



ADMINISTRATĪVĀ APGABALTIESA

Lietas arhīva Nr. A43-0016-22/17

[ECLI:LV:ADAT:2022:0310.A43007617.12.S](#)

SPRIEDUMS Latvijas tautas vārdā

Rīgā

2022.gada 10.martā

Administratīvā apgabaltiesa šādā sastāvā:

tiesnese referente Ilze Amona, tiesneši Kaspars Berķis un Valda Zommere

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz SIA „Plesko Real Estate” pieteikumu par Konkurences padomes 2017.gada 12.janvāra lēmuma Nr.2 (prot. Nr.3, 2.§) atcelšanu un SIA „Plesko Real Estate” un SIA „Rimi Latvia” pieteikumu par Konkurences padomes 2017.gada 13.aprīļa lēmuma Nr.8 (prot.Nr.19, 2. §) atcelšanu.

Aprakstošā daļa

[1] Ar Konkurences padomes (turpmāk – padome) 2017.gada 12.janvāra lēmumu Nr.2 (Prot. Nr.3, 2.§) (turpmāk – Rimi lēmums) aizliegta apvienošanās, kur SIA „Plesko Real Estate” (turpmāk – Plesko) iegūtu izmantošanas (nomas) tiesības uz mazumtirdzniecības telpām /adrese A/, – multifunkcionālajā iepirkšanās centrā /Tirdzniecības centrs/ (turpmāk – /Tirdzniecības centrs/). Rimi lēmums pamatots šādi.

[1.1] 2016.gada 29.augustā Plesko vērsās padomē ar ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos. Tajā paredzēts, ka Plesko iegūs izmantošanas (nomas) tiesības uz mazumtirdzniecības telpām /adrese A/, un nodos tās apakšnomā SIA „Rimi Latvia” (turpmāk – Rimi). Telpu īpašnieks ir /nosaukums A/, bet saimniecisko darbību šajās telpās iepriekš veica AS „Prisma Latvija” (turpmāk – Prisma). Paziņotā apvienošanās uzskatāma par apvienošanos Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punkta izpratnē, vienam tirgus dalībniekam iegūstot cita tirgus dalībnieka aktīvu daļu.

[1.2] Apvienošanās rezultātā tiktu ietekmēts ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus. Konkrētās preces tirgū iekļaujami plaša sortimenta ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikali, kuru tirdzniecības telpas platība ir virs 600 m² vai kas spēj nodrošināt vismaz 6000 sortimenta vienību mēnesī, tas ir, plaša sortimenta veikali. Konkrētajā tirgū iekļaujami veikali, kas atrodas 13 minūšu brauciena izohrona aptveršanas zonā ap /Tirdzniecības centrs/. Konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū iekļaujamās 62 tirdzniecības vietas, kas citstarp atrodas arī multifunkcionālajos iepirkšanās centros.

[1.3] Ņemot vērā tirgus dalībnieku sniegto informāciju, Rimi ir vadošais tirgus dalībnieks, un tā tirgus daļa lietā identificētajā konkrētajā tirgū pirms apvienošanās ir ap 50–60 %. Rimi tuvākā konkurenta – SIA „MAXIMA Latvija” (turpmāk – Maxima) – tirgus daļa ir ap 20–30 %, tas ir, aptuveni divas reizes mazāka par Rimi daļu. Prisma tirgus daļa ir ap 5–10 %, pārējo sešu tirgus dalībnieku daļas kopā veido ap 10–20 % no konkrētā tirgus apjoma.

[1.4] Aktīvu pārņemšanas rezultātā Prisma tirgus daļa samazinātos līdz 1–5 %, bet Rimi tirgus daļas (pēc apgrozījuma) attiecīgi pieaugtu. Herfindala-Hiršmana indekss (turpmāk – HHI) pirms apvienošanās pēc tirgus dalībnieku apgrozījuma ir 3474, un līdz ar to HHI pārsniedz 2000 robežu, kas norāda uz augstu tirgus koncentrāciju. Savukārt pēc padomes aprēķiniem HHI palielinātos par 218, kas ievērojami (par vairāk kā 45 %) pārsniedz Eiropas Savienības „Pamatnostādnēs par horizontālo apvienošanos novērtēšanu saskaņā ar Eiropas Padomes Regulu par uzņēmumu koncentrāciju kontroli” (2004/K 31/03) noteikto sliekšni tirgiem ar augstu koncentrāciju – 150.

Lai gan Rimi iegūtu mazāku platību kā to, kurā pirms apvienošanās /Tirdzniecības centrs/ darbojās Prisma, tomēr apvienošanās īstenošanas gadījumā Rimi piesaistītu vismaz tikpat lielu, ja ne pat lielāku tirgus daļu kā Prisma.

[1.5] Gan Prisma darbojās, gan Rimi plāno darboties ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū /Tirdzniecības centrs/ telpās, kuru platība pārsniedz 600 m², Prisma darbība šajās telpās bija ilgstoša – aptuveni 10 gadi, kā rezultātā patērētājos nodibināts pieradums un tradīcijas iepirkšanās ziņā, kas garantē zināmu patērētāju un klientu loku. Attiecīgi Rimi iegūstamajiem aktīviem /Tirdzniecības centrs/ piemīt spēja piesaistīt agrākā nomnieka tirgus daļu, tāpēc nav nepieciešams veikt korekcijas ne tirgus daļu, ne HHI aprēķinā. Turklāt salīdzinājumā ar vairumu konkurentu Rimi spēj apgrozīt ievērojami lielāku apjomu (euro uz vienu m²).

[1.6] Papildus jāņem vērā, ka Rimi jau atrodas lielākajā daļā stratēģiski nozīmīgu vietu lietā identificētajā konkrētajā tirgū – septiņos no desmit multifunkcionālajiem iepirkšanās centriem. Turklāt aptuveni 40–50 % no Rimi kopējā apgrozījuma konkrētajā tirgū veido tieši šīs septiņas stratēģiski nozīmīgas tirdzniecības vietas.

Kopumā multifunkcionālo iepirkšanās centru segmentā Rimi ir vadošais tirgus dalībnieks ar tirgus daļu ap 70–80 %,

kas apvienošanās rezultātā varētu pieaugt līdz pat 80–90 %. Atrašanās multifunkcionālajā iepirkšanās centrā spēj nodrošināt Rimi papildu priekšrocības, jo tas spēj izdarīt būtiskāku konkurences spiedienu uz citiem tā apkārtnē esošiem veikaliem, savukārt ārpus šī centra esošo konkurentu izdarītais spiediens samazinās (tas nav abpusēji simetrisks).

[1.7] Apvienošanās darījuma īstenošanas gadījumā tiktu liegta iespēja citiem tirgus dalībniekiem, kas jau pašlaik neizdara efektīvu konkurences spiedienu uz Rimi konkrētajā tirgū, iegūt tiesības izmantot stratēģiski nozīmīgu aktīvu, par ko liecina pašreizējā tendence tirgū, kur multifunkcionālo iepirkšanās centru telpu iznomātāji norāda uz Rimi kā stabilu sadarbības partneri, galvenokārt neapsverot citus tirgus dalībniekus.

[1.8] Palielinot Rimi tirgus varu un koncentrācijas līmeni konkrētajā tirgū, ilgtermiņā būtiski samazinātos konkurence ne vien multifunkcionālo iepirkšanās centru segmentā, bet arī lietā identificētajā konkrētajā tirgū kopumā.

[2] Maxima 2017.gada 3.februārī vērsās padomē ar ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos, kurā paredzēts, ka Maxima iegūs izmantošanas (nomas) tiesības uz mazumtirdzniecības telpām /adrese A/. Ziņojumā norādīts, ka Maxima un /nosaukums A/ 2017.gada 24.janvārī noslēgtais telpu nomas līgums paredz, ka Maxima nomās telpas /Tirdzniecības centrs/ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikala iekārtošanai.

Ar padomes 2017.gada 13.aprīļa lēmumu Nr.8 (Prot. Nr.19, 2.§) (turpmāk – Maxima lēmums) atļauta apvienošanās, Maxima iegūstot tiesības izmantot mazumtirdzniecības telpas /adrese A/.

[3] Plesko iesniedza tiesā pieteikumu par Rimi lēmuma atcelšanu, bet Plesko un Rimi iesniedza tiesā pieteikumu par Maxima lēmuma atcelšanu.

Pieteikums par Rimi lēmuma atcelšanu pamatots šādi.

[3.1] Padome neanalizēja Plesko tiesības attīstīt veikalu tīklu, bet gan specifisku tirgus varas koncentrācijas veidu, kad viena tirgus dalībnieka – Prisma – tirgus daļas samazinās, bet cita tirgus dalībnieka – pieteicējas – tirgus daļas pieaug. Proti, padome vērtēja nevis nomas līguma noslēgšanu, bet gan analizēja tirgus daļu pieaugumu un samazinājumu.

[3.2] Konkurences tiesību mērķis nav sodīt lielus un veiksmīgus tirgus dalībniekus, un tādēļ, piemēram, atrašanās dominējošā stāvoklī nav aizliegta. Aizliegta ir vienīgi šāda stāvokļa ļaunprātīga izmantošana, un no šāda viedokļa ir jāvērtē apvienošanās darījumi. Proti, aizliegti tiek tādi darījumi, kas noved vai ticami spēj novest līdz tirgus daļas pieaugumam tādu iemeslu dēļ, kas nav saistīti ar tirgus dalībnieka efektivitāti un spējām. Pieteicēja vien vēlējas attīstīties jaunajā tirdzniecības vietā, kuru patērētāji jau pieraduši uzskatīt par tukšu.

[3.3] Padome neanalizēja to, ka Prisma 2016.gada 31.maijā izbeidza /Tirdzniecības centrs/ nomas līgumu. Pieteicēja kā saistošo noteikumu piedāvāja atlikt veikala atvēršanu līdz 2017.gada 15.jūlijam, un attiecīgi starp Prisma veikala slēgšanu un pieteicējas veikala atvēršanu paitu vismaz 410 dienas. Vidējais patērētājs minētajā laikā, kas ir vairāk nekā gads, nesaglabā ikdienas patēriņa preču iepirkumu pieradumu un tradīcijas iepirkšanās ziņā, un tādēļ nav pamatoti prezumēt, ka nomas līguma slēgšana garantētu pieteicējai zināmu Prisma patērētāju un klientu loku.

[3.4] Tirdzniecības telpu nomas tiesību iegūšanas darījuma gadījumā nevar automātiski pieņemt, ka notiek tirgus daļu apvienošanās jeb koncentrācija. Katrā gadījumā ir atsevišķi jāizvērtē, vai ar attiecīgo darījumu pietiek, lai nodotu uzņēmumu ar tirgus apgrozījumu. Senāts 2015.gada 2.februāra rīcības sēdes lēmumā lietā Nr.SKA-25/2015 atzinis, var pastāvēt arī apstākļi, kas liecina par pretējo, tas ir, ka nevar tikt piesaistīta agrākā nomnieka tirgus daļa, kā piemēru minot ilgu pārtraukumu telpu lietošanā.

[3.5] Tirdzniecības telpu nomas tiesību iegūšana nav tipisks paziņojamas apvienošanās darījums. Komisijas 2008.gada Konsolidētajā jurisdikcijas paziņojumā saskaņā ar Eiropas Savienības Padomes Regulu (EK) Nr.139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (2008/C 95/01; turpmāk – Jurisdikcijas paziņojums) šādi apvienošanās darījumi vispār nav pieminēti.

[3.6] Gandrīz visi padomes norādītie konkrētā tirgus definēšanas kritēriji ir izvēlēti, balstoties uz neobjektīviem apsvērumiem, kā rezultātā nepareizi definēts ar pieteicējas iecerēto darījumu ietekmētais tirgus. Nepareizā konkrētā tirgus definīcija veicināja arī to, ka padome kļūdaini novērtēja visu tirgus dalībnieku tirgus daļas un tirgus varas sadali tirgū.

Minētais padomei ļāva ignorēt /Tirdzniecības centrs/ tuvumā esošos daudzus Maxima tīkla veikalus, mākslīgi samazinot Maxima tirgus daļu un attiecīgi palielinot Rimi tirgus daļu, kā arī ļāva dažus no Rimi lielākajiem veikaliem, kuri atrodas uz iezīmētās teritorijas robežas un kuru apgrozījumu pārsvarā veido citās vietās dzīvojošo un strādājošo patērētāju pirkumi, īpaši tas attiecas uz Alfa un Origo.

[3.7] Formāli atsaucoties uz citu valstu praksi, padome būtiski paaugstināja latīņu, jo nevienā no padomes izmantotajiem avotiem nav norādīta veikalu platība 600 m². Ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības vietu aizvietojamību ir būtiski analizēt, ievērojot konkrētajā ģeogrāfiskajā teritorijā pastāvošās tirgus iezīmes, un tās Latvijā būtiski atšķiras no Nīderlandes, Francijas, Beļģijas un ASV tirgu iezīmēm.

Piemēram, būtiski atšķirīgs ir vidējais iepirkuma groza apmērs. Jo iepirkumu groza apmērs ir augstāks, jo lielāka varbūtība, ka patērētāji iegādājas vairāk preču un tādēļ tiem būtiskāks ir plašāks preču sortiments, lai ieinteresētu patērētāju iepirkties tieši konkrētajā mazumtirdzniecības vietā. Savukārt, jo mazāks ir vidējais iepirkuma groza apmērs, un Latvijā tas konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū ir ap 8 euro, jo lielāka ir dažāda formāta veikalu aizstājamība.

Vienlaikus padome ignorēja atsevišķu konkurentu, kuru veikalu platības ir virs 100 m², viedokli par to, ka mazie veikali – Top, Lats, Elvi un Mego – ir konkurētspējīgi. Padome pieļāva arī loģiskas kļūdu par mazo veikalu konkurētspējas tiešo sasaisti ar svaigās produkcijas standu skaitu, jo nav pamata iekārtu skaitu interpretēt kā informāciju par pieejamo sortimentu un varēšanu konkurēt ar lielākajiem veikaliem. Nav pamatota preču, kas nav izvietotas standos, īpašā nozīme

konkurētspējas izvērtēšanai, un no veiktajām aptaujām neizriet, ka patērētājiem ir svarīgs svaigo preču sortiments un ka pašapkalpošanās ledusskapji ir svaigās pārtikas izvietojumam nederīgs formāts.

[3.8] Padome nav pamatojusi, kāpēc konkrētā tirgus definīcijas pamatošanā izvēlēti tieši veikali ar vismaz 6000 sortimenta vienībām mēnesī. Lai objektīvi novērtētu, kuri veikalu formāti patiesi konkurē konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, padomei bija jānoskaidro vismaz tirgus dalībnieku viedoklis par supermārketu un par vidējā izmēra veikalu konkurenci ar mazajiem veikaliem. Padome nav korekti formulējusi jautājumu par hipermārketu un mazo veikalu savstarpējo aizvietojamību un nav noskaidrojusi visu konkurētspējīgo veikalu formātu aizvietojamību ar mērķa aktīviem.

[3.9] Padome ģeogrāfiskā tirgus noteikšanai piegāja formāli, konstruējot tādu ietekmēto zonu, kurā ietilpst tirdzniecības vietas, kuru apgrozījums pārsvarā veidojas no citās ģeogrāfiskajās teritorijās dzīvojošiem patērētājiem. Minētā rezultātā mākslīgi palielinātas Rimi tirgus daļas un attiecīgi samazinātas Maxima tirgus daļas. Padomei bija jāpārbauda, vai rezultāti, kas iegūti, izmantojot automatizētus rīkus transportlīdzekļu vadītāju uzvedības noteikšanai, ir ticami no Rīgas iedzīvotāju skatupunkta. Ģeogrāfiskā tirgus definēšanā nebija jāņem vērā tādas tirdzniecības vietas, kuras atrodas uz robežas ar citiem ģeogrāfiskajiem tirgiem un kuras pārsvarā apmeklē patērētāji no citiem ģeogrāfiskajiem tirgiem. Nav saprotams, kāpēc padome izmantoja automatizētus rīkus, tajos ieprogramējot vidējo braukšanas ātrumu 50 km/h, un kā būtu jāanalizē ģeogrāfiskais tirgus paaugstinātas transportlīdzekļu kustības intensitātes apstākļos. Visi padomes analizētie veikali neatrodas konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū – daži tajā iekļaujas, lai gan atrodas ārpus tā.

[3.10] Padome kļūdaini izdalīja atsevišķu tirgus segmentu no definētā konkrētā tirgus, jo konkurences tiesībās parasti analizē konkurenci konkrētā tirgus ietvaros. Padome nav definējusi ikdienas patēriņa preču tirdzniecību multifunkcionālajos iepirkšanās centros kā konkrētu ietekmēto tirgu.

[3.11] Apstāklis, ka Maxima Rīgas teritorijā iepriekš nebija stratēģijas attīstīt komercdarbību ikdienas patēriņa preču tirdzniecībā multifunkcionālajos iepirkšanās centros, nenorāda uz to, ka Maxima tirgus pozīcijas tādējādi būtu vājākas par Rimi pozīcijām. Maxima ir aktīvāka citos konkrētā tirgus segmentos, īstenojot saimniecisko darbību lielveikalos ārpus multifunkcionālajiem iepirkšanās centriem, tostarp Maxima veikalos ar vienu „X”, kuru kopējais skaits konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū ir lielāks nekā Rimi. Maxima tirgus pozīcijas īpaši neatšķiras no Rimi tirgus pozīcijām konkrētajā tirgū, jo tieši Maxima ir nostiprinājusies ikdienas patēriņa preču tirdzniecībā lielveikalu segmentā ārpus multifunkcionālajiem iepirkšanās centriem.

No padomes publiski paustajiem izteikumiem izriet, ka Rimi lēmums ir motivēts arī ar Rimi pozīcijām augšupējā – iepirkuma (vairumtirdzniecības) tirgū. Atšķirībā no citiem padomes lēmumiem Rimi lēmums vien minimāli pamatots ar argumentāciju par iepirkuma tirgus konkurences apstākļiem. Tajā nav pat norādes uz Maxima līdzsvarojamo pozīciju iepirkuma tirgū. Proti, lai arī Rimi lēmumā un publiski tiek norādīts uz Maxima nespēju efektīvi konkurēt ar Rimi, no citiem padomes lēmumiem izriet, ka iepirkuma tirgū Rimi nav tirgus līderis un tā tirgus daļa nepārsniedz 30–34 %.

Lai gan jau paziņotās apvienošanās izvērtēšanas ietvaros padomei vairāki tirgus dalībnieki – Top, Aibe un LaTS – snieguši viedokli par Maxima un Rimi sīvo konkurenci konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, tomēr šie apsvērumi Rimi lēmumā nav atzīmēti. Rimi lēmumā un padomes publiskajos skaidrojumos dots neizprotams *signāls* Maxima, kas ir līdzvērtīgs konkurents, – „sasparoties, pacelt galvu”. Minētais no iznomātāju un konkurentu puses var tikt uztverts kā apzināta Rimi attīstības kavēšana, veicinot negodīgu konkurenci.

[3.12] Ar tirgus dalībnieku apvienošanās saistītie jautājumi ir tieši saistīti ar ekonomikas zinātni, kas savukārt norāda uz nepieciešamību padomei, veicot lietderības apsvērumus, pietiekoši pamatoti argumentēt tās izteiktos apgalvojumus un secinājumus. Tomēr padome nav pat vispārīgi norādījusi uz sava lēmuma atteikties pieņemt tirgus dalībnieku apvienošanās ietvaros piedāvātos saistošos noteikumus nepieciešamību, piemērotību, vajadzību un/vai atbilstību.

[3.13] Padome pārkāpa administratīvā akta pamatojuma principu, jo tā nav pamatojusi, kāpēc piedāvātie saistošie noteikumi nenovērs Rimi lēmumā konstatētās sekas. Piedāvātā veikala atvēršanas datuma atlikšana līdz 2017.gada 15.jūlijam tika balstīta uz padomes skaidrojumu, ka tirgus dalībniekam nav jāpaziņo par nomas darījuma slēgšanu, ja iepriekšējais mazumtirdzniecības telpu īrnieks pārstāja izmantot šo aktīvu vismaz pirms viena finanšu gada. Padome nav nošķīrusi klasiskus konkurenta uzņēmuma iegādes darījumus no nomas darījumiem apstākļos, kad iepriekšējais nomnieks vismaz 410 dienas nebūs veicis saimniecisku darbību konkrētajās telpās.

[3.14] Plesko nebija doti četri mēneši, lai tā iesniegtu papildu priekšlikumus situācijas atrisināšanai. Līdz padomes viedokļa saņemšanai tās darbinieki atteicās sniegt jebkādas norādes par iestādes iespējamo lēmumu un tā saturu. Pirmais Plesko piedāvājums tika iesniegts pēc tikšanās ar padomi 2016.gada 28.decembrī, savukārt jau 2016.gada 30.decembrī saņemta noteikums noraidošā atbilde ar piebildi, ka sekas būtu iespējams novērst ar saistošajiem noteikumiem, kuru ietvaros tiktu pārtraukta tāda Rimi aktīva vai aktīvu izmantošana saimnieciskajā darbībā, kas būtu uzskatāma par līdzvērtīgu Rimi iegūstamajam aktīvam apvienošanās darījuma ietvaros lietā identificētajā konkrētajā tirgū. Ja padomes ieskatā Plesko jau sākotnēji bija jāpiedāvā saistošie noteikumi, tai padomei tas bija jānorāda negaidot, ka Plesko 2016.gada 31.decembra naktī vērtēs līdzvērtīgu aktīvu atsavināšanas iespējamību.

[4] Padome paskaidrojumā par pieteikumu par Rimi lēmumu norāda turpmāk minēto.

[4.1] Pieteicēja nepamatoti salīdzina dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas lietu izmeklēšanu ar apvienošanās darījumu vērtēšanu, katrai ir nepieciešama atšķirīga pieeja. Dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas lietu ietvaros tiek vērtēta uzņēmuma rīcība un tā tirgus varas faktiskā izmantošana, bet apvienošanās darījumu ietvaros tiek vērtēts tas, kā apvienošanās darījums nākotnē potenciāli izmainīs tirgus struktūru. Proti, apvienošanās seku izvērtējums balstās prognozēs,

kas pamatotas ar esošo situāciju un tās iespējamo attīstību, nevis pagātnes faktu izvērtējumā.

Apvienošanās kontroli regulējošie normatīvie akti Latvijā nav identiski Eiropas Savienības tiesības regulējošajiem aktiem, kā arī nav attiecināmi uz konkrēto apvienošanās, un nav piemērojami konkrētajā lietā. Pieteicējas uzskats par telpu nomas tiesību iegūšanu kā netipisku apvienošanās darījumu, jo tas nav tieši pieminēts Jurisdikcijas paziņojumā, ir maldīgs.

Jurisdikcijas paziņojuma 18.punktā kā viens no kontroles iegūšanas veidiem, kas rada koncentrāciju, ir ilgtermiņa kontroles tiesību iegūšana uz līguma pamata, tādējādi – arī uz nomas līguma pamata. 24.punkts paredz, ka kontroles iegūšanu pār aktīviem var uzskatīt par koncentrāciju tikai tad, ja šie aktīvi veido visu uzņēmumu vai to daļu, tas ir, tirgū pārstāvētu uzņēmumu, uz kuru var skaidri attiecināt apgrozījumu. Telpas /Tirdzniecības centrs/ ir uzskatāmas par tādiem aktīviem, uz kuriem var skaidri attiecināt apgrozījumu, kas veidojies no saimnieciskās darbības ikdienas preču mazumtirdzniecībā iepriekšējā nomnieka – Prisma. Savukārt 28.punkts noteic, ka ilgtermiņa kontroles maiņu neizslēdz tas, ka pamatlīgums noslēgts uz nenoteiktu laiku, ja šie līgumi ir atjaunojami. Koncentrācija var rasties pat gadījumos, kad līgumā paredzēts noteikts termiņš, ja paredzētais laika posms ir pietiekami ilgs, lai radītu attiecīgo uzņēmumu ilgtermiņa kontroles maiņu, kā tas ir arī izskatāmajā gadījumā.

Par aktīviem, kas tiek iegūti, ir uzskatāmas telpas, kurās caur nomas tiesībām būs iespējams realizēt ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecību, kas ģenerēs apgrozījumu Plesko. Patērētājus par aktīviem nevar uzskatīt, jo tie datu bāzes veidā netiek no Prisma nodoti Plesko.

Padomes Skaidrojumā par apvienošanās ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības lielveikalu tirgū, iegūstot tiesības izmantot aktīvus (nomāt telpas) ir uzsvērts, ka nav būtiski, cik sen iepriekšējais mazumtirgotājs pārtraucis konkrēto tirdzniecības telpu izmantošanu. Ja šis laika periods ir ilgāks nekā iepriekšējais finanšu gads (iepriekšējam mazumtirgotājam nav bijis apgrozījums šajā finanšu gadā), tad laika periods, kas pagājis kopš iepriekšējā mazumtirgotāja darbības pārtraukšanas, var tikt ņemts vērā, jo faktiski apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā nebūs veidojies. Acīmredzami, ka Prisma apgrozījums pārsniedz 1,5 miljonu *euro* sliksni gan 2015.gadā, gan 2016.gadā, kas nozīmē, ka tiek izpildīts individuālais paziņošanas kritērijs.

Tā kā Prisma telpās darbojās ilgstoši (aptuveni 10 gadi – no 2006.gada novembra līdz 2016.gada maijam), tad patērētājos tika nodibināts zināms pieradums un tradīcijas iepirkšanās ziņā, kas garantē noteiktu patērētāju un klientu loku. Attiecīgi aktīviem, ko vēlējās iegūt Plesko, piemīt spēja piesaistīt agrākā nomnieka tirgus daļu, un Plesko vairākkārt norādītajām 410 dienām, līdz kuru sasniegšanai Rimi varētu atlikt savu ieiešanu /Tirdzniecības centrs/, nav izšķirošas nozīmes, izvērtējot apvienošanās darījumu pēc būtības. Minētais arī nemazinātu konstatētos riskus apvienošanās darījuma īstenošanas gadījumā.

/Tirdzniecības centrs/ tika atvērts 2003.gadā. Tas, ka Rimi tajā nav darbojies, nepadara to par „jaunu tirdzniecības vietu”. Plesko nav iesniegusi uz faktiem balstītus pierādījumus, ka patēriņa preču mazumtirdzniecības veikali kā enkurnomnieki tirdzniecības centros nav ierasta prakse un ka patērētāji, ievērojot esošo pieredzi, apmeklējot iepirkšanās centrus, nesagaida, ka tajos būs arī ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikals.

Patērētāju plūsmu uz iepirkšanās centrā esošu ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikalu nodrošina arī pārējie šā centra veikali un tajā pieejamās izklaides iespējas. Pat ja kādu laiku neviens ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikals iepirkšanās centrā nav darbojies, šie aktīvi nezaudē savu stratēģisko svarīgumu. Turklāt jau šobrīd Rimi atrodas septiņos no desmit iepirkšanās centriem jeb stratēģiski nozīmīgās vietās, kas veido gandrīz pusi no tās kopējā apgrozījuma konkrētajā tirgū. Tādējādi šajā tirgus segmentā Rimi arī saglabājusi līderpozīcijas ar tirgus daļu ap 70–80 %, kamēr konkurentu tirgus daļas ir ievērojami zemākas.

[4.2] Padome izskatāmajā lietā vērtēja, kuri veikali platības un sortimenta ziņā potenciāli būtu uzskatāmi par aizvietotājiem un attiecīgi iekļaujamiem lietā identificētajā konkrētajā tirgū, jo apvienošanās dalībnieku saimnieciskā darbība pārklājas, tieši darbojoties plaša sortimenta ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikalos. Nav arī šķēršļu, kas liegtu izmantot Eiropas Komisijas vai citu valstu pieredzi kā vadlīnijas ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikalu segmentācijā, nosakot kritērijus, kas būtu ņemami vērā, definējot konkrēto tirgu.

[4.3] Padomes veiktais citu valstu un Eiropas Komisijas prakses izvērtējums liecina, ka veikalu platība ir viens no vērā ņemamiem kritērijiem, identificējot savstarpēji aizvietojamus veikalus, kas iekļaujami konkrētajā tirgū. Par minēto liecināja arī Plesko un /nosaukums A/ nomas līgumā ietvertie nosacījumi.

Viena veikala aizvēršana un cita veikala atvēršana tajā pašā vietā, kas nav saistīta ar pieprasījuma izmaiņām lokālā tirgū, ir nozīmīgs informācijas avots, analizējot cilvēku plūsmas un līdz ar to – veikalu savstarpējo aizvietojamību. Vērtējot patērētāju plūsmu no praksē faktiski novērojama *exit-entry event* (aizvēršanās-atvēršanās notikums) gadījuma ir secināms, ka patērētāji neuzskata visus ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikalus par līdzvērtīgiem aizvietotājiem. Salīdzinot Prisma un Bordo veikalu rādītājus /Tirdzniecības centrs/ ietvaros, ir secināms, ka jaunatvērtais veikals Bordo spējis vien 5–10 % apmērā aizvietot Prisma plaša sortimenta veikalu. Šajā veikalā dienā tiek veikti aptuveni piecas reizes mazāk pirkumu nekā iepriekšējā Prisma plaša sortimenta veikalā.

Nemot vērā ievērojamo aizvietošanas asimetriju starp veikaliem Prisma un Bordo, padome papildus ieguva informāciju arī par tādiem patērētājiem svarīgiem faktoriem, izvēloties veikalu, kurā iepirkties, kā sortimentu un tā tālāku segmentāciju – svaigās pārtikas stendu pieejamību dažādu formātu veikalos, kas attiecīgi tika izdalīta trīs grupās atkarībā no veikalu tirdzniecības platības. Padome informācijas pieprasījumos lūdza sniegt objektīvu informāciju par šo veikalu platību, piedāvāto sortimenta vienību skaitu mēnesī, kā arī tālāku segmentāciju sortimentā veikalos, kas analizēta un ņemta vērā, definējot konkrēto preces tirgu lietas ietvaros. Pārējie jautājumi bija vien indikatīvi, lai uzzinātu Rimi konkurentu viedokli par konkurences apstākļiem ikdienas patēriņa mazumtirdzniecības tirgū. Iegūtie viedokļi apkopotā veidā liecina par tirgus

tendencēm – mazo veikalu un plaša sortimenta veikalu ierobežoto savstarpējo aizvietojamību.

Tādējādi konkrētais preces tirgus ir noteikts pamatoti. Vidējā iepirkuma groza apjomu kādā vienā valstī nav iespējams izmantot, vērtējot dažādu formātu veikalu aizstājamību citā valstī, ņemot vērā atšķirīgos valstu teritoriālos lielumus, iedzīvotāju blīvumu, ienākumu līmeni, atšķirības iepirkšanās paradumos un citas katrai valstij specifiskās iezīmes. Vidējā iepirkuma groza apjomu var salīdzināt vienas valsts ietvaros vai pat šaurāku ģeogrāfisko teritoriju ietvaros, lai izdarītu secinājumus par dažādu formātu veikalu savstarpējo aizvietojamību identificētā ģeogrāfiskā teritorijā. Attiecīgi vidējā iepirkuma groza apjoms dažādās valstīs pamatoti netika izmantots kā kritērijs konkrētā tirgus noteikšanai lietas ietvaros.

Attiecībā uz konkrēto ģeogrāfisko tirgu, lai izvairītos no formālas pieejas, definējot konkrēto ģeogrāfisko tirgu, un pārliecinātos par iegūto rezultātu korektumu, papildus lojalitātes karšu datu analīzei padome veica arī dažāda laika intervāla (10, 12., 13., 15., 20 minūšu robežās) brauciena izohronu konstruēšanu ap /Tirdzniecības centrs/, tādējādi identificējot teritorijas, kur notiek visplašākā pārkļāšanās starp izohronu un lojalitātes karšu datiem. Minētais veikts, lai izvairītos no nepilnībām, kuras var radīt vienīgi pasta indeksu izmantošana (piemēram, ja tikai daļa no administratīvi iezīmētās teritorijas faktiski ir apdzīvota), kā arī šādu datu nespēju aptvert piekļuves punktus konkrētam veikalam (nav ņemti vērā ceļi, to veidi un ierobežojumi (piemēram, tilti, upes, dzelzceļi u.tml.)).

Lai precīzi identificētu lietas ietvaros konkrētajā tirgū iekļaujamos veikalus, padome konstruēja aptveršanas zonas katram no tiem, lai noteiktu vietas, kur notiek būtiskākās klientu pārkļāšanās. Ja tika secināts, ka konkrētā veikala aptveršanas zona daļēji pārkļājas (veikals atrodas ārpus /Tirdzniecības centrs/ aptveršanas zonas), tika veikta katra veikala atsevišķs novērtējums, ņemot vērā papildu faktorus, tajā skaitā pārkļāšanās intensitāti (vai pārkļāšanās novērojama apdzīvotās/neapdzīvotās teritorijās), pārkļājumu ar Prisma lojalitātes karšu teritorijām, veikala attālumu no pārkļājuma zonām, patērētāju piekļūšanas iespējas, apdzīvotību, u.tml.

Tādējādi padomes izvēlētie tirgus definēšanas kritēriji ir izvēlēti objektīvi un nav noveduši pie nepamatotiem secinājumiem.

[4.4] Faktori, kas ietekmē patērētāju pārorientēšanās iespējas un motivāciju (tajā skaitā pieteicējas attīstītais un atpazīstamais zīmols, lojalitātes karšu sistēma, pašapkalpošanās kases un pašzīmola preces) kopsakarā ar augsto tirgus koncentrāciju konkrētajā tirgū, pieteicējas augstajām tirgus daļām tajā, kā arī ievērojamāki zemākām konkurentu tirgus daļām, liecina par Rimi būtiskām konkurences priekšrocībām un tirgus varu lietā identificētajā ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū, salīdzinot ar tās konkurentiem.

Tiesību iegūšana, izmantot stratēģiski nozīmīgu vietu (aktīvus), ir viens no galvenajiem faktoriem, kas ietekmē konkrētā ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikala konkurētspēju. Šādu vietu ierobežotā pieejamība un pakāpeniska nonākšana pieteicējas ilgtermiņa lietošanā liedz citiem tirgus dalībniekiem šo aktīvu izmantošanu un attiecīgi arī ierobežo attīstības iespējas šajā segmentā. Iepirkšanās centri ir stratēģiski nozīmīga vieta tirgus dalībniekiem, kas darbojas ikdienas preču mazumtirdzniecības tirgū, jo patērētāji, ievērojot to pieredzi, visticamāk, apvienos iepirkšanās centra apmeklējumu ar iepirkšanos ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikalā. Apvienošanās darījuma īstenošanas gadījumā tiktu liegta iespēja citiem tirgus dalībniekiem, kas neizdara efektīvu konkurences spiedienu uz Rimi lietas ietvaros identificētajā konkrētajā tirgū, iegūt tiesības izmantot stratēģiski nozīmīgu vietu.

Elvi, Beta, Top, Mego, Prisma, SKY un Stockmann tīkliem nav tādu konkurences priekšrocību, lai tie konkrētajā tirgū spētu izdarīt līdzvērtīgu konkurences spiedienu uz pieteicēju, piedāvājot līdzvērtīgu alternatīvu patērētājam. Lai gan Maxima ir uzskatāms par tuvāko Rimi konkurentu, tomēr ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū kopumā tās tirgus daļa lietā identificētajā konkrētajā tirgū ir ievērojami zemāka. Maxima rīcībā nav aktīvu iepirkšanās centros, kas ierobežo tās spēju efektīvi konkurēt konkrētajā tirgū.

Apvienošanās darījuma īstenošanas gadījumā Rimi palielinās savu tirgus varu un vadošo stāvokli gan iepirkšanās centru segmentā, gan lietas ietvaros identificētajā ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū kopumā, samazinot konkurentu iespējas izdarīt efektīvu konkurences spiedienu. Turklāt Rimi un tā tuvākā konkurenta Maxima pozīcijas augšupējā iepirkumu tirgū nelīdzsvaros apvienošanās negatīvās sekas konkurencei lēmumā identificētajā lejupējā ikdienas patēriņa mazumtirdzniecības tirgū.

[4.5] Plesko jau kopš 2017.gada 6.decembra bija zināmi padomes konstatētie fakti, izdarītie apsvērumi un ar to saistītās bažas apvienošanās darījuma īstenošanas gadījumā. Tādējādi nav pamatots Plesko apgalvojums, ka tā par padomes bažām uzzināja pēkšņi un 2016.gada 31.decembrī bija spiesta vērtēt aktīvu atsavināšanas iespēju. Plesko pēc padomes paziņojuma saņemšanas 2016.gada 6.decembrī bija iespēja vairāk kā mēnesi aktīvi komunicēt ar padomi par saistošo noteikumu iespējām.

Nav pamatota Plesko norāde, ka padome nav vērtējusi lietderības apsvērumus un nav pamatojusi, kāpēc Plesko piedāvātie saistošie noteikumi nenovērs padomes konstatētās sekas. Pamatojums padomes bažām, īstenojot apvienošanās darījumu, sākotnēji tika ietverts tās paziņojumā un pēc tam padomes apsvērumi atspoguļoti arī lēmumā, tostarp sniegts koncentrēts apsvērumu apkopojums secinājumu formā arī saistībā ar pieteicējas piedāvāto saistošo noteikumu. Vēl jo vairāk, padome gan 2016.gada 23.decembra tikšanās laikā klātienē skaidroja Plesko, gan 2016.gada 30.decembra vēstulē norādīja, kāda veida saistošo noteikumu piemērošana varētu novērst paziņojumā konstatētās bažas.

[5] Ar Administratīvās apgabaltiesas tiesneses lēmumu Plesko pieteikums par Rimi lēmuma atcelšanu un Plesko un Rimi pieteikums par Maxima lēmuma atcelšanu tika apvienots vienā tiesvedībā.

[6] Ar Administratīvās apgabaltiesas 2018.gada 10.jūlija spriedumu Rimi lēmums atzīts par prettiesisku, pieteikums

par Maxima lēmumu noraidīts.

Par Administratīvās apgabaltiesas 2018.gada 10.jūlija spriedumu daļā par Rimi lēmuma atzīšanu par prettiesisku padome iesniedza kasācijas sūdzību.

Ar Senāta 2021.gada 23.augusta spriedumu Administratīvās apgabaltiesas 2018.gada 10.jūlija spriedums atcelts daļā par Rimi lēmuma atzīšanu par prettiesisku un lieta šajā daļā nosūtīta jaunai izskatīšanai Administratīvajai apgabaltiesai.

[7] Padome papildu paskaidrojumā norāda turpmāk minēto.

[7.1] Ekonomiskajā realitātē aktīvi ticami saglabā savu spēju piesaistīt iepriekšējā nomnieka tirgus daļu pat vēl trīs gadus pēc to izmantošanas pārtraukšanas, savukārt pieci gadi ir sliekšnis, pēc kura ticamas prognozes par ietekmi uz konkurenci vairs nav iespējams sniegt. Viena gada pārtraukums aktīvu lietošanā ir uzskatāms par īslaicīgu un ir kļūdaini uzskatīt, ka pēc šāda pārtraukuma tirdzniecības telpām, kas atrodas multifunkcionālā iepirkšanās centrā, vairs nav ekonomiskās spējas piesaistīt iepriekšējā nomnieka tirgus daļu. Konkrētajā lietā apgalvojums, ka jau pirmajā dienā pēc šī termiņa iestāšanās pagaistu aktīvu spējas piesaistīt pircēju plūsmu un attiecīgi iepriekšējā nomnieka tirgu daļu, nav pamatots ne ar konkrētās lietas materiāliem, ne ekonomisko kontekstu, kurā tiek vērtēta paziņotā apvienošanās.

Tā kā Rimi tirdzniecības vietas atvēršana joprojām notiktu laikā, kad ir iespējams ticami prognozēt aktīvu izmantošanas ietekmi uz konkurenci, padome pamatoti noraidīja pieteicējas piedāvātos saistošos noteikumus, kas bija vērsti tikai uz termiņa atlikšanu īsi pēc gada termiņa iestāšanās, nevis uz negatīvo seku novēršanu.

[7.2] Senāts atzina, ka apvienošanās konstatēšanā var tikt vērtēta virkne apstākļu, un šie apstākļi katrā individuālā gadījumā var būt ļoti atšķirīgi, nevis, ka Eiropas Savienības regulējums un prakse ir saistoša un piemērojama Latvijā. Padome ir norādījusi uz apstākļiem, kas liecina par attiecīgo tirdzniecības telpu kā aktīvu īpatnībām, jo īpaši Latvijas apstākļos. Latvijā ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus ir augsti koncentrēts, tāpēc likumdevējs ir paredzējis sevišķu regulējumu, lai novērstu konkurences kropļojumus šajā tirgū. Attiecīgi apgabaltiesai, no jauna izskatot lietu, ir jāņem vērā, ka katrs apvienošanās darījums ir vērtējams atsevišķi un vērtējums ir atkarīgs no konkrētās situācijas.

[8] Administratīvā apgabaltiesa lietas izskatīšanu uzsāka tiesas sēdē, Plesko pārstāves tiesas sēdē uzturēja pieteikumu par Rimi lēmuma atzīšanu par prettiesisku, bet padomes pārstāvji šo pieteikumu neatzina. Administratīvā apgabaltiesa lietas izskatīšanu pabeidza rakstveida procesā.

Motīvu daļa

[9] Ar Senāta 2021.gada 23.augusta spriedumu Administratīvās apgabaltiesas 2018.gada 10.jūlija spriedums ir atcelts daļā par Rimi lēmuma atzīšanu par prettiesisku, attiecīgi Administratīvajai apgabaltiesai lieta pēc būtības ir jāizskata šajā daļā. Plesko pieteikumā tiesai ir lūgusi Rimi lēmumu atcelt, jo Plesko mērķis bija panākt tai labvēlīga administratīvā akta izdošanu. Taču Plesko labvēlīga administratīvā akta izdošana pašlaik nav iespējama, jo /Tirdzniecības centrs/ telpas jau ir iznomātas Maxima, tāpēc Plesko pieteikums ir izskatāms kā pieteikums par Rimi lēmuma atzīšanu par prettiesisku.

Pārbaudījusi un izvērtējusi lietas materiālus, Administratīvā apgabaltiesa secina, ka pieteikums daļā, kurā lietu no jauna izskata Administratīvā apgabaltiesa, ir nepamatots un noraidāms.

[10] Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punkts noteic, ka tirgus dalībnieku apvienošanās citstarp ir tāds stāvoklis, kad viens tirgus dalībnieks iegūst daļu vai visus cita tirgus dalībnieka aktīvus vai tiesības tos izmantot. Aktīvu vai to izmantošanas tiesību iegūšanu uzskata par apvienošanos, ja aktīvu vai to izmantošanas tiesību iegūšana palielina minēto aktīvu un tiesību ieguvēju tirgus daļu jebkurā konkrētajā tirgū.

Senāts 2021.gada 23.augusta spriedumā izskatāmajā lietā ir norādījis, ka apvienošanās ir tikai tad, ja var paredzēt, ka tiks piesaistīta iepriekšējā aktīvu izmantotāja tirgus daļa, pretējā gadījumā tas pašos pamatos neatbilstu apvienošanās definīcijai un piešķirtu padomei kompetenci kontrolēt jebkuru jaunu nozīmīgu aktīvu iegūšanu. Par apvienošanās rezultātā palielināto tirgus daļu var runāt tikai tiktāl, ciktāl aktīvu iegūšana var pārnest uz ieguvēju tirgus daļu, kas bija saistīta ar iepriekšējo aktīvu izmantotāju. Tomēr tas nenozīmē tieši konkrētu klientu pārmantošanu. Nav pamata domāt, ka aktīvu saistībai ar tirgus daļas palielināšanos būtu nepieciešams konstatēt, ka tirgus daļa tiks palielināta ar to, ka tirdzniecības vietu apmeklēs tieši agrākā tirdzniecības telpu izmantotāja klienti (tirgus daļa vienādotā ar tiem pašiem klientiem). Tirgus daļa ir abstrakts ekonomisks lielums, proti, tirgus dalībnieka piedāvāto preču daļa konkrētajā tirgū attiecībā pret visu šajā tirgū piedāvāto preču apjomu (Konkurences likuma 1.panta 10.punkts), kas nav vienādojama ar to, ka tas ir preču apjoms, ko iegādājas vieni un tie paši pircēji, vai, vēl jo vairāk, ka tirgus daļa ir paši šie pircēji. Ja tieši aktīvu iegūšana ir tas, kas ļauj pietiekami droši paredzēt iespēju iegūt līdzīgu (iepriekš konkrētajā tirgū jau pastāvējušu un ar šiem aktīviem saistītu) tirgus daļu, tad tas atbilst Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punktā minētajam apvienošanās veidam (*sk. minētā sprieduma 12.punktu*).

Plesko konkrētajā gadījumā bija noslēgusi nomas līgumu par telpām, kas iepriekš ilgstoši (gandrīz 10 gadus) bija izmantotas kā plaša sortimenta ikdienas patēriņa preču veikals un kas atrodas multifunkcionālā iepirkšanās centrā. Pēc nomas līguma noslēgšanas Plesko vēlējās turpmāk izmantot šīs telpas tādā pašā mērķī. Ņemot vērā minēto, ir pamats uzskatīt, ka Plesko apvienošanās, kur Plesko iegūtu izmantošanas (nomas) tiesības uz mazumtirdzniecības telpām /Tirdzniecības centrs/, un par ko 2016.gada 29.augustā padomē tika iesniegts Plesko paziņojums, bija uzskatāma par apvienošanos Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punkta izpratnē, vienam tirgus dalībniekam iegūstot cita tirgus

dalībnieka aktīvu daļu.

Līdz ar to tiesai ir jāvērtē, vai padome pamatoti aizliedza minēto apvienošanos.

[11] Saskaņā ar Konkurences likuma 16.panta trešo daļu padome ar lēmumu aizliedz apvienošanos, kuras rezultātā rodas vai nostiprinās dominējošais stāvoklis vai var tikt būtiski samazināta konkurence jebkurā konkrētajā tirgū. Konkurences padome ir tiesīga atļaut šādu apvienošanos, nosakot tirgus dalībniekam saistošus noteikumus, kuri novērš apvienošanās negatīvās sekas attiecībā uz konkurenci. Šā panta ceturtā daļa noteic, ja paziņotā tirgus dalībnieku apvienošanās neizraisa panta trešajā daļā minētās sekas, padome pieņem lēmumu, ar kuru atļauj apvienošanos.

Atbilstoši šim regulējumam padomei bija jāizvērtē, kādas sekas konkurencei rada Plesko paziņotā apvienošanās.

[12] Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumu Nr.800 „Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos” 2.punkts noteic, ka šo noteikumu izpratnē ietekmētais tirgus ir:

2.1. konkrētais tirgus, kurā darbojas apvienošanās iesaistītie tirgus dalībnieki;

2.2. ar konkrēto tirgu, kurā darbojas viens no apvienošanās iesaistītiem tirgus dalībniekiem, vertikāli saistīts tirgus, kurā darbojas cits apvienošanās iesaistīts tirgus dalībnieks.

Konkrences likuma 1.panta 4.punkts noteic, ka *konkrētais tirgus* ir konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu. Saskaņā ar šā panta 5.punktu *konkrētās preces tirgus* ir noteiktas preces tirgus, kurā ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt ar šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības. Saskaņā ar šā panta 3.punktu *konkrētais ģeogrāfiskais tirgus* ir ģeogrāfiskā teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem.

Padome konstatēja, ka apvienošanās rezultātā var tikt ietekmēts tirdzniecības telpu iznomāšanas tirgus, ikdienas patēriņa preču iepirkuma tirgus un ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus. Pirmos divus no minētajiem tirgiem padome padziļināti nevērtēja. Attiecībā uz iepirkumu tirgu padome secināja, ka tā iepriekš ikdienas patēriņa preču iepirkuma tirgus ģeogrāfiskās robežas ir noteikusi kā Latvijas teritoriju, taču Rimi un Prisma darbojas trīs Baltijas valstīs, un vairāki iegādātāji veic piegādes Baltijas valstīs, tāpēc iepirkuma tirgus robežas varētu noteikt plašāk par Latvijas teritoriju. Administratīvā apgabaltiesa piekrīt padomes atzītajam, ka konkrētās apvienošanās galvenā ietekme ir konstatējama lietā šaurākā ģeogrāfiskajā teritorijā tieši lokālā līmenī, tāpēc padome pamatoti konkrētajā gadījumā vērtēja ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus. Pirms 2016.gada 14.jūlija nomas līguma noslēgšanas Prisma /Tirdzniecības centrs/ telpās nodarbojās ar ikdienas preču mazumtirdzniecību un bija paredzēts, ka arī pēc paziņotās apvienošanās ar to nomātajās telpās nodarbošies Rimi.

[13] Vērtējot konkrētās preces tirgu, padome konstatēja, ka ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū esošo dažāda lieluma veikalu savstarpējā aizvietojamība nav līdzvērtīga, tādēļ ir būtiski noteikt dažādu veikalu formātu savstarpējo aizvietojamību. Padome konstatēja, ka Nīderlandes, Francijas un Beļģijas, ASV konkurences iestāžu praksē veikalu aizvietojamība ir vērtēta pēc to platības, par mazākiem un savstarpēji aizvietojamiem uzskatot veikalus ar 400 m²–500 m² platību. Padome ņēma vērā arī Eiropas Komisijas 2004.gadā pieņemtajā lēmumā norādīto, ka dažādu segmentu veikalu aizvietojamība ir jāvērtē katrā gadījumā atsevišķi, ņemot vērā veikalus raksturojošos elementus, piekļuves iespēju un citus specifiskus apstākļus, un ka Baltijas valstīs patērētāji arvien biežāk izvēlas iepirkties plaša sortimenta veikalos.

Ņemot vērā minēto praksi, Administratīvā apgabaltiesa uzskata par pamatotu padomes secinājumu, ka konkrētajā preces tirgū izskatāmās lietas ietvaros ir jāiekļauj tikai tie ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikali, kurus patērētāji visticamāk uzskatītu par līdzvērtīgiem un aizvietojamiem, proti, par aizvietojamiem var tikt atzīti līdzīgas platības veikali vai veikali ar līdzvērtīgu sortimentu, kas patērētājam ir viegli sasniedzami.

Plesko norāda, ka padomes izvēlētie kritēriji ir patvaļīgi, jo nav saskatāms racionāls pamatojums par robežšķirtni veikalu aizvietojamībai noteikt tieši 600 m² platību vai 6000 sortimenta vienības.

Izvērtējot šo Plesko argumentu, Administratīvā apgabaltiesa konstatē, ka 600 m² platības kritēriju padome ir izvēlējusies, ņemot vērā tirgus dalībnieku sniegto informāciju par 108 dažādu formātu veikaliem Rīgā (sk. Rimi lēmuma tabulu Nr.1). No šajā tabulā norādītā izriet, ka Rīgā ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikalos ar platību līdz 600 m² sortiments ir gandrīz divas reizes mazāks, nekā par šo platību lielākos veikalos, bet veikalos ar platību virs 1000 m² tas ir vēl ievērojami lielāks. Padome ir ņēmusi vērā arī tirgus dalībnieku sniegto informāciju par 58 dažādu formātu veikaliem attiecībā uz to piedāvāto svaigo pārtiku (sk. Rimi lēmuma tabulu Nr.2). No šajā tabulā norādītā izriet, ka no mazumtirdzniecības veikaliem ar platību līdz 600 m² dažāda veida svaigu pārtiku piedāvā 5–40 % veikalu, no mazumtirdzniecības veikaliem ar platību virs 600 m² tāda paša veida svaigo pārtiku piedāvā jau 70–100 % veikalu, bet no mazumtirdzniecības veikaliem ar platību virs 1000 m² tāda paša veida svaigo pārtiku piedāvā 90–100 % minēto veikalu.

Padomes secinājums par veikalu piedāvātās svaigās produkcijas nozīmīgumu nav balstīts tikai uz 2016.gada pētījumu par patērētājiem ASV, kā to apgalvo pieteicēja. Padome ir pieprasījusi informāciju no tirgus dalībniekiem, kas darbojas ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgos, lūdzot sniegt informāciju par šo veikalu platību, piedāvāto sortimenta vienību skaitu mēnesī, kā arī tālāku segmentāciju sortimentā (svaigās pārtikas stenda esību šajos veikalos). Saņemto informāciju padome ņēma vērā, nosakot šajā lietā konkrēto preces tirgu.

Administratīvā apgabaltiesa uzskata, ka padomes uzdotie jautājumi tirgus dalībniekiem (sk., piemēram, padomes 2016.gada 9.septembra informācijas pieprasījumu Nr.5-4/1024 SIA „Save!”) par to, kurus tirgus dalībniekus tie uzskata par konkurentiem ikdienas patēriņa preču iepirkuma tirgū un ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū, par to, cik sarežģīti ir ienākt šajos tirgos, kā tie vērtē hipermarketu un mazo veikalu savstarpējo aizvietojamību, ir skaidri saprotami un ir formulēti tā, lai padome no tirgus dalībniekiem iegūtu informāciju par to, kā viņi vērtē konkurences apstākļus.

Padome ir ņēmusi vērā /Tirdzniecības centrs/ ģipšnieka paskaidroto, ka kopš Prisma veikala aizvēršanas ir novērots /Tirdzniecības centrs/ apmeklētāju skaita samazinājums un citi /Tirdzniecības centrs/ nomnieki ir izteikuši neapmierinātību par plaša sortimenta veikala neesību.

Padome noskaidroja, ka pēc Aibe veikala atvēršanas 2016.gada 18.augustā, kad pārtikas preču tirdzniecība notika aptuveni 600 m² platībā un tika piedāvāts mazāk par 6000 sortimenta vienībām mēnesī, salīdzinot Prisma un Aibe veikalu apgrozījumu aptuveni trīs mēnešu periodā, ir konstatējams, ka Aibe veikals spēj aizvietot Prisma veikalu tikai 5–10 % apmērā, turklāt Aibe veikalā tika veikts aptuveni piecas reizes mazāk pirkumu nekā iepriekš Prisma veikalā. Tātad padomes vērtējums ir balstīts ne tikai uz teorētiskiem pieņēmumiem un aprēķiniem, bet arī uz novērojumiem par patērētāju reakciju uz konkrētām tirgus izmaiņām situācijā, kad /Tirdzniecības centrs/ darbojas veikals 600 m² platībā ar sortimentu, kas ir mazāks par 6000 sortimenta vienībām.

Padome ņēma vērā arī ar Plesko noslēgtā /Tirdzniecības centrs/ nomas līguma nosacījumus, no kuriem izriet, ka mazajiem veikaliem ir ierobežotas iespējas izdarīt efektīvu konkurences spiedienu uz plaša sortimenta veikaliem.

Ņemot vērā minētos padomes apsvērumus un vērtējumu, Administratīvā apgabaltiesa uzskata, ka padomes izvēlētie kritēriji veikalu iekļaušanai konkrētās preces tirgū (plaša sortimenta ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikali, kuru tirdzniecības telpas platība ir virs 600 m² vai kas spēj nodrošināt vismaz 6000 sortimenta vienības mēnesī) ir pamatoti, tie ir noteikti, ņemot vērā izskatāmajā lietā konstatētos apstākļus par korelāciju starp veikalu platību un preču sortimentu, padome ir ņēmusi vērā arī tirgus dalībnieku viedokļus.

[14] Pieteicēja norāda, ka vidējais iepirkuma grozs Latvijā ir mazāks, nekā citās valstīs, un tas padomei bija jāņem vērā, nosakot konkrēto tirgu.

Administratīvā apgabaltiesa tam nepiekrīt. Vidējā iepirkuma groza lielumu var ietekmēt ļoti atšķirīgi, tikai katrai konkrētajai valstij raksturīgi faktori, piemēram atšķirīgs ienākumu līmenis, atšķirīgi iepirkšanās paradumi. Padome ir atsaukusies uz citu valstu praksi, kurā veikalu platība ņemta vērā kā kritērijs veikalu savstarpējās aizvietojamības vērtējumā, taču padome nav tieši piemērojusi citu valstu izmantotos kvantitatīvos rādītājus, bet gan ņēmusi vērā konkrētās lietas apstākļus. Administratīvā apgabaltiesa uzskata, ka padomes izvēlētie kritēriji ir objektīvi un tie nebija koriģējami vai maināmi tikai tāpēc, ka Latvijā, iespējams, ir zemāka patērētāju pirktspēja, nekā kādā citā valstī.

[15] Pieteicēja, atsaucoties uz /pers. A/ viedokli, norāda, ka konkrētās preces tirgus bija paplašināms, jo saskaņā ar Rimi pirkumu analīzi konkrētā tirgus ietvaros 43 % pircēju grozu satur līdz trim precēm un 35 % čeku ir par summu līdz 3 euro, tātad ievērojams pircēju skaits Rimi plaša sortimenta veikalus izvēlas papildinošo pirkumu veikšanai, bet par šiem pirkumiem Rimi veikali konkurē ar plašu veikalu skaitu.

Administratīvā apgabaltiesa secina, ka no šiem pieteicējas norādītajiem apstākļiem izriet tikai tas, ka lielākie veikali, tostarp Rimi, var tikt izmantoti un tiek izmantoti mazu, papildinošu pirkumu veikšanai. Taču no minētā nevar secināt pretējo, proti, ka mazākie veikali spēj efektīvi aizstāt lielākus veikalus, kur ir ievērojami plašāks preču sortiments. Padomes konstatētais par dažādas platības veikalu piedāvāto sortimentu liecina, ka pēc Padomes identificētajiem kritērijiem nodalītie mazākie un lielākie veikali ir stipri atšķirīgi, līdz ar to Padome pamatoti norāda, ka tirgus ir diferencēts un asimetrisks. Ņemot vērā minēto, padome pareizi noteica, kādi veikali atbilstoši Latvijas situācijai un konkrētās lietas apstākļiem izskatāmajā lietā ir uzskatāmi par savstarpēji aizvietojamiem.

Administratīvā apgabaltiesa piekrīt padomes norādītajam, ka /pers. A/ norādītie dati nav izmantojami visaptverošu secinājumu izdarīšanai par Latvijas patērētāju paradumiem, jo šie dati attiecas uz īsu laika periodu – tikai trīs nedēļām 2015.gada jūlijā. Līdz ar to /pers. A/ aprēķins par vidējo pirkuma groza apmēru lietā nav izmantojams.

Pieteicēja atsaucas arī uz /pers. A/ secinājumiem, kas izdarīti no viņa analizētajiem Rimi klienta karšu datiem. Attiecībā uz šo datu izmantošanu norādāms, ka jau lietas izskatīšanas laikā Plesko atsaucās uz saviem secinājumiem par Rimi lojalitātes karšu datiem, taču Plesko padomei lietas izskatīšanas laikā nesniedza informāciju par Rimi lojalitātes karšu datu apkopošanas iespējām, tā nenorādīja metodoloģiju šo datu apkopošanai un izmantošanai, kā arī neiesniedza šo datu apkopojumu. Tā kā minētā informācija netika sniegta un padomei šos datus nebija iespējams pārbaudīt, apgabaltiesa pieteicējas argumentus, kas balstīti uz nepārbaudītiem datiem, uzskata par nepamatotiem. Pieteicēja nav rīkojusies godprātīgi, iesniedzot padomei informāciju par datiem, bet tajā pašā laikā nedodot iespēju padomei šos datus pārbaudīt un izvērtēt.

[16] Izvērtējot konkrēto ģeogrāfisko tirgu, padome konstatēja, ka 13 minūšu brauciena izohrons veido /Tirdzniecības centrs/ ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības aptveršanas zonu un šī zona izskatāmajā lietā ir nosakāma kā konkrētais ģeogrāfiskais tirgus. Attiecīgi padome izohrona kritēriju iekļāva konkrētā tirgus novērtējumā un, balstoties uz to, secināja, ka konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū ir iekļaujami 10 multifunkcionālie iepirkšanās centri.

Padome izohrona aprēķinu ir veikusi, par patērētāju transportlīdzekļu vidējo braukšanas ātrumu pieņemot 50 km/h. Pieteicēja norāda, ka šāda izvēle nav pamatota un nav saprotams, kā būtu jāanalizē ģeogrāfiskais tirgus paaugstinātas

automašīnu braukšanas intensitātes apstākļos. Var piekrist pieteicējai, ka pārvietošanās ātrumu ietekmē satiksmes intensitāte atšķirīgos diennakts laikos, piemēram, darba dienas beigās satiksme bieži ir lēnāka, bet vēlākās vakara stundās tā vairs nav tik lēna. Taču jāņem vērā, ka izohrona aprēķinā nav iespējams precīzi atspoguļot ikvienu satiksmes intensitātes izmaiņu, jo šāds aprēķins tiek veikts uz saprātīgu pieņēmumu pamata. Administratīvā apgabaltiesa padomes pieņēmumu par patērētāju pārvietošanās vidējo ātrumu 50 km/h uzskata par saprātīgu.

Administratīvā apgabaltiesa uzskata, ka padomes veiktais konkrētā ģeogrāfiskā tirgus vērtējums ir pamatots un objektīvs, jo, izvērtējot multifunkcionālajos centros esošos ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības veikalus, padome ir izmantojusi Prisma lojalitātes karšu datus (pasta indeksus) par pēdējiem četriem gadiem. Padome ir arī konstruējusi dažāda laika intervāla izohronus (10,12,13,15 un 20 minūtes), lai identificētu teritorijas, kur izohrons visplašāk pārklājas ar lojalitātes karšu datiem un konstatētu iespējamās nepilnības (piemēram, tādus ierobežojumus kā dzelzeļš vai upe). Tikai pēc šo datu pārbaudes un salīdzināšanas tika konstatēts, ka 13 minūšu brauciena izohrons vispareizāk atspoguļo identificēto teritoriju.

Pēc konkrētā ģeogrāfiskā tirgus noteikšanas padome noteica tirgus dalībnieku veikalu aptveršanas zonas un veica konkrētā tirgus korekcijas, ņemot vērā konkrēto veikalu atrašanās vietu (zonu daļēju pārklāšanos). Tātad Padome ir pārbaudījusi konkrētu veikalu aptveršanas zonas. Gadījumos, kad tika secināts, ka veikals atrodas ārpus /Tirdzniecības centrs/ aptveršanas zonas vai relatīvi tuvu tā robežai, padome atsevišķi vērtēja, vai šis konkrētais veikals spēj izdarīt ticamu konkurences spiedienu un vai tas ir iekļaujams lietā indentificētajā konkrētajā tirgū.

Ārpus multifunkcionālajiem iepirkšanās centriem esošu veikalu ar platību virs 600 m² un vismaz 6000 sortimenta vienībām aptveršanas zonas tika noteiktas kā mazāks – septiņu minūšu brauciena izohrons, ņemot vērā ka šis izohrons aptver nozīmīgāko daļu no Prisma lojalitātes karšu aptvertās teritorijas. Kopumā konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū tika iekļautas 62 tirdzniecības vietas, kas citastarp atrodas arī multifunkcionālajos iepirkšanās centros.

Pieteicēja atsaucas uz /pers. A/ veikto izvērtējumu un norāda, ka no izohrona būtu izslēdzami vairāki veikali, piemēram Origo centrā esošais Rimi veikals, kur daudz iepērkas personas, kas Rīgas centrā ierodas ar vilcienu, bet dzīvo ārpus Rīgas, kā arī Alfa centrā esošais Rimi veikals, kur mēdz iepirkties personas, kas Rīgā nedzīvo, bet tikai iebrauc no Siguldas puses, lai iepirktos.

Administratīvajai apgabaltiesai nav pamata apšaubīt, ka Rīgas veikalos, tostarp Origo un Alfa centros esošajos veikalos, iepērkas personas, kas nedzīvo Rīgā, taču tas nerada pamatu šo veikalu izslēgšanai no izohrona, jo šie veikali atbilst padomes noteiktajiem kritērijiem. Pieteicējas minētie apstākļi norāda tikai uz to, ka tādi veikali kā Alfa un Origo iepirkšanās centros esošie Rimi veikali aptver par /Tirdzniecības centrs/ plašāku ģeogrāfisko zonu, kas varētu nozīmēt plašāk nosakāmu ģeogrāfisko tirgu, taču tas neatbilst pieteicējas interesēm, lai ģeogrāfiskais tirgus tiktu noteikts pēc iespējas šauri.

[17] Pieteicēja norāda, ka padomes konstatētās HHI izmaiņas ir aprēķinātas nepareizi, padome nepareizi ir noteikusi konkrētos un apvienošanās rezultātā ietekmētos tirgus, nepareizi konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū ir iekļāvuši konkrētus veikalus. Taču pieteicēja nav norādījusi savus apsvērumus, konkrēti pēc kādiem objektīviem kritērijiem tās ieskatā būtu jādefinē tirgus un kuri padomes secinājumi tirgus definējuma izmaiņu rezultātā manītos, kādas būtu šīs izmaiņas.

Izvērtējot paziņotās apvienošanās ietekmi uz konkurenci, padome konstatēja, ka Rimi ir vadošais tirgus dalībnieks un tā tirgus daļa lietā indentificētajā tirgū pirms apvienošanās ir vislielākā, tās nākamā konkurenta Maxima tirgus daļa ir aptuveni divas reizes mazāka. Pieteicējas argumentam, ka apvienošanās rezultātā tā iegūtu mazākas platības telpas, nekā iepriekš izmantoja Prisma, HHI aprēķinā nav nozīmes, jo saskaņā ar tirgus dalībnieku sniegto informāciju un padomes aprēķiniem apvienošanās gadījumā Rimi piesaistītu vismaz tikpat lielu tirgus daļu (pēc apgrozījuma), kā iepriekš piesaistīja Prisma. Turklāt padome ņēma vērā, ka Rimi lēmuma pieņemšanas brīdī Rimi faktiski jau atradās lielākajā daļā stratēģiski nozīmīgo vietu septiņos no desmit multifunkcionālajiem iepirkšanās centriem, kas veidoja gandrīz pusi no pieteicējas kopējā apgrozījuma konkrētajā tirgū. Tātad pieteicējai šajā segmentā jau bija līderpozīcija un apvienošanās īstenošanas gadījumā pieteicējas tirgus daļa pieaugtu vēl vairāk. Šajā tirgus segmentā Rimi bija vadošais tirgus dalībnieks un konkrētā atrašanās vieta Rimi nodrošināja papildu priekšrocības. Iepriekšējos gados līdz Rimi lēmuma pieņemšanai lielajos tirdzniecības centros nomas attiecības ar Rimi nebija pārtrauktas un tai bija izveidojusies stabila tirgus vara.

Pieteicēja norāda, ka lietā nav nozīmes tam, ka Plesko nomātās telpas atrodas multifunkcionālā iepirkšanās centrā. Pieteicēja arī norāda, ka padome secinājumu par multifunkcionālo centru popularitāti ir balstījusi uz 2010.gadā sagatavotu pētījumu, tāpēc šis secinājums ir apšaubāms.

Administratīvā apgabaltiesa uzskata, ka šis pieteicējas arguments ir pretrunīgs, jo pati pieteicēja 2016.gada 17.augusta vēstulē padomei bija ir norādījusi uz multifunkcionālo iepirkšanās centru stratēģisko nozīmi. To bija norādījuši arī vairāki citi vadošie tirgus dalībnieki (sk. Maxima lēmuma 68.un 70.punktu). Turklāt šī secinājuma pamatošanai padome Rimi lēmuma 91.punktā ir atsaukusies ne tikai uz 2010.gadā sagatavoto pētījumu, bet izmantojusi arī vēl citā pētījumā secināto (sk. Rimi lēmuma 60.atsauci uz izmantoto pētījumu).

Padome vērtēja arī patērētāju pārorientēšanās iespēju un motivāciju, pamatoti secinot, ka Rimi zīmols ir viens no atpazīstamākajiem Latvijā, tam ir plašs un izkliedēts veikalu tīkls, un patērgātāji izvēlas iepirkties sev tuvākajā ikdienas patēriņa mazumtirdzniecības preču veikalā, kas liecina par pieraduma dominēšanu pār citiem apsvērumiem. Līdz ar to izkliedētais veikalu tīkls Rimi dod stratēģisku priekšrocību pār konkurentiem.

Pieteicēja iebilst arī pret Austrālijas konkurences iestādes veiktajā pētījumā ietverto secinājumu par ar cenu nesaistītiem konkurences elementiem izmantošanu Rimi lēmuma pamatojumā (Rimi lēmuma 96.–97.punkts). Administratīvā apgabaltiesa

konstatē, ka šie secinājumi nav galvenais arguments, uz ko balstīts padomes vērtējums par patērētāju pārorientēšanās iespējām un motivāciju. Minētā pētījuma secinājumi ir izmantoti tikai kā viens no palīg līdzekļiem padomes argumentācijas pastiprināšanai. Līdz ar to šis pieteicējas iebildums nav pamatots.

Apgabaltiesa uzskata par pamatotiem arī padomes secinājumus par Rimi konkurentu iespēju izdarīt efektīvu konkurences spiedienu, iespējamām barjerām ienākšanai tirgū un darbības paplašināšanai, kā arī par Rimi tirgus varu iepirkumu tirgū.

Līdz ar to padome pamatoti secināja, ka konkrētā apvienošanās ir aizliedzama, jo tā var būtiski samazināt konkurenci lietā identificētajā konkrētajā tirgū.

[18] Pieteicēja vērš uzmanību, ka padomes pārstāvju publiskie skaidrojumi par Rimi lēmumu liek apšaubīt tā patieso motivāciju, jo padomes pārstāvji mutiski ir pauduši atbalstu Maxima, aicinot to „sasparoties”.

Administratīvā apgabaltiesa norāda, ka atbilstoši Administratīvā procesa likuma 250.panta otrajā daļā noteiktajam tiesa, vērtējot administratīvā akta tiesiskumu, spriedumā ņem vērā tikai to pamatojumu, ko iestāde ietvērusi administratīvajā aktā. Ņemot vērā minēto, apgabaltiesai šīs lietas ietvaros nav jāvērtē padomes rīcība, sniedzot skaidrojumu par tās pieņemto lēmumu.

[19] Pieteicēja norāda, ka padome nav pienācīgi apsvērusi tās piedāvāto saistošo noteikumu atlikt Rimi veikala atvēršanu līdz 2017.gada 15.jūnijam.

Senāts 2021.gada 23.augusta spriedumā izskatāmajā lietā ir norādījis, ja iestādes viedoklis par tikai viena veida saistošo noteikumu iespējamību ir atbilstošs iestādes konstatētajiem un norādītajiem faktiem par apvienošanās sekām, no tā jau pats par sevi var izrietēt secinājums, ka iesniedzēja piedāvātie saistošie noteikumi ir acīmredzami nepiemēroti vai nepietiekami iestādes jau norādīto negatīvo seku novēršanai.

Tā kā Administratīvā apgabaltiesa iepriekš atzina, ka padomes secinājumi par apvienošanās rezultātā ietekmētajiem tirgiem un par apvienošanās ietekmi uz konkurenci ir pareizi, par pareizu uzskatāms arī padomes secinājums, ka minētais saistošais noteikums nav piemērojams. Padome pamatoti atzina, ka vienīgais iespējamais saistošais noteikums konkrētajā situācijā būtu pārtraukt tādu Rimi aktīva vai aktīvu izmantošanu saimnieciskajā darbībā, kas būtu uzskatāms par līdzvērtīgu Rimi iegūstamajam aktīvam apvienošanās darījuma ietvaros lietā identificētajā konkrētajā tirgū. No pieteicējas paskaidrotā neizriet, ka tā būtu bijusi gatava nopietni apsvērt padomes 2017.gada 30.decembrī piedāvātā saistošā noteikuma ievērošanu.

[20] Ņemot vērā iepriekš secināto, Administratīvā apgabaltiesa atzīst, ka Rimi lēmums ir tiesisks un pieteikums ir noraidāms kā nepamatots.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 307. un 309.pantu, 329.panta pirmo daļu, Administratīvā apgabaltiesa

nosprieda:

Noraidīt SIA „Plesko Real Estate” pieteikumu par Konkurences padomes 2017.gada 12.janvāra lēmuma Nr.2 (Prot. Nr.3, 2.§) atzīšanu par prettiesisku.

Spriedumu var pārsūdzēt Senāta Administratīvo lietu departamentā viena mēneša laikā no sprieduma sastādīšanas dienas, iesniedzot kasācijas sūdzību Administratīvajā apgabaltiesā.

Tiesnese referente

I.Amona

Tiesnesis

K.Berķis

Tiesnese

V.Zommere