punkta pārkāpumu Rimi grupas uzņēmumu un citu nekustamo īpašumu iznomātāju līgumos, vien norādījusi, ka šādi līgumi pastāv un tajos ir iekļauts ierobežojošs līguma punkts. Tāpēc attiecīgās lietas ietvaros, ņemot vērā lietderības apsvērumus, nav nepieciešams vērtēt katra konkrētā ierobežojuma apjomu, jo lēmumā izvērtētie ierobežojošie līguma punkti ir ar mērķi kavēt konkurenci un nepieļaut cita potenciālā tirgus dalībnieka iekļūšanu konkrētajā lietā definētajā tirgū.

5.5.2. Treškārt, KP nav pierādījusi vienošanās negatīvās sekas. Nepamatots ir KP uzskats, ka visas Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas punktus uzskaitītās vienošanās ir aizliegtas „pēc mērķa”. Vispirms jau šādu uzskatu apgāž Konkurences

³¹ Lieta Nr. P/09/06/5 Par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 2.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „RIMI Latvia” darbībās.

likuma 11.panta pirmās daļas gramatikas interpretācija, jo ģenerālklausula aptver kā vienošanās, kuru mērķis ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana, tā vienošanās, kuru sekas ir negatīva ietekme uz konkurenci. Tālāk sekojošais piemēru uzskaitījums attiecas kā uz pirmā, tā uz otrā veida vienošanām.

Turklāt RIMI atkārtoti norāda, ka vertikālo vienošanos gadījumā tā saucamais „melns saraksts” jeb noteikumi, kuru mērķis ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana, ir uzskaitīti Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumos Nr.797, 8.punktā. Lai gan KP nepiekrīt, ka RIMI un SIA „Marno J” nomas līgumi būtu uzskatāmi par vertikālo vienošanos minēto Ministra kabineta noteikumu 2.1.punkta izpratnē, KP tomēr piekrīt, ka pēc būtības konkrētā vienošanās ir vertikāla. Ministru kabineta noteikumu 8.punktā ietvertais „melns saraksts” nav ierobežots tikai ar šiem Ministru kabineta noteikumiem, bet gan satur to vertikālo vienošanos uzskaitījumu, kas saskaņā ar Eiropas Savienības Tiesas judikatūru un Eiropas Komisijas praksi tiek uzskatīti par vertikāliem ierobežojumiem „pēc mērķa”. Tā kā nomas līgumos ietvertais ierobežojums neatbilst nevienam no „melnajā sarakstā” ietvertajiem vertikālajiem ierobežojumiem, secināms, ka tas nav ierobežojums, kur mērķis ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana. Attiecīgi nepieciešams pierādīt sekas.

Tātad KP ir pienākums pierādīt, ka RIMI un SIA „Marno J” nomas līgumos ietvertais ierobežojums var negatīvi ietekmēt konkurenci. Taču šādu pierādījumu KP nav.

KP arguments, ka ražotāji tirdzniecības centros faktiski nav pārstāvēti, jo tie saskaras ar grūtībām iznomāt tirdzniecības platības pārtikas tirgotājiem – enkurnomnieka dēļ, ir patiesībai neatbilstošs un ar lietas materiāliem neapstiprināts.

Vienīgais „specializētais veikals”, kurš apgalvo, ka tam RIMI uzspiesto ierobežojumu dēļ tiek liegta piekļuve atsevišķiem tirdzniecības centriem, ir iesniedzējs – SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava””. KP nav pierādījusi, ka šī viena tirgus dalībnieka potenciāla izstumšana/neielaišana kādā no lietā analizētajiem konkrētajiem tirgiem varētu negatīvi ietekmēt konkurenci KP definētajā ietekmētajā konkrētajā tirgū. Turklāt nav pierādījumu arī par to, ka iesniedzējs būtu izstumts vai tam būtu apgrūtināta iekļūšana kādā no tirdzniecības telpu nomas tirgiem attiecīgā pilsētā un tai apkārt esošajos novados. Gluži pretēji, Rīgā iesniedzējs ir pārstāvēts virknē tirdzniecības centru, tajā skaitā SIA „Marno J” piederošajā tirdzniecības centrā Nīcgales ielā 53. Savukārt, Jēkabpilī iesniedzējam tika piedāvāta iespēja nomāt tirdzniecības telpas tirdzniecības centrā Vienības ielā 7, taču iesniedzējs no šī piedāvājuma atteicās. Visbeidzot, kā jau norādīts iepriekš, KP ir nepamatoti šauri definējusi konkrētās preces tirgu un lietā nav pierādījumu par to, ka no „specializēto veikalu” viedokļa tirdzniecības platības tirdzniecības centros nebūtu aizstājamas ar citām tirdzniecības platībām.

Lietā iegūtie pierādījumi norāda, ka sekas ir iestājušās: SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” ir vēlējusies nomāt tirdzniecības telpas virknē tirdzniecības centru, bet tas nav izdevies. Vēl jo vairāk, potenciālajam nomniekam ir jābūt iespējai nomāt tirdzniecības platības visos tirdzniecības centros, nevis tikai tajos, kuros nav noslēgta vienošanās par cita tirgus dalībnieka neielaišanu tirdzniecības centrā bez enkurnomnieka piekrišanas.

Konkurences padome norāda, ka Rimi grupas uzņēmumiem ir pienākums samērot šādas vienošanās atbilstību Konkurences likuma 11.panta otrajai daļai. Situācijā, ja Rimi grupas uzņēmumi paziņotu šādas vienošanās pirms to spēkā stāšanās, Konkurences padomes novērtējuma un aizliegšanas pamatā būtu secinājums, ka šāda vienošanās rada iespēju būtiski samazināt konkurenci nākotnē. Attiecīgi, pat, ja sekas ir iestājušas tikai vienā gadījumā, Konkurences padomei nav pamata secināt, ka šie līguma noteikumi netiks izmantoti nākotnē, lai ietekmētu potenciālo konkurentu ienākšanu

tirgū. Konkurences padome vadās no tā, ka šādu līguma noteikumu Rimi grupas uzņēmumi uzskata par svarīgu un attiecīgi plāno piemērot.

Konkurences padome jau lēmuma konstatējošajā daļā (sk. Lēmuma 4.1.punkts) ir norādījusi, ka vienošanās starp Rimi grupas uzņēmumiem nav klasiska vertikālā vienošanās, bet par vertikālu to var uzskatīt tikai tiktāl, cik Rimi grupas uzņēmumi un SIA „Marno J” veic saimniecisko darbību atšķirīgā ražošanas vai izplatīšanas līmenī. Nav pamatots Rimi grupas apgalvojums, ka Konkurences padome nav pierādījusi, ka *tirgus dalībnieka potenciāla izstumšana/neielašana kādā no lietā analizētajiem konkrētajiem tirgiem varētu negatīvi ietekmēt konkurenci KP definētajā ietekmētajā konkrētajā tirgū*, jo Konkurences padome ir norādījusi uz sekām, kas ir iestājušās vienošanās rezultātā. Vēl jo vairāk, Konkurences padomes ieskatā visiem tirgus dalībniekiem ir jābūt vienlīdzīgām tiesībām nomāt tirdzniecības platības tirdzniecības centros, tāpēc pietiek ar vienu konstatētu un pierādītu gadījumu, ka ierobežojošie līguma punkti ir radījuši nelabvēlīgu ietekmi uz konkurenci.

SIA „RIMI Latvia” nav ņēmis vērā Iesniegumam pievienoto saraksti, kas norāda, ka tieši enkurnomnieka atteikuma rezultātā nomniekam nav iespējams nomāt tirdzniecības platības tirdzniecības centros.

Konkurences padome norāda, ka Rimi grupas uzņēmumu un SIA „Marno J” noslēgtās vienošanās ir ar negatīvu ietekmi uz konkurenci, jo ļauj Rimi grupas uzņēmumiem izvairīties no konkurences, jo pastāv iespēja, ka specializētie pārtikas veikali var piedāvāt zemākas cenas, īpašas akcijas, elastīgāk reaģēt uz klientu pieprasījumu, kā arī nodrošināt personalizētu servisu un attieksmi, kas noteiktā preču segmentā radītu konkurenci Rimi grupas uzņēmumiem. Bez tam konkrētā vienošanās negatīvi ietekmē patērētājus, jo patērētājiem lielveikalos var nebūt pieejama visa ražotāja produkcija, turklāt, ja šis ražotājs nepiegādā produkciju Rimi grupas uzņēmumiem, t.i., arī Rimi grupas uzņēmumu veikalos nevar iegādāties, piemēram, SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” produkciju, tad patērētājiem var tikt ierobežota iespēja to iegādāties.

Jāņem vērā arī Rimi grupas uzņēmumu tirgus daļas un tirgus varas pārsvars, kāds tam ir mazumtirdzniecības sektorā kopumā³², jo specializēto veikalu tirgus daļas mazumtirdzniecībā ir vērtējamā kā ļoti nelielas. Nodrošinoties pret potenciālo konkurenci, Rimi grupas uzņēmumi nodrošina sev nepamatotas priekšrocības nostiprināt savu tirgus daļu kā mazumtirdzniecības tirgū kopumā, tā arī ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē. Rimi grupas uzņēmumi aizsargā savas tirgus daļas, kas ir ievērojami lielākas kā specializētajiem veikaliem, ierobežojot konkurenci, tādējādi tiek ierobežotas patērētāju iespējas iegādāties preces un tiek ierobežota specializēto veikalu iespēja attīstīt savu darbību. Konkurences padome vienlaicīgi norāda, ka šī lēmuma motivācija nav atbalstīt specializētos pārtikas veikalus, bet gan nodrošināt arī citiem uzņēmējiem (specializētajiem pārtikas veikaliem/ražotājiem) vienlīdzīgas tiesības, kādas tās ir Rimi grupas uzņēmumiem, piekļūt patērētājiem.

5.5.3. *Papildus jānorāda, ka KP savā analīzē pat ir atkāpusies no pašas noteiktās konkrētā tirgus definīcijas, lai mēģinātu pamatot nomas līgumu ierobežojumu negatīvo ietekmi uz konkurenci. Piemēram, KP norāda, ka nomas līguma ierobežojums „nozīmē faktiski-ierobežot konkurenci tirdzniecības centrā starp enkurnomnieku un specializēto veikalu, kā rezultātā tiek ietekmēta piedāvājuma daudzveidība.” Tātad šeit KP runā par negatīvu ietekmi uz konkurenci vienā tirdzniecības centrā, lai gan konkrētais tirgus lietā definēts ievērojami plašāk.*

³² Lieta Nr. P/09/06/5 Par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 2.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „RIMI Latvia” darbībās.

Konkurences padomes ieskatā ir jāņem vērā, ka līgumi, kas satur ierobežojošo punktu, ir slēgti lielākajā daļā tirdzniecības centru, kuros enkurnomnieks ir kāds no Rimi grupas uzņēmumiem. Tāpēc konkrēto Konkurences padomes secinājumu vajadzētu skatīties kopsakarā ar secinājumu, ka tirdzniecības platības tirdzniecības centros ir tikai daļēji aizvietošanas ar tirdzniecības platībām ārpus tirdzniecības centriem, tāpēc, ja potenciālais nomnieks tiks izslēgts no nomas iespējām tirdzniecības centrā, viņš var tikt izslēgts arī no konkrētā tirgus.

5.5.4. *Tikpat nesaprotams arguments ir, ka „vienošanās negatīvi ietekmē patērētājus, jo patērētājiem lielveikalos var nebūt pieejama visa ražotāja produkcija, turklāt, ja šis ražotājs nepiegādā produkciju Rimi grupa uzņēmumiem, t.i. arī Rimi grupas uzņēmumu veikalos nevar iegādāties SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” produkciju, tad patērētājiem tiek ierobežota iespēja to iegādāties”. Šādus jautājumus risina tirgus, un tas nav ne KP, ne RIMI uzdevums nodrošināt, lai patērētājiem būtu pieejama visa kāda atsevišķa ražotāja produkcija. Ja pēc šīs produkcijas būs pieprasījums, būs arī piedāvājums.*

Ierobežojošie līguma punkti un fakts, ka šādi līgumi ir slēgti lielākajā daļā tirdzniecības centru, kuros enkurnomnieks ir kāds no Rimi grupas uzņēmumiem, deformē tirgu, nevis atstāj to brīvai regulācijai.

Konkurences padome nav norādījusi, ka mazumtirgotājam būtu jāpiedāvā pilns ražotāja sortiments, un pat iepriekš norādījusi, ka brīva tirgus apstākļos ir tikai dabiski, ka, īstenojot savu politiku, mazumtirgotājs ierobežo sortimentu. Konkurences padome jau iepriekš secinājusi, ka tirgus struktūras un īpatnību dēļ tirgū ir tikai trīs potenciālie enkurnomnieki – ikdienas patēriņa preču lielveikali³³, un to, ka līgumi starp enkurnomnieku un nekustamā īpašuma iznomātāju ierobežo ražotāja/specializētā pārtikas veikala iespējas nomāt telpas tirdzniecības centros (sk. Lēmuma 4.2. punkts), kas var novest pie tā, ka patērētājiem ir ierobežotas iespējas iegādāties konkrēta ražotāja produkciju.

5.5.5. *KP vispār nav analizējusi katra konkrētā tirgus, t.i., tirdzniecības telpu nomas tirgus attiecīgajā pilsētā un tai apkārt esošajos novados koncentrācijas līmeni un, attiecīgi, vienošanos iespējamo ietekmi uz konkurences apstākļiem šajā konkrētajā tirgū. KP, piemēram, nav ņēmusi vērā RIMI 2010.gada 5.novembra vēstulei Nr. 01/01-492 pievienoto Colliers International 2010.gada pētījumu, saskaņā ar kuru šobrīd tirgū ir daudz brīvu tirdzniecības platību, kurām tiek meklēti nomnieki, ir arī liels piedāvājums zemes gabaliem, uz kuriem var tikt veikta attīstība, pieprasījums pēc iznomātajām telpām mazumtirdzniecībai krītas un tirdzniecības centru īpašniekiem ir grūtības atrast nomniekus.*

Ja KP šādu analīzi būtu veikusi vai pievērsusi ievērību lietā esošajiem pierādījumiem, tā būtu nonākusi pie secinājuma, ka RIMI un SIA „Marno J” nomas līgumos ietvertais ierobežojums nevar novest pie Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktajām sekām, t.i., apstākļiem, kad cits tirgus dalībnieks ir spiests atstāt kādu konkrēto tirgu vai tiek apgrūtināta potenciāla tirgus dalībnieka iekļūšana kādā konkrētajā tirgū. Turpretī pašreizējais KP uzskats, ka RIMI un SIA „Marno J” līgumu noteikumi izstumj vai neļauj konkrētajā tirgū (t.i. Tirdzniecības telpu nomas tirgū tirdzniecības centros attiecīgajā ģeogrāfiskajā teritorijā) ienākt citiem ietekmētā konkrētā tirgus dalībniekiem, ir absurds: šāda situācija iespējama tikai tad, ja konkrētajā ģeogrāfiskajā teritorijā ir tikai viens tirdzniecības centrs vai arī ja uz visiem pastāvošajiem tirdzniecības centriem attiecas ierobežojums. Turklāt, kā norādīts šīs vēstules 3.punktā, konkrētās preces tirgus definīcija ir nepamatota, un „specializētajiem veikaliem” pastāv līdzvērtīgas alternatīvas tirdzniecībai ārpus tirdzniecības centriem.

³³ Lieta Nr.1608/10/03.01.-01./12 „Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” apvienošanos”.

Nemot vērā iepriekš minēto, nav nepieciešams analizēt, vai vienošanās var tikt atļauta saskaņā ar Konkurences likuma 11.panta otro daļu. Tomēr RIMI vēlas norādīt, ka KP viedoklis arī šajā sakarā nav pamatots. Tā, KP norāda, ka RIMI investīcijas un to atpelnīšanas risks nevar kalpot par nomas līgumos ietvertu ierobežojumu attaisnojumu, jo „individuālo risku analīze nav iemesls ierobežot pieeju konkrētajam tirgum citam tirgus dalībniekam”. Taču KP aizmirst, ka šīs RIMI investīcijas ir iemesls, kas vispār ļauj pastāvēt daudziem tirdzniecības centriem, un, attiecīgi, dod labumu tirdzniecības centru apsaimniekotājiem, citiem tirgotājiem un pakalpojumu sniedzējiem, kā arī patērētājiem. Lietas materiālos ir pierādījumi, ka „enkurnomnieka zaudēšana var novest pie tirdzniecības centra slēgšanas”. Attiecīgi, RIMI piekrišana slēgt nomas līgumus uz desmit gadiem ar ievērojamu nomas maksu (KP norāda, ka RIMI maksātā nomas maksa par 1m² esot pat līdz 75% zemāka kā citiem nomniekiem, taču ignorē RIMI nomāto platību un attiecīgi kopējās nomas maksas samēru ar citu nomnieku nomas maksām) nodrošina to, ka patērētājiem ir iespēja iepirkties tirdzniecības centros, pat ja tie nenodrošina peļņu.

SIA „RIMI Latvia” pareizi norāda, ka šāda situācija iespējama tikai tad, ja konkrētajā ģeogrāfiskajā teritorijā ir tikai viens tirdzniecības centrs vai arī ja uz visiem pastāvošajiem tirdzniecības centriem attiecas ierobežojums. Lietas izpētes laikā ir iegūti pierādījumi, ka šāds ierobežojums patiesi attiecas uz lielāko daļu tirdzniecības centru, izņemot tos, kuros Rimi grupas uzņēmumiem ir ģenerālnoma. Rimi grupas uzņēmumi vēstulē norāda, ka „nekustamo īpašumu tirgū ir pietiekami daudz alternatīvu, kas nodrošina to, ka Rimi grupas uzņēmumu konkurentiem ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū vienmēr saglabājas iespējas veikt saimniecisko darbību citās telpās, uz kurām neattiecas ierobežojums. Šobrīd tirgū ir daudz tukšu platību, kurām tiek meklēti nomnieki”.

Rimi grupas uzņēmumu pārstāvji vēstulē norāda, ka „tādi uzņēmumi kā SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” piederošais uzņēmums, kura saimniecisko darbību raksturo nelielas platības veikali ar ierobežotu, šauru preču sortimentu, var atvērt veikalus, piemēram, tirdzniecības centriem blakus esošo māju pirmajos stāvos. Attiecīgi tiek izmantota tirdzniecības centra piesaistītā cilvēku plūsma, lai sekmētu tirdzniecību. Turklāt nomas maksa varētu būt zemāka kā tirdzniecības centrā. Savukārt konkurentiem, kuri darbojas mazumtirdzniecībā lielveikalu vidē, ir citas alternatīvas – pašiem piederošie veikali, tirdzniecības centri, kuros nav Rimi grupas uzņēmumu veikalu vai tirdzniecības centri, ar kuru iznomātājiem noslēgtajos nomas līgumos nav ietverts ierobežojums bez Rimi grupas uzņēmumu piekrišanas iznomāt konkrēta tirdzniecības centra telpas Rimi grupas uzņēmumu konkurentiem”. Rimi grupas uzņēmumi argumentē, ka SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” savu produkciju var realizēt blakus esošajās mājās vai būvēt jaunu veikalu. Konkurences padome daļēji piekrīt šim argumentam, bet, kā jau iepriekš norādīts, Konkurences padomes ieskatā tā nav pamatota alternatīva, jo kaitētu patērētājiem, jo jāievēro tirdzniecības centru būtība - tas ļauj patērētājiem taupīt laiku un iegādāties arī citas preces/pakalpojumus. Konkurējošā specializētā veikala atrašanās ārpus tirdzniecības centra var ierobežot šī veikala sasniedzamību, tādējādi nostādot nevienlīdzīgā stāvoklī konkurences ziņā. Konkurences padome uzsver, ka mazumtirgotājam - specializētam veikalam ir pašam jālemj par to, kādu stratēģiju uzņēmējdarbībā īstenot, un šo lēmumu nedrīkst ietekmēt, ierobežot vienošanās starp konkurējošo uzņēmumu un tā „piegādātāju”.

Vienlaicīgi jānorāda, ka nav pamatots arguments, ka līgumslēdzēju pušu spēku samērs ir atkarīgs no nomas platību piedāvājuma un pieprasījuma tirgū, jo Lietas izpētes laikā iegūta informācija, ka Iznomātājs (tirdzniecības centra īpašnieks) ir lielā mērā

atkarīgs no Nomnieka (enkurnomnieka), jo tirgus struktūras un īpatnību dēļ pastāv tikai trīs potenciālie enkurnomnieki – ikdienas patēriņa preču lielveikali³⁴.

SIA „RIMI Latvia” arguments par to, ka Konkurences padome *aizmirst, ka šīs RIMI investīcijas ir iemesls, kas vispār ļauj pastāvēt daudziem tirdzniecības centriem, un, attiecīgi, dod labumu tirdzniecības centru apsaimniekotājiem, citiem tirgotājiem un pakalpojumu sniedzējiem, kā arī patērētājiem*, tikai norāda uz to, ka SIA „RIMI Latvia” apzinās savu tirgus varu un to izmanto, lai ierobežotu citu potenciālo tirgus dalībnieku iekļūšanu konkrētajā tirgū.

Tikšanās laikā ar Rimi grupas uzņēmumu pārstāvjiem (19.10.2010. protokols) kā iemesls konkrētajam ierobežojumam tika minēta nepieciešamība sabalansēt riskus starp nomnieku un iznomātāju. Rimi grupas uzņēmumu pārstāvji norādīja, ka (*).

Lietā iegūtie pierādījumi liecina, ka līgumos ietvertais ierobežojums nav saistīts ar Rimi grupas uzņēmumu minētajiem apstākļiem (*). Noslēgtajos līgumos ir saskatāma kopsakarība, ka vienā gadā slēgtos nomas līgumos ir piemērota vienāda nomas maksa, neatkarīgi no nomātās platības (*), nav pamatota arī norāde uz līguma termiņu, jo tas abos gadījumos noteikts vienāds.

Protokola piezīmēs (29.10.2010.) Rimi grupas uzņēmumu pārstāvji norāda, ka iznomātajam parasti ir prasības par minimālo kopējo telpu aizpildījumu un iznomātājs individuāli lemj, cik daudz platības kuram nomniekam jāaizpilda. Nomas līguma ietvaros puses vienojas par to, kādus ieguldījumus veiks iznomātājs un kādus veiks nomnieks. Atsevišķus ieguldījumus puses var uzskatīt par nedalāmiem. Protokola piezīmēs (29.10.2010.) Rimi grupas uzņēmumi precizē, ka nedalāmo ieguldījumu piemēri ir aukstuma kameras, griesti. Ir arī gadījumi, kad Rimi grupas uzņēmumi investē esošo objektu rekonstrukcijā. Rimi grupas uzņēmumu pārstāvji norāda (19.10.2010. protokols), ka līguma punkti un to redakcija ir sarunu rezultāts.

Rimi grupas uzņēmumu pārstāvji (19.10.2010. protokols) norādīja, ka „katru gadījumu (kad jauns nomnieks vēlas nomāt telpas tirdzniecības centrā) vērtē individuāli atkarībā no tā, vai jaunais nomnieks var piesaistīt papildus cilvēku plūsmu tirdzniecības centram”. Konkurences padomes ieskatā Rimi grupas uzņēmumiem ir iespēja ierobežot savu konkurentu ienākšanu konkrētajā tirgū, attiecīgi mazinot potenciālo konkurenci.

Turklāt Rimi grupas uzņēmumu pārstāvji vēstulē norāda, ka atsevišķos nomas līgumos ar SIA „Marno J” ir paredzēts, ka SIA „Marno J” ir tiesīgs arī bez Rimi grupas uzņēmumu piekrišanas iznomāt telpas Rimi grupas uzņēmumu konkurentiem, kā rezultātā vienīgi samazinās Rimi grupas uzņēmumu nomas maksa. Šāds noteikums uzskatāmi demonstrē to, kāpēc ierobežojums vispār nomas līgumos ir iekļauts, t.i., lai sabalansētu nomas maksu un citus iznomātāja noteikumus (piemēram, nomājamo telpas platību, nomas līguma termiņu) ar Rimi grupas uzņēmumu veiktajām investīcijām un to atpelnīšanas risku.

Ieguldījumi brīvas konkurences apstākļos ir pakļauti komercdarbības riskam. Šādam komercdarbības riskam ir pakļauts jebkurš nomnieks, kas darbojas tirdzniecības centrā. Tādējādi ir nepamatoti aizsargāt savas tirgus intereses, stiprinot savas pozīcijas uz konkurences ierobežošanas rēķina, mazinot patērētāju izvēles iespējas. No Rimi grupas uzņēmumu sniegtā viedokļa tieši ir secināms, ka mērķis ir pasargāt savas pozīcijas tirgū, ierobežojot konkurenci. Ieguldījumus ir iespējams aizsargāt izmantojot civiltiesībās pieņemtus līguma noteikumus (piemēram, ja Rimi izbeidz darbību tirdzniecības centrā kompensēt tā ieguldījumus).

Konkurences padome uzskata, ka sadarbība var tikt īstenota un tā ir īstenojama bez šajā Lēmumā konstatētā ierobežojuma, jo no konkurences viedokļa nav pieļaujams, ka vienam tirgus dalībniekam ir iespēja lemt par cita tirgus dalībnieka iekļūšanu

³⁴ Lieta Nr.1608/10/03.01.-01./12 „Par SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Ilga-Sigulda” apvienošanu”.

konkrētajā tirgū un savu individuālo risku analīze nav iemesls, lai ierobežotu pieeju konkrētajam tirgum citam potenciālajam tirgus dalībniekam.

6. Naudas soda aprēķins

6.1. Ņemot vērā Lietuvā konstatētos faktus, kuru izvērtējums sniegts lēmumā, SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Marno J” ir pārkāpušas Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteikto vienošanās aizliegumu.

6.2. Lietuvā Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā vienošanās aizlieguma pārkāpums konstatēts tirgus dalībnieku darbībā. Saskaņā ar Konkurences likuma 12. panta pirmo un otro daļu, ja Konkurences padome konstatē tirgus dalībnieku darbībā šī likuma 11.panta pirmās daļas pārkāpumu, tā pieņem lēmumu par pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu. Naudas sodu tirgus dalībniekiem var uzlikt līdz 5 procentiem no to pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma katram, bet ne mazāk kā 250 latu katram.

Lēmumā konstatēto ierobežojošo līguma noteikumu noteikšana ir izdevīga mazumtirgotājam, kas šādā veidā kontrolē un ierobežo konkurentu (arī potenciālo) piekļuvi tirgum un patērētājiem, bet ne iznomātājam, jo šādi līguma noteikumi potenciāli samazina iznomātāja rīcības brīvību nomnieku izvēlē un attiecīgi iespējas iznomāt tirdzniecības centra platības pēc patstāvīgas, neierobežotas izvēles, gūstot maksimālu labumu. Tādējādi šādu noteikumu ietveršanā līgumā iznomātājs nav ieinteresēts, bet ir spiests tos pieņemt, lai noslēgtu līgumu vai nepasliktinātu līguma noteikumus ar Rimi grupas uzņēmumiem.

Ņemot vērā Lēmumā konstatēto un iepriekš minēto, Konkurences padome uzskata par pamatotu nepiemērot naudas sodu SIA „Marno J”.

6.3. Saskaņā ar taisnīguma principu par katru izdarīto pārkāpumu pārkāpējam jāpiemēro samērīgs sods. Turklāt naudas sods jānosaka pietiekami preventīvā līmenī, lai sodītu pārkāpumu izdarījušo personu un atturētu to un citus tirgus dalībniekus no Konkurences likuma pārkāpumu izdarīšanas. Lai noteiktu naudas soda apmēru, Konkurences padome izvērtēja pārkāpumu atbilstoši Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumiem Nr.796 „Kārtība, kādā nosakāms naudas sods par Konkurences likuma 11. panta pirmajā daļā un 13. pantā paredzētajiem pārkāpumiem” (turpmāk – Noteikumi Nr.796) kopsakarā ar Administratīvā procesa likuma 66.panta pirmajā daļā noteiktajiem lēmuma satura noteikšanas pamatprincipiem.

Noteikumu Nr.796 3.punktā noteikts, ka naudas sodu aprēķina procentos no tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījuma pirms pārkāpuma konstatēšanas dienas.

Saskaņā ar Lietuvā konstatēto SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO” un SIA „Plesko Real Estate” uzskatāmas par vienu tirgus dalībnieku (sk. Lēmuma 1.punkts). Tomēr tā kā minētās komercsabiedrības ir atsevišķas juridiskās personas un vienošanās ar SIA „Marno J” tās slēgušas patstāvīgi, tad arī atbildība par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā vienošanās aizlieguma pārkāpumu tām nosakāma atsevišķi, ievērojot Konkurences likuma 12.panta otrajā daļā tirgus dalībniekam noteikto naudas soda noteikšanas maksimālo robežu.

Aizliktas vienošanās pārkāpumu Konkurences padome konstatē ar šo lēmumu, līdz ar to pārkāpumā iesaistīto komercsabiedrību naudas soda apmērs aprēķināms no to pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījuma pirms pārkāpuma konstatēšanas dienas. Ievērojot to, ka līdz lēmuma pieņemšanas brīdim nav pieejami pārkāpēju 2010.gada dalībnieku sapulces apstiprinātie finanšu gada pārskati, tad atbilstoši Noteikumu Nr.796

3.punktam naudas soda aprēķināšanai izmantojami iepriekšējā noslēgtā finanšu gada apstiprinātie pārskati, tātad 2009.gada finanšu pārskati³⁵.

SIA „RIMI Latvia” neto apgrozījums 2009.gadā, pamatojoties uz gada pārskatu par 2009.gadu, bija Ls 404 386 242 .

SIA „SUPERNETTO” neto apgrozījums 2009.gadā, pamatojoties uz gada pārskatu par 2009.gadu, bija Ls 2 887 908.

SIA „Plesko Real Estate” neto apgrozījums 2009.gadā, pamatojoties uz gada pārskatu par 2009. gadu, bija Ls 6 175 739.

6.4. Konkurences padome saskaņā ar Noteikumu Nr.796 13.punktu, nosakot naudas soda apmēru, ņem vērā pārkāpuma smagumu un ilgumu.

6.4.1. Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 14.punktu, nosakot pārkāpuma smaguma pakāpi, ņem vērā:

- Pārkāpuma veidu. Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 15.punktu: „pēc pārkāpuma veida par vieglu pārkāpumu uzskata aizliegtas vertikālās vienošanās un aizliegtas horizontālās sadarbības vienošanās (..)”. Lai arī Rimi grupas uzņēmumu un SIA „Marno J” noslēgtie telpu nomas līgumi, kā konstatēts šī lēmuma 4.1.punktā, neatbilst „vertikālai vienošanās” Noteikumu Nr.797 izpratnē, ievērojot šo vienošanos saturu, raksturu un būtību un ņemot vērā, ka vienošanās nav slēgtas starp konkurentiem, kā rezultātā naudas sods piemērojams saskaņā ar Konkurences likuma 12.panta otro daļu, Konkurences padome uzskata par pamatotu naudas sodu noteikt kā par vieglu pārkāpumu. Noteikumu Nr.796 18.2.apakšpunkts nosaka, ka par vieglu pārkāpumu, kas izpaužas kā aizliegta vertikālā vienošanās, naudas soda apmēru nosaka līdz 0,5 procentiem no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma.

- Pārkāpuma radītās vai iespējamās sekas. Lietas ietvaros ierobežojošais līguma punkts konstatēts trijos no sešiem nomas līgumiem, kas slēgti Rimi grupas uzņēmumu un SIA „Marno J” starpā, proti, viens līgums slēgts starp SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Marno J” par telpu nomu tirdzniecības centrā Maskavas ielā 400, Rīgā, viens līgums slēgts starp SIA „SUPERNETTO”, SIA „RIMI Latvia” un SIA „Marno J” par telpu nomu tirdzniecības centrā Nīcgales ielā 53, Rīgā, un viens līgums slēgts starp SIA „RIMI Latvia” un SIA „Marno J” par telpu nomu tirdzniecības centrā Rīgas ielā 120, Jēkabpilī. Tādējādi SIA „RIMI Latvia” ir bijusi viena no līgumslēdzējām pusēm divos līgumos, kuros konstatēts ierobežojošais līguma punkts, bet SIA „Plesko Real Estate” un SIA „SUPERNETTO” ir bijušas viena no līgumslēdzējām pusēm, katra vienā līgumā, kurā konstatēts ierobežojošais līguma punkts, kas slēgts Rimi grupas uzņēmumu un SIA „Marno J” starpā.

SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Marno J” aizliegtās vienošanās rezultātā tiek ierobežota SIA „Marno J” saimnieciskās darbības brīvība, izvēloties telpu nomniekus, un tiek radītas barjeras specializētajiem pārtikas veikaliem, apgrūtinot to iekļūšanu konkrētajā tirgū un līdz ar to kavējot konkurenci. Lietā konstatētie pierādījumi apstiprina, ka telpu nomas līgumos ietvertie ierobežojumi ir piemēroti (sk. Lēmuma 3.4.punkts), kas apstiprina, ka SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” tika liegta iespēja nomāt telpas saimnieciskās darbības uzsākšanai tirdzniecības centrā Maskavas ielā 400, Rīgā. Vienlaikus Konkurences padome ņem vērā, ka tirdzniecības centrā (Maskavas ielā 400, Rīgā), kurā telpas iznomā SIA „Plesko Real Estate” pārtikas preču tirdzniecību neveic neviens cits specializēts pārtikas veikals. Tirdzniecības centrā Nīcgales ielā 53, Rīgā, kurā telpas nomā SIA „SUPERNETTO” un SIA „RIMI Latvia”, pārtikas preču tirdzniecību veic arī šādi specializētie pārtikas veikali: SIA „Leko 99” (gaļas izstrādājumi), SIA „Marno”

³⁵ Sk. arī Administratīvās apgabaltiesas 2010.gada 28.jūnija spriedums administratīvajā lietā Nr.A43005309, 7.punkts.

(gaļas izstrādājumi) un SIA „Daudznozaru kompānija „Daugava”” (piena un maizes izstrādājumi). Tirdzniecības centrā Rīgas ielā 120, Jēkabpilī, kurā telpas nomā SIA „RIMI Latvia”, pārtikas preču tirdzniecību veic SIA „Marno J” specializētais pārtikas veikals (gaļas izstrādājumi). Tādējādi konkrētie specializētie pārtikas veikali/tirgus dalībnieki netika ierobežoti savu preču tirdzniecībā konkrētajā tirdzniecības centrā.

- Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 16.punktu un tā apakšpunktiem, izvērtējot katra pārkāpumā iesaistītā tirgus dalībnieka lomu, ņem vērā, vai pastāv vismaz viens no šādiem nosacījumiem: tirgus dalībnieks bijis pārkāpuma iniciators; pārkāpumā tirgus dalībniekam bijusi aktīva vai pasīva loma. No lietā esošajiem pierādījumiem secināms, ka SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO” un SIA „Plesko Real Estate” ir pārkāpuma iniciators, ko apstiprina fakts, ka analogiska satura ierobežojumi ietverti līgumos ne tikai ar SIA „Marno J”, bet arī citiem iznomātājiem. Rimi grupas uzņēmumi ir tieši ieinteresēti konkrēta ierobežojuma ietveršanā telpu nomas līgumos, jo tas novērš konkurenci preču segmentā, kuras konkrētajā tirdzniecības centrā potenciāli varētu realizēt specializētais pārtikas veikals, un līdz ar to arī novērš Rimi grupas uzņēmumu ienākumu samazināšanās risku.

Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus saistībā ar pārkāpuma smaguma pakāpi, Konkurences padome uzskata par atbilstošu un samērīgu:

- SIA „RIMI Latvia” naudas soda apmēru noteikt 0,05 procentu apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma;

- SIA „SUPERNETTO” naudas soda apmēru noteikt 0,01 procentu apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma;

- SIA „Plesko Real Estate” naudas soda apmēru noteikt 0,04 procentu apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma;

6.4.2. Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 19.2. apakšpunktu, ņemot vērā pārkāpuma ilgumu, naudas sods par pārkāpumu, kas ilgst vairāk par gadu, bet nepārsniedz piecus gadus, nosakāms līdz 0,5 procentiem. Savukārt saskaņā ar šo noteikumu 19.3.apakšpunktu naudas sods par pārkāpumu, kas ilgst vairāk par pieciem gadiem, nosakāms no 0,5 līdz 1 procentam.

Pārkāpuma ilgums konkrētajā lietā tiek noteikts, pirmkārt, ņemot vērā SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO” un SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Marno J” telpu nomas līgumu noslēgšanas brīdi, kas ir pārkāpuma sākuma datums. Līgums starp SIA „LLE FOOD”³⁶ un SIA „Marno J” noslēgts 2005.gada 10.februārī. Līgums starp SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Latoneks -A”³⁷ noslēgts 2005.gada 22.jūnijā. Līgums starp SIA „SUPERNETTO” un SIA „RIMI Latvia” un SIA „Marno J” noslēgts 2009.gada 28.aprīlī. Otrkārt, ievērojot to, ka iepriekš minētie telpu nomas līgumi ir spēkā šī Lēmuma pieņemšanas dienā, pārkāpuma ilgums ir nosakāms līdz Lēmuma pieņemšanas dienai.

Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus saistībā ar pārkāpuma ilgumu:

- SIA „RIMI Latvia” naudas soda apmērs nosakāms 0,7 procentu apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma;

- SIA „SUPERNETTO” naudas soda apmērs nosakāms 0,1 procentu apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma;

- SIA „Plesko Real Estate” naudas soda apmērs nosakāms 0,6 procentu apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma;

³⁶ 06.10.2005. reorganizējot pievienots SIA „RIMI Latvia”.

³⁷ 13.04.2007. reorganizējot pievienota SIA „Marno J”

6.5. Saskaņā ar Noteikumi Nr.796 17.punktā noteikto kopējo naudas soda apmēru par vienu pārkāpumu aprēķina, summējot saskaņā ar šo noteikumu 18. un 19.punktu noteiktos naudas sodus.

Tādējādi, ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, kopējais naudas sods:

- SIA „RIMI Latvia” nosakāms 0,75 procentu (Ls 3 032 896,81) apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma;
- SIA „SUPERNETTO” nosakāms 0,11 procentu (Ls 3176,69) apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma;
- SIA „Plesko Real Estate” nosakāms 0,64 procentu (Ls 39 524,72) apmērā no pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma.

6.6. Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 23.punktu kopējo naudas soda apmēru var samazināt, ja pastāv vismaz viens no 23.1.apakšpunktā uzskaitītajiem atbildību mīkstinošiem apstākļiem, t.sk.: ja pārkāpums pārtraukts, tiklīdz tirgus dalībnieks saņēmis no Konkurences padomes informāciju par iespējamo Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā minēto pārkāpumu (23.1.1.apakšpunkts), ja tirgus dalībnieks brīvprātīgi novērsis pārkāpuma sekas, pirms Konkurences padome pieņēmusi lēmumu par pārkāpuma konstatēšanu (23.1.2.apakšpunkts), ja tirgus dalībnieks pēc savas iniciatīvas sniedzis pilnīgu un patiesu informāciju vai pierādījumus, kuriem bijusi būtiska nozīme Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā minēto pārkāpumu konstatēšanā (23.1.3.apakšpunkts), ja tirgus dalībnieks sniedzis pierādījumus, ka laikposmā, kad tas bija nelikumīgas vienošanās dalībnieks, faktiski viņš šo vienošanos neīstenoja (23.1.4.apakšpunkts), vai ja tirgus dalībnieks atlīdzinājis zaudējumus, kas radušies no izdarītā pārkāpuma (23.1.5.apakšpunkts). Konkurences padome nekonstatē Noteikumu Nr.796 23.1.apakšpunktā norādītos apstākļus naudas soda samazināšanai.

Konkurences padome ir tiesīga samazināt naudas soda apmēru, arī ievērojot Noteikumu Nr.796 23.2.apakšpunktu, proti, ja tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījums tirgū, kurā noticis pārkāpums, ir mazāks par 10 procentiem no šā tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījuma. SIA „Plesko Real Estate” un SIA „SUPERNETTO” apgrozījums tirdzniecības platību nomas tirgū tirdzniecības centros pārsniedz 10 procentus no šā tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījuma, līdz ar to uz šī pamata SIA „Plesko Real Estate” un SIA „SUPERNETTO” naudas sods nav samazināms. SIA „RIMI Latvia” apgrozījums tirdzniecības platību nomas tirgū tirdzniecības centros ir mazāks par 10 procentiem no šo tirgus dalībnieku pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījuma. Ņemot vērā minēto un ievērojot samērīguma un proporcionalitātes principu, Konkurences padome uzskata, ka ir iespējams samazināt SIA „RIMI Latvia” 6.5. punktā noteikto naudas sodu un noteikt to Ls 303 289,68 apmērā.

6.7. Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 21.punktu kopējo naudas soda apmēru var palielināt, ja pastāv vismaz viens no 21.1.apakšpunktā un 21.2.apakšpunktā uzskaitītajiem atbildību pastiprinošiem apstākļiem, t.i., tirgus dalībnieks tā paša veida pārkāpumu izdarījis atkārtoti, un Konkurences padome to ir konstatējusi un pieņēmusi attiecīgu lēmumu (21.1.1.apakšpunkts); tirgus dalībnieks tieši vai netieši piespiedis citus tirgus dalībniekus veikt darbības, ar kurām tiek pārkāpts Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā minētais aizliegums (21.1.2.apakšpunkts); tirgus dalībnieks kavē izmeklēšanu un slēpj izdarīto pārkāpumu (21.1.3.apakšpunkts) un ja padome konstatē, ka nepieciešams palielināt sodu, lai pārsniegtu ienākumus, kurus tirgus dalībnieks guvis, izdarot Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā vai 13.pantā minēto pārkāpumu (ja nelikumīgi iegūto ienākumu summu ir iespējams novērtēt). Konkurences padome, izvērtējot konkrētās lietas apstākļus, secina, ka SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO” un SIA „Plesko Real Estate” darbībās nav konstatējami atbildību

pastiprinoši apstākļi atbilstoši Noteikumu Nr.796 21.1.1.-21.1.3.apakšpunktā un 21.2.apakšpunktā noteiktajam.

6.8. Konkurences padome uzskata, ka, ņemot vērā konkrētās lietas apstākļus, pārkāpuma smagumu un raksturu, labums sabiedrības interesēm nevar tikt sasniegts ar mazāka naudas soda piemērošanu nekā iepriekš Lēmumā aprēķinātais, vienlaikus sasniedzot sodīšanas mērķi - nodrošinot naudas soda speciālo preventīvo iedarbību un arī vispārējo preventīvo iedarbību. Nosakot galīgo naudas soda apmēru, Konkurences padome uzskata par pamatotu ņemt vērā arī faktu, ka šis ir pirmais šāda veida (aizliegtā vienošanās, kas izpaužas kā telpu nomas līgumā ietverts ierobežojums, kas ierobežo iznomātāja rīcības brīvību un apgrūtinā nomnieka konkurenta saimnieciskās darbības uzsākšanu tirdzniecības centrā) pārkāpums, kuru konstatējusi Konkurences padome.

Nosakot galīgo naudas soda apmēru, Konkurences padome ir ņēmusi vērā, ka SIA „Plesko Real Estate” neveidojas apgrozījums mazumtirdzniecībā.

Līdz ar to, ņemot vērā lietderīguma un samērīguma apsvērumus, galīgais naudas sods nosakāms:

- SIA „RIMI Latvia” - Ls 151 650 apmērā;
- SIA „SUPERNETTO” - Ls 1590 apmērā;
- SIA „Plesko Real Estate” - Ls 9890 apmērā.

7. Tiesiskais pienākums

7.1. Izvērtējot lietā konstatētos faktiskos apstākļus, secināms, ka SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA Marno J” ir nepieciešams uzlikt tiesisko pienākumu, kas nodrošina lēmumā konstatētā pārkāpuma un analogiska veida pārkāpumu izbeigšanu un nepieļaušanu, tajā pašā laikā samērīgi ierobežojot šī lēmuma adresātus un vienlaikus novēršot negatīvu ietekmi uz konkurenci. Uzliekamais tiesiskais pienākums būs piemērots Konkurences likumā noteikto vērtību – brīvas konkurences aizsardzība un attīstība sabiedrības interesēs - stiprināšanai. Tiesisko pienākumu izpildei, ievērojot to saturu un raksturu, ir nosakāms samērīgs laika termiņš, kura laikā lēmumā konstatētais pārkāpums ir izbeidzams un par to paziņojams Konkurences padomei. Nosakot tiesisko pienākumu, Konkurences padome ņem vērā lēmumā konstatēto (sk. Lēmuma 3.2. punkts), ka SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO” un SIA „Plesko Real Estate” un citu iznomātāju līgumos par telpu nomu tirdzniecības centros ir ietverti pēc satura un nozīmes analogiski ierobežojoši noteikumi ar šo uzņēmumu un SIA „Marno J” telpu nomas līgumos ietvertajiem.

7.2. Tādējādi, ņemot vērā šos apsvērumus, SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA Marno J” ir uzliekami šādi tiesiskie pienākumi:

- viena mēneša laikā no šī lēmuma saņemšanas dienas izbeigt konstatēto pārkāpumu, izslēdzot no šo uzņēmumu savstarpēji noslēgtajiem telpu nomas līgumiem tirdzniecības centros lēmumā konstatētos ierobežojošos noteikumus;

- divu mēnešu laikā no šī lēmuma saņemšanas dienas izslēgt no SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO”, SIA „Plesko Real Estate” ar telpu iznomātājiem tirdzniecības centros noslēgtajiem telpu nomas līgumiem ierobežojošus noteikumus, kas pēc satura un nozīmes ir analogiski šajā lēmumā konstatētajiem;

- 10 dienu laikā no tiesisko pienākumu izpildes iesniegt Konkurences padomei pierādījumus, kas apstiprina to izpildi.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 3.punktu, 11.panta pirmās daļas 7.punktu, 12.panta pirmo un otro daļu, Administratīvā procesa likuma 8., 13.pantu, 65.panta trešo daļu un 66.pantu, Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumu Nr.796 „Kārtība, kādā nosakāms naudas sods par Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā un 13.pantā paredzētajiem pārkāpumiem” 3., 13., 14., 15., 16. punktu, 18.1., 19.1., 19.3., 21. un 23. apakšpunktu

nolēma:

1. Konstatēt Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 7.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Marno J” darbībās.

2. Uzlikt SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO”, SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Marno J” tiesisko pienākumu viena mēneša laikā no šī lēmuma saņemšanas dienas:

2.1. izbeigt konstatēto pārkāpumu, izslēdzot no šo uzņēmumu savstarpēji noslēgtajiem telpu nomas līgumiem tirdzniecības centros lēmumā konstatētos ierobežojošos noteikumus;

2.2. 10 dienu laikā no 2.1.punktā noteiktā pienākuma izpildes iesniegt Konkurences padomei pierādījumus (normatīvajos aktos noteiktā kārtībā apstiprinātu līgumu par telpu nomu kopijas), kas apstiprina uzliktā tiesiskā pienākuma izpildi.

3. Uzlikt SIA „RIMI Latvia”, SIA „SUPERNETTO” un SIA „Plesko Real Estate” tiesisko pienākumu divu mēnešu laikā no šī lēmuma saņemšanas dienas:

3.1. izslēgt no šo uzņēmumu ar telpu iznomātājiem tirdzniecības centros noslēgtajiem telpu nomas līgumiem ierobežojošus noteikumus, kas pēc satura un nozīmes ir analogiski šajā lēmumā konstatētajiem;

3.2. 10 dienu laikā no 3.1 punktā noteiktā pienākuma izpildes iesniegt Konkurences padomei pierādījumus (normatīvajos aktos noteiktā kārtībā apstiprinātu līgumu par telpu nomu kopijas), kas apstiprina tā izpildi.

4. Uzlikt SIA „RIMI Latvia” naudas sodu Ls 151 650 (simts piecdesmit viens tūkstotis sešsimt piecdesmit lati nulle santīmi) apmērā. Uzlikto naudas sodu 45 dienu laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas ieskaitīt valsts budžetā (Valsts kasē, reģ.Nr.90000050138, konta Nr. LV78TREL1060001019900, kods TREL1V22), norādot lēmuma par naudas soda uzlikšanu numuru un datumu. Uzlikt SIA „RIMI Latvia” pienākumu 10 (desmit) dienu laikā pēc šajā punktā minētā termiņa paziņot Konkurences padomei par uzliktā pienākuma izpildi, iesniedzot normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā apstiprinātu naudas soda maksājumu apliecinājoša dokumenta kopiju.

5. Uzlikt SIA „SUPERNETTO” naudas sodu Ls 1590 (tūkstotis pieci simti deviņdesmit lati nulle santīmi) apmērā. Uzlikto naudas sodu 45 dienu laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas ieskaitīt valsts budžetā (Valsts kasē, reģ.Nr.90000050138, konta Nr. LV78TREL1060001019900, kods TREL1V22), norādot lēmuma par naudas soda uzlikšanu numuru un datumu. Uzlikt SIA „SUPERNETTO” pienākumu 10 (desmit) dienu laikā pēc šajā punktā minētā termiņa paziņot Konkurences padomei par uzliktā pienākuma izpildi, iesniedzot normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā apstiprinātu naudas soda maksājumu apliecinājoša dokumenta kopiju.

6. Uzlikt SIA „Plesko Real Estate” naudas sodu Ls 9890 (deviņi tūkstoši astoņi simti deviņdesmit lati nulle santīmi) apmērā. Uzlikto naudas sodu 45 dienu laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas ieskaitīt valsts budžetā (Valsts kasē, reģ.Nr.90000050138, konta Nr. LV78TREL1060001019900, kods TREL1V22), norādot lēmuma par naudas soda uzlikšanu numuru un datumu. Uzlikt SIA „Plesko Real

Estate” pienākumu 10 (desmit) dienu laikā pēc šajā punktā minētā termiņa paziņot Konkurences padomei par uzliktā pienākuma izpildi, iesniedzot normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā apstiprinātu naudas soda maksājumu apliecināša dokumenta kopiju.

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

I.Jaunzeme