



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

DĖL LEIDIMO VYKDYTI KONCENTRACIJĄ *BALTIC COFFEE HOLDING, SIA* ĮSIGYJANT 100 PROC. UŽDAROSIOS AKCINĖS BENDROVĖS „PARDAVIMO AUTOMATAI“ AKCIJŲ IR PERIMANT VIENVALDĘ ŠIOS BENDROVĖS KONTROLĘ

2018 m. gruodžio 20 d. Nr. 1S-172 (2018)

Vilnius

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba 2018 m. gruodžio 20 d. posėdyje išnagrinėjo klausimą dėl leidimo vykdyti koncentraciją *Baltic Coffee Holding, SIA* (kodas Latvijos įmonių registre 40203047754) (toliau – BCH) įsigyjant 100 proc. uždarnosios akcinės bendrovės „Pardavimo automatai“ (kodas 135502063) (toliau – PA) akcijų ir perimant vienvaldę šios bendrovės kontrolę (toliau – Pranešimas apie koncentraciją).

Konkurencijos taryba n u s t a t ė:

(2) Pranešimas apie koncentraciją Konkurencijos taryboje gautas 2018 m. rugsėjo 10 d.¹ Apie gautą Pranešimą apie koncentraciją buvo paskelbta Konkurencijos tarybos interneto svetainėje 2018 m. rugsėjo 11 d.

(3) Pranešimo apie koncentraciją nagrinėjimas buvo pratęstas Konkurencijos tarybos 2018 m. spalio 4 d. nutarimu Nr. 1S-140² Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 11 straipsnio 2 dalyje numatytam keturių mėnesių laikotarpiui.

(4) 2018 m. rugsėjo 26 d. buvo gautas [KOMERCINĖ PASLAPTIS] raštas, kuriame bendrovė nurodė, kad koncentracija galėtų turėti neigiamą poveikį gėrimų aparatų nuomos bei didmeninės prekybos kava veikloms³.

(5) Nagrinėdama Pranešimą apie koncentraciją ir siekdama gauti reikiamos informacijos Konkurencijos taryba kreipėsi ir gavo paaiškinimus iš koncentracijoje dalyvaujančių ūkio subjektų, taip pat iš ūkio subjektų, užsiimančių vandens ir gėrimų aparatų nuomos ir pardavimo bei karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus veiklomis, ūkio subjektų, įsigyjančių vandens, gėrimų aparatus bei vandens ar gėrimų aparatų nuomos paslaugas, taip pat iš ūkio subjektų, valdančių vietas, kuriose įrengiami karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo aparatai.

1. Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai ir jų vykdoma veikla

(6) Vadovaujantis Konkurencijos tarybos 2015 m. rugpjūčio 11 d. nutarimu Nr. 1S-82/2015 patvirtintos Pranešimo apie koncentraciją pateikimo ir nagrinėjimo tvarkos (toliau – Pranešimo apie koncentraciją tvarka) 12.1. punktu, koncentracijoje dalyvaujančiais ūkio subjektais laikomi BCH bei PA.

(7) Kiekvieno iš koncentracijoje dalyvaujančių ir su jais susijusių ūkio subjektų bendrosios pajamos 2017 m. buvo didesnės nei 2 mln. eurų, o koncentracijoje dalyvaujančių ir su jais susijusių ūkio subjektų suminės bendrosios pajamos 2017 m. buvo didesnės nei 20 mln. eurų.

¹ Bylos 1-3 tomai.

² Bylos 13 tomas, 1 lapas.

³ Bylos 4 tomas, 7-11 lapai.

(8) Kontrolę įgyjantis ūkio subjektas BCH ir su juo susiję ūkio subjektai Lietuvoje vykdo vandens ir gėrimų aparatų pardavimo bei nuomos, karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus, prekybos kava, techninės ir programinės įrangos, naudojamos pardavimo aparatuose, kūrimo veiklas, taip pat atliekų tvarkymo, reklamos, projektavimo, laboratorinės įrangos pardavimo veiklas, kavinių, sporto klubų, šeimos klinikų valdymo, nekilnojamojo turto administravimo, šilumos gamybos, pramoninių pompų nuomos, pastatų inžinerinių sistemų priežiūros veiklas.

(9) Įsigyjamas ūkio subjektas PA Lietuvoje vykdo vandens ir gėrimų aparatų pardavimo bei nuomos, karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus, prekybos kava veiklas.

2. Su koncentracija susijusi koncentracijoje dalyvaujančių ūkio subjektų vykdoma veikla

(10) Su BCH susijusių ūkio subjektų ir PA vykdomos vandens ir gėrimų aparatų pardavimo bei nuomos, karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus, prekybos kava veiklos yra susijusios horizontaliai, o su BCH susijusių ūkio subjektų vykdoma techninės ir programinės įrangos, naudojamos pardavimo aparatuose, kūrimo veikla yra vertikalčiai susijusi su PA vykdoma karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus veikla.

(11) Toliau Nutarime yra aprašomos tik tos koncentracijos dalyvių ir su jais susijusių ūkio subjektų vykdomos veiklos, kurioms, pirminiu vertinimu kilo įtarimų, jog koncentracija galėtų turėti poveikį, t. y. kavos ir gėrimų aparatų nuomos bei karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus veiklos.

Konkurencijos taryba k o n s t a t u o j a:

(12) Konkurencijos įstatymo II skyriaus trečiajame skirsnyje yra įtvirtintos koncentracijų priežiūrą reglamentuojančios teisės normos. Vadovaudamasi šio skirsnio nuostatomis, Konkurencijos taryba duoda leidimą vykdyti koncentraciją pagal pateiktą pranešimą tais atvejais, jeigu nustato, kad po koncentracijos nebus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis ar itin apribota konkurencija atitinkamoje rinkoje.

(13) Atsižvelgiant į tai, jog Konkurencijos įstatymu siekiama Lietuvos Respublikos ir Europos Sąjungos konkurencijos santykius reglamentuojančios teisės suderinimo (Konkurencijos įstatymo 1 straipsnio 3 dalis), vertinant koncentraciją taip pat atsižvelgiama į Europos Sąjungos institucijų praktiką taikant savo tikslais analogiškas teisės normas, tarp jų ir Europos Komisijos Gaires dėl horizontalių susijungimų vertinimo pagal Tarybos reglamentą dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (2004/C 31/03).

3. Atitinkamos rinkos

(14) Nagrinėdama šios koncentracijos įtaką konkurencijai Konkurencijos taryba vertina konkurencijos sąlygas su koncentracija susijusiose atitinkamose rinkose.

(15) Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 1 dalimi, atitinkama rinka – tai tam tikros prekės rinka tam tikroje geografinėje teritorijoje. Pagal Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 3 ir 16 dalis, prekės rinka suprantama kaip visuma prekių, kurios pirkėjų požiūriu yra tinkamas pakaitalas viena kitai pagal jų savybes, naudojimą ir kainas, o geografinė teritorija (geografinė rinka) – kaip teritorija, kurioje visi ūkio subjektai susiduria su iš esmės panašiomis konkurencijos sąlygomis tam tikroje prekės rinkoje ir kuri, atsižvelgiant į tai, gali būti atskiriama lyginant su greta esančiomis teritorijomis.

3.1. Atitinkamų rinkų apibrėžimas

3.1.1. Kavos aparatų biurams nuoma

(16) Koncentracijos dalyviai bei jų konkurentai siūlo klientams, įsikūrusiems biuruose, kavos aparatų nuomos paslaugas, kartu aprūpinant šiuos aparatus atsargomis bei vykdant jų priežiūrą. Paslaugų teikėjai šioje rinkoje pajamas įprastai gauna iš periodinių nuomos mokesčių, kuriuos moka klientai, iš atsargų (kavos pupelių, arbatos, vandens ir kitų prekių) pardavimų bei aparatų techninio aptarnavimo. Kartais didesniems klientams kavos aparatai suteikiami panaudai, netaikant nuomos mokesčio, o pajamas gaunant vien iš atsargų pardavimų.

(17) Biurams skirti kavos aparatai savo dydžiu, savybėmis bei kaina skiriasi nuo viešbučiuose, restoranuose ir maitinimo įstaigose (toliau – HoReCa sektoriaus įmonėse) naudojamų gėrimų aparatų, kadangi biuruose naudojami aparatai būna pigesni, fiziškai mažesni, pritaikyti mažesniajam aparatų naudojimo intensyvumui, talpina mažiau atsargų bei tenkina mažesnius reikalavimus aparato, atsargų bei aptarnavimo kokybei.

(18) Daugumai klientų, įsikūrusių biuruose, kavos aparatų nuomos paslaugos negalėtų būti pakeičiamos vandens aparatų nuomos paslaugomis dėl skirtingo šių aparatų naudojimo būdo bei savybių, kadangi šie aparatai gamina skirtingus produktus – kavą ir vandenį – kurie, klientų vertinimu, pagal savo savybes nėra pakeičiami tarpusavyje.

(19) Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, jog daugumai klientų, įsikūrusių biuruose, kavos aparatų nuomos paslaugos negalėtų būti pakeičiamos kavos aparatų įsigijimu, kadangi kavos aparatų įsigijimas būtų finansiškai brangesnis pasirinkimas, taip pat būtų reikalingi papildomi specialistai šiems aparatams aptarnauti.

(20) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais siauriausiai prekės rinka galėtų būti apibrėžiama kaip kavos aparatų biurams nuomos rinka.

(21) Apibrėžiant kavos aparatų biurams nuomos geografinę rinką koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, jog abu koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai bei dauguma jų konkurentų paslaugas siūlo nacionaliniu mastu, o paslaugų teikimo sąlygos bei paslaugų savybės nesiskiria priklausomai nuo regiono.

(22) Dalis klientų kavos aparatų biurams nuomos paslaugas įsigyja nacionaliniu mastu, t. y. į visus tam tikro kliento biurus, kurie būna išsidėstę skirtingose Lietuvos vietose. Tokių klientų dalis sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS] dalį visų koncentracijos dalyvių pajamų ir aparatų. Didžiausi koncentracijos dalyvių konkurentai taip pat nurodė, kad centralizuotai kavos aparatų biurams nuomos paslaugas įsigyjantys pirkėjai yra svarbūs teikiant kavos aparatų biurams nuomos paslaugas ir sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS] gaunamų pajamų. Tokie nuomos paslaugų pirkėjai yra svarbūs paslaugų tiekėjams dėl to, kad vienas pirkėjas sukuria daugiau pajamų pirkdamas paslaugas savo padaliniais skirtinguose miestuose. Ir koncentracijos dalyviai, ir jų konkurentai vertina tokius pirkėjus bei siekia teikti jiems paslaugas, o tokių pirkėjų aptarnavimui reikalingas veikimas nacionaliniu mastu. Be to, tokių pirkėjų pasiskirstymas tarp koncentracijos dalyvių ir jų konkurentų yra panašus, o tai rodo, kad ir koncentracijos dalyvių, ir jų konkurentų galimybės veikti nacionaliniu mastu bei konkuruoti tarpusavyje yra panašios.

(23) Pažymėtina, jog BCH [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o PA [KOMERCINĖ PASLAPTIS] savo pajamų gauna didžiuosiuose šalies miestuose (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose ir Panevėžyje). Koncentracijos nagrinėjimo metu taip pat nustatyta, kad dauguma koncentracijos dalyvių konkurentų pajamų taip pat gaunama didžiuose šalies miestuose, o mažesni miestai gali būti aptarnaujami iš didžiuosiuose miestuose įsikūrusių padalinių. Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkti duomenys rodo, jog koncentracijos dalyviai, kaip ir dalis jų pagrindinių konkurentų, nėra apriboti skirtingais Lietuvos regionais ir teikia arba galėtų teikti paslaugas visoje Lietuvoje.

(24) Europos Komisija savo praktikoje paslaugų, kurioms priskiriama ir kavos aparatų biurams nuoma, geografinę rinką iki šiol nuosekliai apibrėždavo ne siauresniu nei nacionaliniu mastu⁴.

(25) Atsižvelgiant į tai, kas nurodyta, šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais kavos aparatų biurams nuomos geografinė rinką galėtų būti apibrėžta kaip kavos aparatų biurams nuoma Lietuvoje.

(26) Pažymėtina, jog šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais prekės ir geografinės rinkos apibrėžimas paliekamas atviru, kadangi nepriklausomai nuo to, koks atitinkamos rinkos apibrėžimas būtų pasirinktas, tai nekeistų koncentracijos vertinimo.

3.1.2. Gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuoma

(27) Koncentracijos dalyviai gėrimų aparatus nuomoja ne tik biurams, tačiau ir HoReCa sektoriaus įmonėms. Šią veiklą vykdančios ūkio subjektai nuomoja profesionalius gėrimų aparatus, tiekia juose naudojamas atsargas bei teikia aparatų aptarnavimo paslaugas klientams, kurių komercinę veiklą (ar dalį veiklos) sudaro maitinimas: pavyzdžiui, viešbučiams, restoranams, kitoms maitinimo įstaigoms, degalinėms, kioskams, parduotuvėms, kavinėms, barams.

(28) Paslaugų teikimas klientams, kuriems gėrimų aparatai yra reikalingi jų komercinei veiklai, o ne savų poreikių (ar savo darbuotojų poreikių) tenkinimui, skiriasi didesniu aparatų naudojimo intensyvumu, didesniu atsargų poreikiu, aukštesniais reikalavimais aparato, atsargų bei aptarnavimo kokybei. Be to, profesionalūs gėrimų aparatai, kuriuos šie komerciniai klientai naudoja, reikalauja didesnių investicijų bei yra fiziškai didesni, todėl netgi netinkami daugeliui biurų klientų.

(29) Remiantis koncentracijos nagrinėjimo metu surinktais duomenimis, gautais apklausus didžiausius koncentracijos dalyvių gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugų pirkėjus, nustatyta, kad dalis šių paslaugų pirkėjų galėtų gėrimų aparatų nuomą pakeisti aparatų įsigijimu, tačiau dauguma pirkėjų nurodė, kad gėrimų aparatų vis tik neįsigytų, kadangi aparatų įsigijimas būtų finansiškai per brangus pasirinkimas, taip pat būtų reikalingi papildomi specialistai šiems aparatams aptarnauti.

(30) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais siauriausiai prekės rinką galėtų būti apibrėžiama kaip gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos rinką.

(31) Apibrėžiant gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos geografinę rinką nustatyta, jog abu koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai bei dauguma jų konkurentų paslaugas siūlo nacionaliniu mastu, o paslaugų teikimo sąlygos bei paslaugų savybės nesiskiria priklausomai nuo regiono.

(32) Be to, gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos rinkai yra iš dalies būdingi centralizuoti pirkimai. Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkti duomenys rodo, jog BCH [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir PA [KOMERCINĖ PASLAPTIS] savo pajamų gauna iš pirkėjų, kurie gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugas įsigyja centralizuotai, t. y. į visus tam tikro pirkėjo padalinius, kurie išsidėstę skirtingose Lietuvos vietose. Koncentracijos nagrinėjimo metu iš konkurentų surinkti duomenys rodo, kad dalis konkurentų taip pat dalyvauja centralizuotuose pirkimuose, o jų pajamų dalis, gaunama iš tokių pirkėjų, sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ar [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Centralizuoti gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugų pirkėjai yra svarbūs paslaugų tiekėjams dėl to, kad vienas pirkėjas sukuria daugiau pajamų pirkdamas paslaugas savo padaliniams skirtinguose miestuose, o tokių pirkėjų aptarnavimui reikalingas veikimas nacionaliniu mastu. Tokių pirkėjų pasiskirstymas tarp koncentracijos dalyvių ir jų konkurentų rodo, kad ir koncentracijos dalyviai, ir jų konkurentai turi galimybes veikti nacionaliniu mastu bei konkuruoti tarpusavyje.

(33) Pažymėtina, kad BCH [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir PA [KOMERCINĖ PASLAPTIS] savo pajamų gauna didžiuosiuose šalies miestuose (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje,

⁴ Europos Komisijos sprendimai byloje Nr. COMP/M.8454 – KKR / PELICAN ROUGE, p. 17-19; COMP/M.7319 – KKR / ALLIANZ / SELECTA, p. 17.

Šiauliuose ir Panevėžyje). Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkti duomenys taip pat rodo, kad dauguma koncentracijos dalyvių konkurentų pajamų taip pat gaunama didžiuose šalies miestuose, o mažesni miestai gali būti aptarnaujami iš didžiuosiuose miestuose įsikūrusių padalinių .

(34) Europos Komisija savo praktikoje paslaugų, kurioms priskiriama ir gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuoma, geografinę rinką iki šiol nuosekliai apibrėždavo ne siauresniu nei nacionaliniu mastu⁵.

(35) Atsižvelgiant į tai, kas nurodyta, šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos geografinė rinką galėtų būti apibrėžta kaip gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuoma Lietuvos Respublikoje.

(36) Pažymėtina, jog šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais prekės ir geografinės rinkos apibrėžimas paliekamas atviru, kadangi nepriklausomai nuo to, koks atitinkamos rinkos apibrėžimas būtų pasirinktas, tai nekeistų koncentracijos vertinimo.

3.1.3. Karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimas per pardavimo aparatus

(37) Koncentracijos dalyviai vykdo mažmeninę karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus (angl. *vending machines*) veiklą. Šią veiklą vykdančios ūkio subjektai yra pardavimo aparatų valdytojai, kurie viešose, pusiau viešose arba uždaroje vietose (pavyzdžiui, prekybos centruose, švietimo įstaigose, gamyklose) esančiame plote patalpina nuolatinės priežiūros nereikalaujančius automatus, kuriuose galutiniai vartotojai turi galimybę įsigyti įvairių prekių, įprastai: kavos, šaltų gėrimų buteliukų, saldžių ir sūrių užkandžių.

(38) Remiantis koncentracijos nagrinėjimo metu surinktais duomenimis, galutinių vartotojų pinigai, sumokėti perkant automatuose parduodamas prekes, lieka pardavimo aparatų valdytojui. Plotų, kuriuose įrengti aparatai, valdytojams automatų valdytojai neretai nemoka jokio mokesčio už suteiktą plotą, tik kompensuoja už suvartotą elektros energiją, vandenį. Tais atvejais, kada plotą valdo viešieji subjektai, pavyzdžiui, švietimo ar sveikatos priežiūros įstaigos, muziejai, iš aparatų valdytojų yra imamas nuomos mokestis, o aparato valdytojas yra parenkamas konkurso būdu. Pažymėtina, jog karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus veikla galėtų būti išskiriama į atskiras prekes rinkas pagal kontrahentų grupes: galutinius vartotojus, kurie iš pardavimo aparatų įsigyja karštus gėrimus, užkandžius bei šaltus gėrimus; bei vietų, kuriose įrengiami pardavimo aparatai, valdytojus, suteikiančius panaudai arba nuomojančius savo valdomas vietas ūkio subjektams, pageidaujantiems įrengti pardavimo aparatus. Tačiau toks skaidymas nagrinėjamos koncentracijos tikslais būtų netikslingas, kadangi koncentracijos vertinimo tai nekeistų, o koncentracijos nagrinėjimo metu buvo vertinamas galimas koncentracijos poveikis abiem šioms kontrahentų grupėms.

(39) Lietuvoje paplitę dviejų pagrindinių rūšių pardavimo automatai: karštų gėrimų (visų pirma, kavos, tačiau neretai turintys funkciją pilstyti ir paprastą karštą vandenį) ir užkandžių (kuriuose gali būti parduodami šaltų gėrimų buteliukai). Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad tiek karštų gėrimų, tiek užkandžių automatai prižiūrimi ir aprūpinami tokiu pačiu būdu – aparatų valdytojas išsinuomoja plotą, kuriame automatai pastatomi, o tada reguliariai lankomi valdytojo darbuotojų, kurie papildoma prekėmis atsargas ir inkasuoja surinktas lėšas. Pažymėtina, kad koncentracijos dalyviai, kaip ir dalis pagrindinių jų konkurentų, turi abiejų rūšių pardavimo aparatų, o prekės rinkos išskyrimas pagal aparatuose parduodamų prekių rūšį neturėtų įtakos nagrinėjamos koncentracijos vertinimui.

(40) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais siauriausiai prekės rinką galėtų būti apibrėžiama kaip karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus rinką.

⁵ Europos Komisijos sprendimai bylose Nr. COMP/M.8454 – KKR / PELICAN ROUGE, p. 17-19; COMP/M.7319 – KKR / ALLIANZ / SELECTA, p. 17.

(41) Apibrėžiant karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus geografinę rinką nustatyta, jog abu koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai bei dauguma jų konkurentų paslaugas siūlo nacionaliniu mastu. Pažymėtina, kad karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus veiklą vykdančių ūkio subjektų pardavimo aparatai yra įrengiami tam tikrose lokaliuose vietose, todėl skirtingose vietose įrengti pardavimo aparatai vartotojams gali būti nepakeičiami tarpusavyje. Tačiau tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] BCH ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] PA pardavimo aparatų įrengti tose pačiose vietose⁶. Nagrinėjamos koncentracijos atveju geografinės rinkos išskaidymas pagal tose pačiose vietose įrengtus koncentracijos dalyvių pardavimo aparatus nėra tikslingas, kadangi koncentracijos vertinimo jis nekeistų.

(42) Koncentracijos dalyviai, kaip ir jų didžiausi konkurentai, dalyvauja centralizuotuose konkursuose ar atrankose dėl karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo aparatų įrengimo, kurių metu vietų valdytojai siekia, kad pardavimo automatų įrengiantis ūkio subjektas būtų parinktas centralizuotai visiems padaliniais/vietoms, įsikūrusiems skirtinguose miestuose. Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad iš tokiose centralizuotai parinktose vietose įrengtų pardavimo aparatų gaunamos pajamos sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS] BCH ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] PA visų pajamų, gaunamų iš pardavimo aparatų. Dalis didžiausių koncentracijos dalyvių konkurentų taip pat bendradarbiauja su tokiais vietų valdytojais ir tokių vietų valdytojų valdomose vietose įrengtų pardavimo aparatų generuojamų pajamų dalis sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Centralizuotai parinktose vietose įrengtų pardavimo aparatų aptarnavimui reikalingas veikimas nacionaliniu mastu. Be to, tokių vietų valdytojų pasiskirstymas tarp koncentracijos dalyvių ir jų konkurentų yra panašus, o tai rodo, kad ir koncentracijos dalyvių, ir jų konkurentų galimybės veikti nacionaliniu mastu bei konkuruoti tarpusavyje yra panašios.

(43) Pažymėtina, jog BCH [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir PA [KOMERCINĖ PASLAPTIS] savo pajamų gauna didžiuosiuose šalies miestuose (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose ir Panevėžyje). Dalies koncentracijos dalyvių konkurentų veikla taip pat yra sukonzentruota didžiuosiuose šalies miestuose ir ši dalis siekia [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o mažesni miestai gali būti aptarnaujami iš didžiuosiuose miestuose įsikūrusių padalinių.

(44) Europos Komisija savo praktikoje paslaugų, kurioms priskiriama karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus veikla, geografinę rinką iki šiol nuosekliai apibrėždavo ne siauresniu nei nacionaliniu mastu⁷.

(45) Atsižvelgiant į tai, kas nurodyta, šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus geografinė rinką galėtų būti apibrėžta kaip karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimas per pardavimo aparatus Lietuvos Respublikoje.

(46) Pažymėtina, jog šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais prekės ir geografinės rinkos apibrėžimas paliekamas atviru, kadangi nepriklausomai nuo to, koks atitinkamos rinkos apibrėžimas būtų pasirinktas, tai nekeistų koncentracijos vertinimo.

3.2. Informacija apie atitinkamas rinkas

3.2.1. Kavos aparatų biurams nuoma

(47) Kavos aparatų biurams nuomos paslaugų teikėjai paslaugų pirkėjams gali pasiūlyti įvairių dydžių kavos aparatus (priklausomai nuo aparatų besinaudosiančių žmonių skaičiaus), kuriuose naudojamos kavos kapsulės arba kavos pupelės. Šie aparatai, paprastai, gali gaminti ne tik kavą, bet ir arbatą arba tiesiog karštą vandenį. Kavos aparatai turi būti reguliariai aptarnaujami papildant juos atsargomis (pavyzdžiui, kava, cukrumi, pienu) bei atliekant jų priežiūrą (pavyzdžiui, išvalymą). Pirkėjai kavos aparatų biurams nuomos paslaugų teikėją paprastai pasirenka konkursų ar kitokio

⁶ Bylos 6 tomas, 21 lapas.

⁷ Europos Komisijos sprendimai byloje Nr. COMP/M.8454 – KKR / PELICAN ROUGE, p. 17-19; COMP/M.7319 – KKR / ALLIANZ / SELECTA, p. 17.

pubūdžio atrankų būdu, dažniausiai iš to paties tiekėjo nuomodamiesi ir kavos aparatą, ir pirkdami aparate naudojamas atsargas bei aparato aptarnavimo paslaugas. Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkti duomenys rodo, kad kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje veikia daugiau nei 20 įvairaus dydžio ūkio subjektų.

(48) Žemiau esančioje lentelėje Nr. 1 pateikiama informacija apie 2017 m. koncentracijos dalyvių, įskaitant su jais susijusių ūkio subjektų, bei pagrindinių jų konkurentų užimamas rinkos dalis kavos aparatų biurams nuomos⁸ Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje:

Lentelė Nr. 1

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	Rinkos dydžio įvertinimas pagal pardavimų vertę 2017 m.	Rinkos dydžio įvertinimas pagal pardavimų apimtį 2017 m.
	Rinkos dalis	Rinkos dalis
PA	[20-30] proc.	[30-40] proc.
UAB „Paulig Coffee Lietuva“	[10-20] proc.	[5-10] proc.
BCH	[10-20] proc.	[10-20] proc.
UAB „Calenberg“	[5-10] proc.	[0-5] proc.
UAB „Eden Springs Lietuva“	[5-10] proc.	[0-5] proc.
UAB „NESTLE BALTICS“	[5-10] proc.	[5-10] proc.
UAB „Itališka kava“	[5-10] proc.	[10-20] proc.
Uždaroji akcinė bendrovė „EUGESTA“	[0-5] proc.	[0-5] proc.
Uždaroji akcinė bendrovė „AMOKA“	[0-5] proc.	[0-5] proc.
UAB „Šaltinėlio vandenys“	[0-5] proc.	[0-5] proc.
UAB „Officeday“	[0-5] proc.	[0-5] proc.
Uždaroji akcinė bendrovė „KAVINUKO PREKYBA“	[0-5] proc.	[0-5] proc.
Kiti konkurentai	[5-10] proc.	[0-5] proc.
Koncentracijos dalyviai kartu	[40-50] proc.	[40-50] proc.
Bendras rinkos dydis	100 proc.	100 proc.

(49) Kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamos rinkos pardavimų vertę sudaro pajamos iš kavos aparatų biurams nuomos paslaugų, t. y. periodiniai nuomos mokėjimai, nuomojamų kavos aparatų aptarnavimo paslaugų bei atsargų, naudojamų tokiuose aparatuose, tiekimo kaina. Šių paslaugų kaina į atitinkamos rinkos pardavimus buvo įtraukta dėl kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje paslaugų rinkos ypatumų, pavyzdžiui, dėl paslaugų tiekėjų ir paslaugų pirkėjų siekio įsigyti bendrą minėtų paslaugų paketą, tokiu būdu iš tiekėjo pusės optimizuojant paslaugų tiekimo kaštus, o iš pirkėjo – dėl patogumo ir mažesnių administracinių kaštų. Atitinkamos rinkos pardavimų apimtį sudaro koncentracijos dalyvių ir pagrindinių jų konkurentų nuomojamų aparatų skaičius.

3.2.2. Gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuoma

(50) Gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugų teikėjai paslaugų pirkėjams gali pasiūlyti įvairių dydžių bei funkcijų (pavyzdžiui, visiškai automatinius ar tradicinius) gėrimų aparatus, pritaikytus profesionaliam naudojimui (pavyzdžiui, ruošti didelius kiekius kavos). Gėrimų aparatai, skirti HoReCa sektoriaus įmonėms, turi būti reguliariai aptarnaujami papildant juos atsargomis (pavyzdžiui, kava, cukrumi, pienu) bei atliekant jų priežiūrą (pavyzdžiui, išvalymą). Pirkėjai gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugų teikėją paprastai pasirenka konkursų ar kitokio pobūdžio atrankų būdu, dažniausiai iš to paties tiekėjo nuomodamiesi ir gėrimų aparatą, ir

⁸ Pajamos iš aparatų biurams nuomos, aptarnavimo paslaugų teikimo, įskaitant medžiagų, naudojamų kavos aparatuose biurams, tiekimą (Eur).

pirkdamis aparate naudojamas atsargas bei aparato aptarnavimo paslaugas. Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkti duomenys rodo, kad gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje veikia daugiau nei 10 įvairaus dydžio ūkio subjektų.

(51) Žemiau esančioje lentelėje Nr. 2 pateikiama informacija apie 2017 m. koncentracijos dalyvių, įskaitant su jais susijusių ūkio subjektų, bei pagrindinių jų konkurentų užimamas rinkos dalis gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos⁹ Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje:

Lentelė Nr. 2

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	Rinkos dydžio įvertinimas pagal pardavimų vertę 2017 m.	Rinkos dydžio įvertinimas pagal pardavimų apimtį 2017 m.
	Rinkos dalis	Rinkos dalis
BCH	[30-40] proc.	[10-20] proc.
Uždaroji akcinė bendrovė „AMOKA“	[20-30] proc.	[40-50] proc.
Uždaroji akcinė bendrovė „KAVINUKO PREKYBA“	[5-10] proc.	-
UAB „Paulig Coffee Lietuva“	[5-10] proc.	[5-10] proc.
PA	[5-10] proc.	[10-20] proc.
UAB „NESTLE BALTICS“	[5-10] proc.	[10-20] proc.
SIA Lofbergs Baltic filialas	[0-5] proc.	[0-5] proc.
Kiti konkurentai	[5-10] proc.	[0-5] proc.
Koncentracijos dalyviai kartu	[40-50] proc.	[20-30] proc.
Bendras rinkos dydis	100 proc.	100 proc.

(52) Gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamos rinkos pardavimų vertę sudaro pajamos iš gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos paslaugų, t. y. periodiniai nuomos mokėjimai, nuomojamų gėrimų aparatų aptarnavimo paslaugų bei atsargų, naudojamų tokiuose aparatuose, tiekimo kaina. Šių paslaugų kaina į atitinkamos rinkos pardavimus buvo įtraukta dėl gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos Lietuvos Respublikoje paslaugų rinkos ypatumų, pavyzdžiui, dėl paslaugų tiekėjų ir paslaugų pirkėjų siekio įsigyti bendrą minėtų paslaugų paketą, tokiu būdu iš tiekėjo pusės optimizuojant paslaugų tiekimo kaštus, o iš pirkėjo – dėl patogumo ir mažesnių administracinių kaštų. Atitinkamos rinkos pardavimų apimtį sudaro koncentracijos dalyvių ir pagrindinių jų konkurentų nuomojamų aparatų skaičius.

3.2.3. Karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimas per pardavimo aparatus

(53) Karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus veiklą vykdančios ūkio subjektai įvairiose viešose ir neviešose vietose, kuriose lankosi dideli žmonių srautai, įrengia pardavimo aparatus bei gauna pajamas už šiuose aparatuose naudojamų gėrimų bei užkandžių pardavimą. Įprastai visi galutinių vartotojų pinigai, sumokėti perkant aparatuose parduodamas prekes, lieka aparatų valdytojui. Vietų, kuriose įrengiami aparatai, valdytojams įprastai mokamas tik sutartas nuomos mokestis ir kompensuojama už suvartotą elektros energiją, vandenį. Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkti duomenys rodo, kad karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje veikia daugiau nei 10 įvairaus dydžio ūkio subjektų.

(54) Žemiau esančioje lentelėje Nr. 3 pateikiama informacija apie 2017 m. koncentracijos dalyvių, įskaitant su jais susijusių ūkio subjektų, bei pagrindinių jų konkurentų užimamas rinkos dalis karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje:

⁹ Pajamos iš gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos, aptarnavimo paslaugų teikimo, įskaitant medžiagų, naudojamų gėrimų aparatuose, tiekimą (Eur).

Lentelė Nr. 3

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	Rinkos dydžio įvertinimas pagal pardavimų vertę 2017 m.	Rinkos dydžio įvertinimas pagal pardavimų apimtį 2017 m.
	Rinkos dalis	Rinkos dalis
PA	[30-40] proc.	[30-40] proc.
BCH	[10-20] proc.	[10-20] proc.
UAB „SANITEX“	[10-20] proc.	[10-20] proc.
UAB „Euroautomatai“	[5-10] proc.	[5-10] proc.
Uždaroji akcinė bendrovė „Elpama“	[0-5] proc.	[5-10] proc.
UAB „Osama“	[0-5] proc.	[0-5] proc.
Uždaroji akcinė bendrovė „NEXETA“	[0-5] proc.	[0-5] proc.
UAB „VENDINGAS“	[0-5] proc.	[0-5] proc.
UAB „NESTLE BALTICS“	[0-5] proc.	[5-10] proc.
Kiti konkurentai	[20-30] proc.	[20-30] proc.
Koncentracijos dalyviai kartu	[50-60] proc.	[50-60] proc.
Bendras rinkos dydis	100 proc.	100 proc.

(55) Karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus Lietuvos Respublikoje atitinkamos rinkos pardavimų vertę sudaro pajamos iš minėtų produktų pardavimo per pardavimo aparatus. Atitinkamos rinkos pardavimų apimtį sudaro koncentracijos dalyvių ir pagrindinių jų konkurentų naudojamų karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo aparatų skaičius.

4. Koncentracijos įtakos konkurencijai vertinimas

4.1. Koncentracijos įtakos konkurencijai kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje vertinimas

(56) Pažymėtina, kad pagal pardavimų vertę BCH 2017 m. užėmė apie [10-20] proc. kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje rinkos, pagal pardavimų apimtį – [10-20] proc. Tuo tarpu PA 2017 m. užėmė [20-30] proc. rinkos pagal pardavimų vertę ir apie [30-40] proc. rinkos pagal pardavimų apimtį. Bendra koncentracijos dalyvių rinkos dalis sudarė [40-50] proc. pagal pardavimų vertę ir [40-50] proc. pagal pardavimų apimtį.

(57) Vienos iš pagrindinių koncentracijos dalyvių konkurentės UAB „Paulig Coffee Lietuva“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [10-20] proc., pagal pardavimų apimtį – [5-10] proc. UAB „Calenberg“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [5-10] proc., pagal pardavimų apimtį – [0-5] proc. UAB „Eden Springs Lietuva“ rinkos dalis pagal pardavimų vertę 2017 m. buvo [5-10] proc., pagal pardavimų apimtį [0-5] proc. UAB „NESTLE BALTICS“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [5-10] proc., pagal pardavimų apimtį – [5-10] proc. UAB „Itališka kava“ rinkos dalis pagal pardavimų vertę buvo [5-10] proc., pagal pardavimų apimtį – [10-20] proc. Uždarosios akcinės bendrovės „EUGESTA“ rinkos dalis pagal pardavimų vertę buvo [0-5] proc., pagal pardavimų apimtį – [0-5] proc. UAB „Officeday“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [0-5] proc., pagal pardavimų apimtį – [0-5] proc.

(58) Visų kitų konkurentų rinkos dalys 2017 m. buvo žemesnės nei [0-5] proc. pagal pardavimų vertę ir [0-5] proc. pagal pardavimų apimtį.

(59) Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkti duomenys rodo, kad kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje rinkai būdingos augimo tendencijos, kadangi 2015-2017 m. atitinkama rinka augo 31,5 proc.¹⁰, o koncentracijos dalyvių konkurentų 2015-2017 m. laikotarpio pajamų augimo tempai (57,9 proc.) viršijo koncentracijos dalyvių pajamų augimo tempus

¹⁰ Skaičiuojant pagal koncentracijos dalyvių ir jų pagrindinių konkurentų 2015-2017 m. duomenis. Apklausti ūkio subjektai 2017 m. sudarė 81 proc. visos kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamos rinkos.

([KOMERCINĖ PASLAPTIS]). Be to dauguma koncentracijos dalyvių konkurentų siekdami patenkinti išaugusią kavos aparatų biurams nuomos paslaugų paklausą ar norėdami savo paslaugas pasiūlyti didesniai klientų skaičiui nesusidurtų su kokiomis nors kliūtimis, o dalis koncentracijos dalyvių konkurentų siekia plėstis rinkoje ir yra pasiruošę tenkinti padidėjusius klientų poreikius. Todėl darytina išvada, kad koncentracijos dalyvių konkurentai galėtų padidinti savo pasiūlą išaugus kavos aparatų biurams nuomos paslaugų paklausai.

(60) Dažniausiai dėl paslaugų teikimo konkursuose ar klientų organizuojamose kitokio pobūdžio atrankose su koncentracijos dalyviais varžosi ir kiti koncentracijos dalyvių konkurentai, kurie taip pat laimi šiuos konkursus ar atrankas. Pažymėtina, jog dauguma didžiausių koncentracijos dalyvių kavos aparatų biurams nuomos paslaugų pirkėjų koncentracijos dalyviams 5-10 proc. pakėlus paslaugų kainas, šias paslaugas galėtų įsigyti iš kitų konkuruojančių ūkio subjektų, o daugumai pirkėjų po koncentracijos įgyvendinimo rinkoje liks pakankamas skaičius kavos aparatų biurams nuomos paslaugas teikiančių ūkio subjektų. Be to, dalis koncentracijos dalyvių didžiausių pirkėjų nuolatos sulaukia pasiūlymų įsigyti paslaugas iš įvairių rinkoje veikiančių ūkio subjektų. Todėl galima daryti išvadą, kad koncentracijos dalyvių pirkėjai galėtų pakeisti koncentracijos dalyvius kitais tiekėjais.

(61) Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad beveik visi koncentracijos dalyvių konkurentai neperka iš koncentracijos dalyvių kavos aparatų, jų remonto paslaugų ar aparatuose naudojamų atsargų, kurios būtų būtinos jų kavos aparatų biurams nuomos veiklai vykdyti, o šias prekes jie įsigyja arba galėtų įsigyti iš kitų Lietuvoje ar užsienyje veikiančių ūkio subjektų. Todėl galima daryti išvadą, kad koncentracijos dalyviai negalėtų riboti savo konkurentų plėtros ar galimybių veikti kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje.

(62) Pažymėtina, kad per pastaruosius 5 metus į rinką įėjo 4 nauji ūkio subjektai, iš kurių dalis tapo vienais didžiausių koncentracijos dalyvių konkurentų pagal užimamą rinkos dalį vykdant kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje veiklą ar laimėjo vienus didžiausių rinkoje konkursų dėl paslaugų teikimo. Be to, koncentracijos nagrinėjimo metu dauguma koncentracijos dalyvių konkurentų nenurodė kliūčių, su kuriomis susidurtų naujas ūkio subjektas, norintis pradėti vykdyti kavos aparatų biurams nuomos veiklą. Dalies konkurentų teigimu, pati kavos aparatų nuomos veikla yra ekonomiškai patraukti, jog būtų galima tikėtis, kad į šią rinką įeitų naujas ūkio subjektas, galintis būti reikšmingu konkurentu koncentracijos dalyviams. Dėl šių priežasčių darytina išvada, kad naujas ūkio subjektas, siekiantis tapti reikšmingu koncentracijos dalyvių konkurentu, galėtų įeiti į kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamą rinką.

(63) Atsižvelgiant į tai, kas nurodyta, darytina išvada, jog po koncentracijos įgyvendinimo konkurencija kavos aparatų biurams nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje nebus itin apribota bei šioje rinkoje nebus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis.

4.2. Koncentracijos įtakos konkurencijai gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje vertinimas

(64) Pagal pardavimų vertę BCH 2017 m. užėmė apie [30-40] proc. gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos Lietuvos Respublikoje rinkos, pagal pardavimų apimtį – [10-20] proc. Tuo tarpu PA 2017 m. užėmė [5-10] proc. rinkos pagal pardavimų vertę ir apie [10-20] proc. rinkos pagal pardavimų apimtį. Bendra koncentracijos dalyvių rinkos dalis sudarė [40-50] proc. pagal pardavimų vertę ir [20-30] proc. pagal pardavimų apimtį.

(65) Vieno iš pagrindinių koncentracijos dalyvių konkurento uždarnosios akcinės bendrovės „AMOKA“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [20-30] proc., pagal pardavimų apimtį – [40-50] proc. Kito koncentracijos dalyvių konkurento uždarnosios akcinės bendrovės „KAVINUKO PREKYBA“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [5-10] proc. „Paulig Coffee Lietuva“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [5-10] proc., pagal pardavimų apimtį – [5-10] proc.

UAB „NESTLE BALTICS“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [5-10] proc., pagal pardavimų apimtį – [10-20] proc.

(66) Visų kitų konkurentų rinkos dalys 2017 m. buvo žemesnės nei [0-5] proc. pagal pardavimų vertę ir [0-5] proc. pagal pardavimų apimtį.

(67) Pažymėtina, kad gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms Lietuvos Respublikoje rinkai būdingos augimo tendencijos, kadangi 2015-2017 m. atitinkama rinka augo 21,6 proc.¹¹, o koncentracijos dalyvių konkurentų 2015-2017 m. laikotarpio pajamų augimo tempai (30 proc.) viršijo koncentracijos dalyvių pajamų augimo tempus ([KOMERCINĖ PASLAPTIS]).

(68) Koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad dalis koncentracijos dalyvių konkurentų, teikiančių gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugas, įskaitant dalį didžiausių koncentracijos dalyvių konkurentų, nesusidurtų su kliūtimis siekdami patenkinti išaugusią gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugų paklausą ar norėdami savo paslaugas pasiūlyti didesniai klientų skaičiui. Daliai konkurentų siekiant patenkinti išaugusią paslaugų paklausą būtų reikalingi papildomi finansiniai bei žmogiškieji išteklių naujiems aparatams įsigyti bei aptarnauti, tačiau šie ūkio subjektai nenurodė kitų reikšmingų kliūčių pasiūlai padidinti. Atsižvelgiant į visa tai, darytina išvada, kad koncentracijos dalyvių konkurentai galėtų padidinti savo pasiūlą išaugus gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugų paklausai.

(69) Dažniausiai dėl paslaugų teikimo konkursuose ar klientų organizuojamose kitokio pobūdžio atrankose su koncentracijos dalyviais varžosi ir kiti koncentracijos dalyvių konkurentai. Be to, nustatyta, kad koncentracijos dalyviams 5-10 proc. pakėlus paslaugų kainas, dauguma didžiausių koncentracijos dalyvių gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugų pirkėjų šias paslaugas galėtų įsigyti iš kitų konkuruojančių ūkio subjektų. Todėl galima daryti išvadą, kad koncentracijos dalyvių pirkėjai galėtų pakeisti koncentracijos dalyvius kitais tiekėjais.

(70) Pažymėtina, kad dauguma koncentracijos dalyvių konkurentų neperka iš koncentracijos dalyvių gėrimų aparatų, jų remonto paslaugų ar aparatuose naudojamų atsargų, kurios būtų būtinos jų gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms veiklai vykdyti, o jau įsigyja arba galėtų įsigyti savo veikloje naudojamus gėrimų aparatus iš kitų Lietuvoje ar užsienyje veikiančių ūkio subjektų. Atsižvelgiant į tai, darytina išvada, kad koncentracijos dalyviai negalėtų riboti savo konkurentų plėtros ar galimybių veikti rinkoje.

(71) Per pastaruosius 5 metus į rinką įėjo naujas ūkio subjektas, vykdamas gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms veiklą, kuris pagal užimamą rinkos dalį tapo vienu pagrindinių koncentracijos dalyvių konkurentų šioje rinkoje. Be to, koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad dauguma koncentracijos dalyvių konkurentų nenurodė kokių nors kliūčių, su kuriomis susidurtų naujas ūkio subjektas, norintis pradėti vykdyti gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos veiklą. Dėl šių priežasčių darytina išvada, kad naujas ūkio subjektas, siekiantis tapti reikšmingu koncentracijos dalyvių konkurentu, galėtų įeiti į gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamą rinką.

(72) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, darytina išvada, jog po koncentracijos įgyvendinimo konkurencija gėrimų aparatų HoReCa sektoriaus įmonėms nuomos Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje nebus itin apribota bei šioje rinkoje nebus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis.

4.3. Koncentracijos įtakos konkurencijai karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje vertinimas

(73) Pagal pardavimų vertę BCH 2017 m. užėmė apie [10-20] proc. karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus Lietuvos Respublikoje rinkos, pagal pardavimų apimtį – [10-20] proc. Tuo tarpu PA 2017 m. užėmė [30-40] proc. rinkos pagal pardavimų vertę ir

¹¹ Skaičiuojant pagal koncentracijos dalyvių ir jų pagrindinių konkurentų 2015-2017 m. duomenis. Apklausti ūkio subjektai 2017 m. sudarė 85 proc. visos gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms Lietuvos Respublikoje atitinkamos rinkos.

apie [30-40] proc. rinkos pagal pardavimų apimtį. Bendra koncentracijos dalyvių rinkos dalis sudarė [50-60] proc. pagal pardavimų vertę ir [50-60] proc. pagal pardavimų apimtį.

(74) Vieno iš pagrindinių koncentracijos dalyvių konkurento UAB „SANITEX“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [10-20] proc., pagal pardavimų apimtį – [10-20] proc. Kito koncentracijos dalyvių konkurento UAB „Euroautomatai“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [5-10] proc., pagal pardavimų apimtį – [5-10] proc. Uždarnosios akcinės bendrovės „Elpama“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [0-5] proc., pagal pardavimų apimtį – [5-10] proc. UAB „Osama“ rinkos dalis 2017 m. pagal pardavimų vertę buvo [0-5] proc., pagal pardavimų apimtį – [0-5] proc.

(75) Visų kitų konkurentų rinkos dalys 2017 m. buvo žemesnės nei [0-5] proc. pagal pardavimų vertę ir [5-10] proc. pagal pardavimų apimtį.

(76) Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkti duomenys rodo, jog ir galutiniai vartotojai, ir vietų, kuriose įrengti pardavimo aparatai, valdytojai nesusidurtų su kliūtimis norėdami koncentracijos dalyvius pakeisti kitais tiekėjais. Pirmiausia, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] BCH ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] PA pardavimo aparatų įrengti skirtingose vietose¹², todėl įgyvendinus koncentraciją lokaliuose vietose, kuriose įrengti BCH ir PA pardavimo aparatai, koncentracijos laipsnis iš esmės nepadidėtų. Antra, koncentracijos nagrinėjimo metu nustatyta, kad daugumos vietų, iš kurių įrengtų karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo aparatų koncentracijos dalyviai gauna didžiausias pajamas, valdytojai organizuoja konkursus dėl pardavimo aparatų įrengimo, o šiuose konkursuose su koncentracijos dalyviais aktyviai konkuruoja ir kiti koncentracijos dalyvių konkurentai. Be to, įvertinus koncentracijos nagrinėjimo metu surinktus duomenis, nustatyta, kad dauguma iš didžiausių vietų, kuriose įrengti koncentracijos dalyvių pardavimo aparatai, valdytojų nenurodė, jog įgyvendinus koncentraciją rinkoje neliktų pakankamai ūkio subjektų, pageidaujančių jų valdomose vietose įrengti pardavimo aparatus.

(77) Pažymėtina, kad karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus Lietuvos Respublikoje rinkai būdingos augimo tendencijos, kadangi 2015-2017 m. atitinkama rinka augo 43,6 proc.¹³, o koncentracijos dalyvių konkurentų 2015-2017 m. laikotarpio pajamų augimo tempai (75,5 proc.) viršijo koncentracijos dalyvių pajamų augimo tempus ([KOMERCINĖ PASLAPTIS]). Be to nustatyta, kad dalis koncentracijos dalyvių konkurentų, tarp jų ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS], nesusidurtų su kokiomis nors kliūtimis siekdami įrengti savo pardavimo aparatus tose vietose, kuriose įrengti koncentracijos dalyvių pardavimo aparatai. Atsižvelgiant į tai, darytina išvada, kad koncentracijos dalyvių konkurentai galėtų padidinti savo pasiūlą išaugus karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus paklausai.

(78) Per pastaruosius 5 metus į rinką įėjo 2 nauji ūkio subjektai, iš kurių vienas [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Be to, įvertinus koncentracijos nagrinėjimo metu surinktus duomenis, nustatyta, kad dauguma koncentracijos dalyvių konkurentų nenurodė kliūčių, su kuriomis susidurtų nauji ūkio subjektai norėdami pradėti vykdyti karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus veiklą, o dalis konkurentų, tarp jų ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS], naujų ūkio subjektų atėjimo į rinką galimybes vertina palankiai. Dėl šių priežasčių darytina išvada, kad naujas ūkio subjektas, siekiantis tapti reikšmingu koncentracijos dalyvių konkurentu, galėtų įeiti į karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus Lietuvos Respublikoje atitinkamą rinką.

(79) Atsižvelgiant į tai, kas nurodyta, darytina išvada, jog po koncentracijos įgyvendinimo konkurencija karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus Lietuvos Respublikoje atitinkamoje rinkoje nebus itin apribota bei šioje rinkoje nebus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis.

¹² Bylos 6 tomas, 21 lapas.

¹³ Skaičiuojant pagal koncentracijos dalyvių ir jų pagrindinių konkurentų 2015-2017 m. duomenis. Apklausti ūkio subjektai 2017 m. sudarė 83 proc. karštų gėrimų, užkandžių bei šaltų gėrimų pardavimo per pardavimo aparatus Lietuvos Respublikoje atitinkamos rinkos.

4.4. [KOMERCINĖ PASLAPTIS] rašte nurodomų galimų koncentracijos pasekmių vertinimas

(80) [KOMERCINĖ PASLAPTIS] savo rašte nurodo, jog:

- 1.1. įgyvendinus koncentraciją koncentracijos dalyviai užims daugiau nei 70 proc. gėrimų aparatų pardavimo rinkos, todėl galės padidinti gėrimų aparatų pardavimo, remonto paslaugų ar atsarginių detalių kainas bei tokiu būdu išstumti iš rinkos savo konkurentus vykdant gėrimų aparatų nuomos veiklą;
- 1.2. susijungusios BCH ir PA galės sumažinti savo kaštus teikiant gėrimų aparatų nuomos paslaugas ir dėl to pasiūlyti mažesnes gėrimų aparatų nuomos kainas galutiniams vartotojams, o konkurentai su tokiomis kainomis negalės konkuruoti;
- 1.3. susijungusios BCH ir PA taps dominuojančiu kavos pirkėju didmenyje perkant gėrimų aparatuose naudojamą kavą, todėl kai kurie kavos gamintojai negalės parduoti savo kavos ir bus priversti nutraukti didmeninę kavos pardavimo veiklą.

(81) Koncentracijos nagrinėjimu metu nustatyta, kad beveik visi koncentracijos dalyvių konkurentai teikiant kavos aparatų biurams nuomos paslaugas bei gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms paslaugas iš koncentracijos dalyvių neperka aparatų, jų atsarginių detalių, remonto paslaugų ar aparatuose naudojamų atsargų, o šias prekės įsigyja ar galėtų įsigyti iš kitų Lietuvoje bei užsienio valstybėse veikiančių ūkio subjektų. Tuo tarpu pardavimo aparatais ar jų atsarginėmis dalimis koncentracijos dalyviai iš viso neprekiauja. Be to, koncentracijos dalyvių bendra pardavimų pagal vertę dalis Lietuvoje parduodant kavos aparatus biurams siekia [5-10] proc., parduodant gėrimų aparatus HoReCa sektoriaus įmonėms – [30-40] proc., o kavos aparatus biurams ir HoReCa sektoriaus įmonėms pardavinėja ir koncentracijos dalyvių konkurentai, kurių pardavimų dalys yra didesnės ar panašios į koncentracijos dalyvių. Atsižvelgiant į tai, darytina išvada, kad įgyvendinus koncentraciją jos dalyviai negalėtų išstumti iš rinkos savo konkurentų vykdant kavos aparatų biurams nuomos ar gėrimų aparatų nuomos HoReCa sektoriaus įmonėms veiklas padidindami jiems gėrimų aparatų pardavimo, remonto paslaugų ar atsarginių detalių kainas.

(82) Pažymėtina, kad, nors [KOMERCINĖ PASLAPTIS] rašte teigia, kad susijungusios BCH ir PA galėtų sumažinti savo kaštus teikiant gėrimų aparatų nuomos paslaugas ir dėl to pasiūlyti mažesnes gėrimų aparatų nuomos kainas galutiniams vartotojams, o konkurentai su tokiomis kainomis negalėtų konkuruoti, savo rašte bendrovė nepateikė šiuos teiginius pagrindžiančių duomenų ir juos patvirtinančių įrodymų. Pažymėtina, kad, remiantis Europos Komisijos praktika, vien aplinkybė, jog koncentracijos dalyvių konkurentai galėtų būti paveikti dėl koncentracijos sukuriamo našumo, savaime nesudaro pagrindo teigti, kad koncentracija sukeltų konkurencijos problemų¹⁴. Dėl šios priežasties [KOMERCINĖ PASLAPTIS] nurodomi teiginiai, jog po koncentracijos susijungęs ūkio subjektas galėtų sumažinti savo kaštus teikiant gėrimų aparatų nuomos paslaugas ir dėl to pasiūlyti mažesnes gėrimų aparatų nuomos kainas galutiniams vartotojams, savaime nerodo neigiamo koncentracijos poveikio vertintoms atitinkamoms rinkoms.

(83) Pažymėtina, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS] rašte taip pat nurodo, kad koncentracijos dalyviai po susijungimo taps dominuojančiu kavos pirkėju didmenyje perkant gėrimų aparatuose naudojamą kavą, todėl kai kurie kavos gamintojai negalės parduoti savo kavos ir bus priversti nutraukti didmeninę kavos pardavimo veiklą. Įvertinus šį teiginį pažymėtina, kad Lietuvoje kavos aparatuose naudojama įvairių visos Europos mastu veikiančių didmeninių kavos pardavėjų kava. Tuo tarpu patys BCH ir PA kavą perka daugiausiai iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o koncentracijos dalyvių pirkimai, lyginant su šių ūkio subjektų pajėgumais, sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Įvertinus galimą koncentracijos poveikį mažesnių tik Lietuvoje veikiančių kavos tiekėjų atžvilgiu nustatyta, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Todėl koncentracijos įgyvendinimas neturėtų poveikio kuriam nors Lietuvoje veikiančiam kavos tiekėjui, kadangi jau iki koncentracijos įgyvendinimo [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, nėra pagrindo daryti išvadą, kad po

¹⁴ Europos Komisijos sprendimas byloje Nr. COMP/M.7319 – KKR / ALLIANZ / SELECTA, p. 34.

koncentracijos tiek pasauliniu mastu, tiek Lietuvoje veikiantys kavos tiekėjai nebegalėtų parduoti savo kavos ir būtų priversti nutraukti veiklą.

5. Koncentracijos poveikio konkurencijai vertinimo išvados

(84) Remiantis aukščiau išdėstyta informacija, darytina išvada, kad dėl vykdomos koncentracijos nebus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis, ar itin apribota konkurencija atitinkamose rinkose.

Vadovaudamasi Konkurencijos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 1 punktu,

Konkurencijos taryba n u t a r i a:

Leisti vykdyti koncentraciją *Baltic Coffee Holding, SIA* įsigyjant 100 proc. uždarnosios akcinės bendrovės „Pardavimo automatai“ akcijų ir perimant vienvaldę šios bendrovės kontrolę pagal pateiktą pranešimą apie koncentraciją.

Nutarimas per 20 dienų nuo jo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje www.kt.gov.lt dienos gali būti skundžiamas Vilniaus apygardos administraciniam teismui.

Pirmininkas

(parašas)

Šarūnas Keserauskas