

Ärakiri
Ärisaladused on välja jäetud

PEADIREKTORI ASETÄITJA

Otsus

Tallinn

15.mai 2006 nr 21-L

Konkurentsiolukorra analüüsi lõpetamine Tallinna Piimatööstuse AS-i ja tema toodete edasimüüjate tegevuse osas piimatoodete müügiturul

I HALDUSMENETLUSE ALUSTAMINE

18.06.2004 esitas **OÜ Jaama Hulgi** Konkurentsiametile järelepärimise, milles ta viitas Tallinna Piimatööstuse AS-i (edaspidi TPT) ühepoolsele piimatoodete ostumüügilepingu lõpetamisele ja 14.09.2004 esitatud järelepärimises viitas ta TPT poolt oma koostööpartneritele piimatoodete müügile erinevate hindadega.

Asjaolude täpsemaks väljaselgitamiseks alustas Konkurentsiamet omal initsiatiivil konkurentsiolukorra analüüsi piimatoodete müügiturul TPT ja tema edasimüüjate tegevuse osas, et välja selgitada, kas on tegemist turgu valitsevat seisundit omava piimatööstuse ettevõtjaga konkurentsiseaduse (edaspidi KonkS) § 13 lg 1 tähenduses.

II HALDUSMENETLUSE SISU

Haldusmenetluse eesmärgiks oli analüüsida Tallinna Piimatööstuse AS-i tegevust ning vajadusel võtta tarvitusele meetmeid konkurentsi kaitsmiseks juhindudes KonkS §-st 16 ja § -st 55.

III MENETLUSOSALISED

Tallinna Piimatööstuse AS, äriregistri kood 10046724, aadress Pärnu mnt 139E, 11317 Tallinn, põhitegevusala piima töötlemine ja juustutootmine.

OÜ Jaama Hulgi, äriregistri kood 10851437, aadress Jaama 24, 65604 Võru, põhitegevusala toidukaupade, jookide ja tubakatoodete spetsialiseerimata hulgimüük.

IV FAKTILISED ASJAOLUD

4.1 Tallinna Piimatööstuse AS lepingulised suhted OÜ-ga Jaama Hulgi

18.06.2004 OÜ-lt Jaama Hulgi saadud järelepärimisest selgus, et ettevõtja käibest suurema osa moodustab piima- ja lihatoodete müük. 17.06.2004 sai ettevõtja teate 01.07.2002 sõlmitud ostu-müügilepingu lõpetamisest ilma nendepoolsete selgitusteta. Tallinna Piimatööstuse AS (edaspidi TPT) poolt 07.07.2004 saadetud vastusest Konkurentsiameti järelepärimisele selgus, et TPT soovis üle minna ettevõttes kasutusele võetud uuele lepingu standardtekstile ja vastavalt osapoolte vahel 01.07.2002 sõlmitud lepingus kokkulepitule lõppes TPT ja Jaama Hulgi OÜ vahel sõlmitud ostu-müügi leping tähtaja möödumise tõttu. TPT väitel ei ole katkestatud koostööd Jaama Hulgi OÜ-ga ja uus leping on sõlmimisel ja tärned kliendile jätkuvad. Sarnase sisuga vastuskiri saadeti 12.07.2004 OÜ-le Jaama Hulgi, milles väideti, et TPT tegevuses konkurentsi kahjustava või piirava käitumise tunnuseid ei ilmne. 14.09.2004 esitas OÜ Jaama Hulgi uue järelepärimise, milles ta viitab asjaolule, et A. M. F. Hulgi AS, kes müüb samu kaupu (s.h TPT piimatooteid) kui Jaama Hulgi OÜ, pakub klientidele kaupu alla hankijalt saadud müügihindade. 28.09.2004 Jaama Hulgi OÜ-le saadetud vastuses märgib Konkurentsiamet, et kui kaupade ostu-müügilepinguga ei ole tootja kindlaks määranud, et hulgimüüja peab jaemüüjale edasi kaupu müüma hankijalt saadud hinnaga või kindlaksmääratud protsendi võrra madalama või kõrgema hinnaga, siis ei ole tegemist konkurentsi kahjustava tegevusega ja KonkS § 4 lg 1 p-i 1 rikkumisega. Vastuse turgu valitseva seisundi kuritarvitamise kohta kaubaturul ja KonkS § 16 p 3 rikkumise kohta saab anda peale kaubaturu piiritlemist ja kindlaks tegemist, kas ettevõtja omab turgu valitsevat seisundit ja kas ta kuritarvitab oma seisundit vastaval kaubaturul. Kuna Jaama Hulgi OÜ poolt tõstatatud küsimused viitasid TPT konkurentsi piiravale käitumisele piimatoodete müügiturul, siis alustas Konkurentsiamet konkurentsivolukorra analüüsi TPT ja tema toodete edasimüüjate tegevuse osas piimatoodete müügiturul.

28.09.2004.a saatis Konkurentsiamet teabenõude (koos vastusega järelepärimisele) OÜ-le Jaama Hulgi (edaspidi JH) ja A.M.F Hulgi AS-ile (edaspidi AMF), millega sooviti saada teavet antud äriühingute poolt realiseeritavate kaupade netokäibe ja piimatoodete käibe osas. Samuti sooviti teada, kes on nimetatud hulgiladude põhilised hankijad ja paluti koopiaid kauba ostu-müügilepingutest. Eesmärgiks oli täpsustada, millest on tingitud võimalikud erinevused TPT poolt oma edasimüüjatele pakutavates tingimustes.

05.10.2004 ja 12.10.2004 äriühingutelt laekunud vastustest selgus, et JH käibest piimatoodete käibe moodustas 37,2% ja AMF käibest 19,5%, kusjuures TPT käibe oli JH puhul [...]% piimatoodete käibest ja AMF puhul üle [...], kusjuures põhilised piimatoodete tarnijad AMF-le olidki TPT ja AS Põlva Piim ning väikses koguses Valio Eesti AS. JH-le tarnib põhiliselt piimatooteid AS Põlva Piim, Valio Eesti AS, Hea Meier, AS Giga Kavastu Meieri ja AS Rakvere Piim. TPT andis JH-le lepingujärgset allahindlust [...] ja AMF-le [...] kehtivatest hinnakirjahindadest.

16.12.2004 käidi TPT-s kohapeal selleks, et saada täiendavaid andmeid TPT ja tema edasimüüjate tegevuse kohta. Selgus, et piimatoodete, s.h Meieri ja Tere kaubamärkidega, tootmine toimub nii Tallinnas kui ka Viljandis. Viljandis toodetakse põhiliselt kohupiima, Tallinnas piima, rõõska ja hapukoort. Väidetavalt pakutakse kõikidele edasimüüjatele võimalust osta mõlema kaubamärgiga tooteid. Lõpliku

valiku teeb edasimüüja, kas ta müüb ühe või mõlema kaubamärgiga tooteid. Kliente on TPT-l umbes [...]. Tendents klientide arvu osas on hetkel vähenemise suunas, kuna toimub kaupluste ketistumine. Hulгимüüjaid on TPT-l umbes [...] % klientide arvust. Suurim klient TPT-le on HoReCa sektor (toitlustusettevõtted-kohvikud, restoranid, hotellid) omades ise hinnanguliselt umbes [...] klienti. Enamikele klientidele TPT allahindlust hinnakirjahindadest ei anna. Maksimaalne allahindlus hinnakirjahindadest on [...]%. Valiku kriteeriumid, mille järgi kehtestatakse allahindluse protsent, olid ettevõtja külastamise ajal väljatöötamisel (leping advokaadibürooga). Väidetavalt koheldakse kliente diferentseeritult ja allahindluse määr oleneb müügi mahust kliendile.

TPT väitel peaksid hulгимüüjad müüma kaupa TPT hinnakirja hindadega, et ei oleks erinevusi, kas võtta kaupa TPT-lt või hulгимüüjalt, kuid lõpliku otsuse teeb iga hulгимüüja ise. TPT poolt kehtestatud piimatoodete hulgi hinnad on üle Eesti ühesugused ja toodete müük klientidele toimub TPT poolt kehtestatud hinnakirja alusel, erinevusi regiooni ei ole. Aeg-ajalt toimuvad sooduskampaaniad, kestvusega 2 nädalat kuni 2 kuud. Ettepaneku kampaania läbiviimiseks teeb tavaliselt klient. Kampaania ajal on lisaks *lepingulisele allahindlusele* veel täiendav – *lisaallahindlus*. Uus, 2004.a käivitunud võimalus on *mahuboonus*, see on lisaallahindlus, mida saavad müügi eesmärgi täitmisel näiteks KESKO, ETK, TIRSI ja COMARKET. Kõik allahindluse määrad jäävad siiski [...] % piiridesse.

Suurkliendid küsivad *põhipiimatoodete* osas erinevatelt tootjatelt hinnapakumisi. Lõppotsuse teeb klient erinevate kriteeriumite (hind, tarnekindlus jne) alusel. Kokkuleppe saavutamisel fikseeritakse põhipiimatoodete hinnad teatud perioodiks lepingu lisana. Piimatoodete hinna muutmine toimub samuti kokkuleppe alusel, näiteks kui toorpiima hind oluliselt muutub.

TPT kasutab klientidega lepingute sõlmimisel põhiliselt tüüplepinguid, kuid järjest rohkem esitavad suurlkliendid (jaemüügiketid) oma tingimusi.

Müügidirektori sõnul on JH käive TPT toodete osas umbes [...] krooni ja AMF-l umbes [...] krooni kuus. Sellest tulenevalt ka erinevused lepingu tingimustes, s.o allahindluse määrad vastavalt [...] % ja [...] %. Lepingu sõlmimisest JH-ga ei kavatseta loobuda ka tulevikus. Samuti on võimalik JH-l saada suuremat allahindluse protsenti, kui ta suurendab TPT toodete müügi mahtu.

4.2 TPT lepingulised suhted hulгимüüjatega

Lähtudes vajadusest analüüsida piimatoodete müügiturgu TPT ja tema edasimüüjate tegevuse osas saatis Konkurentsiamet 14.01.2005.a teabenõuded järgmistele piimatoodete hulгимüüjaga tegelevatele äriühingutele: VMV Hulgi AS, Arimee OÜ, Arin Hulgi OÜ, Alpi Kaubanduse OÜ, Helter-R AS, Marshall OÜ, Makros AS, Aida OÜ, Novekan-PT OÜ, Tartu Külmoone Kaubanduse OÜ, Karia OÜ, Kanpol AS, Kaupmees & Ko AS, Piima Hulgi OÜ, Pinus AS, Ipse AS, Jomanda AS, A. M. F. Hulgi AS ja Jaama Hulgi OÜ.

Teabenõude vastustest (31.01-23.03.2005) selgus, kui suur oli ettevõtjate 2003. a ja 2004. a piimatoodete müügi käive ja millise osa sellest moodustasid TPT tooted. Lepingutest nähtub, milline on allahindluse määr, mida TPT annab kehtiva hinnakirja alusel oma edasimüüjatele. Erinevate kaubamärkide puhul (TERE ja MEIERI) on allahindluse määr ühesugune. Teabenõudele vastanud hulгимüüjate TPT toodangu käibed jäävad 0,5 ja 12 miljoni krooni vahele aastas. Seega orienteeruvalt 1400 ja 33000 krooni vahele päevas. Lähtuvalt käibest ja allahindluse määrast võib

hulgimüüjad liigitada kolmeks. Aastas [...] miljonist suurema läbimüügiga hulgimüüjad, kes saavad allahindlust [...]%, alla [...] mln kuni [...] mln aastase läbimüügiga hulgimüüjad, kes saavad allahindlust [...] ja alla [...] mln läbimüügiga hulgimüüjad, kes saavad allahindlust [...]%. Seega saab väikseima TPT toodangu läbimüügiga hulgimüüja – JH allahindlust [...]%.
 TPT ja hulgimüüjate vahelised lepingud on sõlmitud, kasutades kahte erinevat tüüplepinguvormi. Samuti selgus teabenõuete vastustest, kui suur osa konkreetse hulgimüüja TPT toodete käibest kuulub kaubamärgile TERE ja kui suur osa kaubamärgile MEIERI. TERE kaubamärgiga toodete osatähtsus erinevate hulgimüüjate TPT toodete käibest moodustas [...] kuni [...] %-ni ja MEIERI kaubamärgiga toodete puhul [...]%-st kuni [...]%-ni.

Hulgimüüjatel on olnud võimalik TPT-lt saada lisaallahindlusi ja boonuseid tavapäraselt oma müügieesmärkide täitmisel. Mõned ettevõtjad on sõlminud lühiajalisi kokkuleppeid üksikute toodete hindade osas. Hulgimüüjad tegutsevad erinevates Eesti piirkondades. Tihedam konkurents hulgimüüjate vahel valitseb Saaremaal ja Lõuna-Eestis. Põhilisteks klientideks hulgimüüjatele on väikepoed ja toitlustusettevõtted. Hulgimüüjate väitel on konkurents piimatoodete hulgimüügiturul tihe. Suurenenud on tootjate otsetarnete osakaal. Hulgimüügiturg kahaneb, sest suurtesse kauplustesse veavad tootjad kauba ise kohale.

4.3 TPT lepingulised suhted jaemüüjatega

Lähtudes vajadusest analüüsida piimatoodete müügiturгу Tallinna Piimatööstuse AS-i ja tema edasimüüjate tegevuse osas saatis Konkurentsiamet 24.01.2005.a teabenõuded järgmistele piimatoodete jaemüügiga tegelevatele äriühingutele: Kesko Food AS, Tallinna Kaubamaja AS, Prisma Peremarket AS, Rimi Eesti AS, VP Market OÜ, ETK, Tirsi Grupp OÜ, Stockmann Eesti AS, OG Elektra AS.

Jaemüüjatelt laekunud vastustest (02.02-15.02.2005) selgus, et TPT piimatoodete müügi käibed nendele ettevõtjatele 2004.a olid vahemikus [...] mln kuni [...] mln kroonini ja mahahindlused hinnakirjahindadest [...]-% (4 ettevõtjal [...]-%), olenes müügi käibe suuruselt. Nimetatud jaemüüjad müüvad nii TERE kui ka MEIERI kaubamärgiga tooteid erinevates vahetähtsuses. 9-st jaemüüjast oli korraldanud konkursse põhipiimatoodete tarnija leidmiseks 3. Näiteks alates 01.01.2004 on TPT ETK-le põhipiimatoodete tarnija, mille kohta on sõlmitud ka põhipiimatoodete leping. Tavapäraselt annab põhipiimatoodete lepingu järgne tarnija põhipiimatoodete hinnakirjahinnast täiendavat mahahindlust (suuremat mahahindlust kui teistelt piimatoodetelt) või lepitakse kokku konkreetsetes madalamates hindades. Lisaks on võimalik kokku leppida kvartaalsetes või kuu mahuboonustes (ostupreemias), millega olenevalt käibemahu suuruselt on võimalik saada lisaboonust (mahahindlust).

4.4 TPT ja tema konkurendid piimatoodete müügiturul

07.03.2005.a saatis Konkurentsiamet teabenõuded suurematele piimatoodete käitlemisettevõtjatele, kelleks olid Tallinna Piimatööstuse AS, Valio Eesti AS, AS Rakvere Piim, OÜ Põlva Piim, OÜ Estmilk Production, AS Hea Meier, OÜ Nõo Piimatööstus, OÜ Unik ja AS GIGA Kavastu, eesmärgiga saada vajalikke andmeid

linnapiimatoodete (joogipiim, hapupiimatooded, rõõsk- ja hapukoor, jogurt, kohupiimatooded) kaubaturu piiritlemiseks aastatel 2002-2004 .

Kaubaturu piiritlemiseks oli vajalik saada andmeid ka Statistikaametist ja Maksu- ja Tolliametist. 07.06.2005 saadi vajalikud andmed Maksu- ja Tolliametist, milles on kajastatud linnapiimatoodete import 2002.a kuni 1. mai 2004.a ning 15.06.2005 saadi Statistikaametist vajalikud andmed, milles on kajastatud piimatoodete import peale 1. maid 2004.a.

03.11.2005 saadeti teabenõuded eelpoolnimetatud suurematele piimatoodete käitlemisettevõtjatele ja Piimaliidule, kelle käest küsiti arvamust konkurentsiolukorra kohta linnapiimatoodete müügiturul ja andmeid toorpiima kokkuostu kohta 2002-2004.a.

07.03.2005 väljasaadetud teabenõuete vastuste põhjal arvutati üheksa põhilise linnapiimatoodete käitlemisettevõtja turuosad 2002-2004.a erinevate linnapiimatoodete osas tootmistasandil ja hulгимүүгитасандил. Näitena on toodud kahe suurema tootja turuosad erinevate linnapiimatoodete müügiturgudel.

Joogipiimaturul on TPT ja Valio turuosa küsitatud käitlejate joogipiima müügi käibest vastavalt:

2002.a - 32% ja 28%

2003.a - 36% ja 26%

2004.a - 41% ja 23%

Joogipiimaturul sisseveetava piima osakaal moodustas ainult umbes 3% üheksa suurema käitlemisettevõtja joogipiima käibest ja seega oluliselt ettevõtjate turuosad ei muutunud. Näiteks TPT turuosa joogipiima hulгимүүгитурul 2004.a oli 40% (tootmise tasandil 41%).

Rõõsakoore tootjate turuosad jagunesid tootmistasandil TPT ja Valio vahel järgnevalt:

2002.a - 36% ja 27%

2003.a - 38% ja 30%

2004.a - 38% ja 32% .

Impordi osakaal rõõsakoore turul oli tunduvalt suurem. Näiteks oli see 2004.a 15% kohalike tootjate rõõsakoore käibest ja seega TPT turuosa rõõsakoore hulгимүүгитурul vähenes 38%-lt 33%-le ja Valiol 32%-lt 28%-le.

Hapukoore tootjate turuosad jagunesid tootmistasandil TPT ja Valio vahel järgnevalt:

2002.a - 35% ja 25%

2003.a - 38% ja 22%

2004.a - 35% ja 23%

Hapukoore impordi pole toimunud ja turuosad jäid samaks.

Suuremate **hapupiimatoodete (keefir, hapupiim, pett) tootjate** turuosad jagunesid tootmise tasandil TPT ja Valio vahel järgnevalt:

2002.a - 31% ja 36%

2003.a - 38% ja 34%

2004.a - 37% ja 31%

Impordi osatähtsus 2004.a oli 12% kohalike tootjate hapupiima müügi käibest ja seoses sellega vähenes TPT turuosa 2004.a hulgitasandil 37%-lt 32%-le ja Valio turuosa 31%-lt 27%-le.

Jogurtitootjate turuosad jagunesid tootmise tasandil TPT ja Valio vahel järgnevalt:

2002.a - 35% ja 34%

2003.a - 38% ja 36%

2004.a - 42% ja 31%

Hulgimüügitasandil, arvestades jogurti importi, oli TPT turuosa 2004.a 40% ja Valiol 29%.

Põhilised **kohupiimatoodete tootjad** olid TPT, Rakvere Piim ja Põlva Piim, kelle turuosad 2004.a olid järgmised:

TPT 45%

Põlva Piim 16%

Rakvere Piim 15%

Arvestades kohupiimatoodete importi olid samade käitlejate turuosad vastavalt 41%, 15%, 14%.

Eespoolnimetatud tooteid: joogipiima, rõõska koort, hapukoort, hapupiimatooteid, jogurtit ja kohupiimatooteid loetakse linnapiimatoodeteks kuna neid tooteid tarbitakse iga päev, neil kõigil on suhteliselt lühike realiseerimise aeg, millega tuleb kaubandusel arvestada tellimuste esitamisel. Linnapiimatooted peavad olema iga päev müügil laias sortimendis, nad on vajalikud inimestele igapäevaste toitumisharjumuste rahuldamiseks. Nimetatud tooteid on võimalik ka üksteisega asendada: näiteks rõõska koort võib asendada teatud otstarbeks joogipiimaga, hapukoort maitsestatamata jogurtiga, rõõska koort hapukoorega, hapupiimatooteid joogijogurtiga jne. Seega võib **linnapiimatooteid** vaadelda ühe toote grupina, mille turuosa tootmise tasandil oli 2004.a järgmine: TPT 40%, Valio 23%, Rakvere Piim 17%, Põlva Piim 11% jne. Arvestades linnapiimatoodete importi kujunesid turuosad vastavalt 38%, 22%, 15%, 10% jne.

Toorpiima varumise turul moodustasid põhilised linnapiimatooteid tootvad ettevõtjad (9 ettevõtjat) 2004.a umbes 50% kokkuostuturust ja TPT turuosa kogu varutavast toorpiimast moodustas 18% ning järgneva linnapiimatooteid tootva toorpiima käitleja Estmilk turuosa 10%. Põhiliste linnapiimatooteid tootvate ettevõtjate varutavast toorpiimast TPT turuosa oli 2004.a 35% ja järgneva ettevõtja (Estmilk) turuosa 20%, Põlva Piim turuosa 17%. 2004.a olid linnapiimatoodete tootjate toorpiima keskmised kokkuostuhinnad 3.77-4.33 kr/kg, kusjuures TPT 3.92 kr/kg.

03.11.05 välja saadetud teabe nõuete vastustest selgus, et konkurentsiolekorda linnapiimatoodete turul hindasid kõik vastajad pingeliseks, tihedaks ning teravaks ja arvasid, et TPT ei saa tegutseda sõltumatult oma konkurentidest, s.o teistest linnapiimatooteid tootvatest ettevõtjatest. Valio Eesti AS oma 17.11.2005 saadetud vastuskirjas nimetas ennast 2005.a rõõsa ja hapukooreturul turuliidriks. TPT hinnangul on linnapiimatoodete müügiturg muutunud rahvusvaheliseks, ulatudes kaubanduskettide laienemise tõttu Läti ja Leetu. TPT arvates kasutavad jaeketid oma ostujõudu ja TPT müüb jaekettidele [...] oma toodangust. TPT hinnangul jaekaubandusketid kutsuvad kõiki piimatööstusi oma tooteid pakkuma ja langetavad oma otsuse parimast pakkumisest lähtuvalt. Seega ükski tootja ei ole oma toodete pakkumisega hinna- või maksetingimuste osas eeliseisundis. TPT toob näite, kuidas ta kaotas 2005.aastaks joogipiima, rõõsa ja hapukoore ning keefiri osas peamise tarnija positsiooni [...] kaubanduskettis. TPT on veendunud, et ta ei saa tegutseda linnapiimatoodete müügiturul arvestataval määral sõltumatult konkurentidest, varustajatest ja ostjatest, vaid on jaemüüjate ja toorpiimatootjate poolse tugeva surve all. Väidetavalt on viimastel aastatel toorpiimatootjad liitunud ühistutesse, mis annab neile võimaluse suuremate toorpiima tarnete puhul ostjatega kokku leppida paremates müügitingimustes ja piimatööstustel ei ole võimalust oma ostutingimusi peale suruda.

Piimaliidu poolt esitatud 2004.a andmete alusel moodustas joogipiima müük 53% Eesti ettevõtjate poolt toodetud linnapiimatoodetest. Eestis oli 2004.a lõpul Veterinaar- ja Toiduameti andmetel registreeritud 42 piimatöötlemisüksust, mis kuulusid 36 ettevõtjale, kusjuures toorpiima töötlevaid üksusi on 33. Üle 2000 tonni toorpiima aastas töötlevaid suure võimsusega üksusi oli 19 (Eesti Piimaliit kodulehekülg). Piimaliidu andmetel on käive toorpiima ühiku kohta näitaja, mis iseloomustab toorpiima käibe teenimise efektiivsust. See näitaja on kõrgem neil ettevõtetel, kes toodavad ka linnapiimatooteid (Põlva, Tallinn, Valio, Rakvere), sest need tooted on kiire käibega ja enamasti suhteliselt kõrge kasumlikkusega.

V ÕIGUSLIK HINNANG

Haldusmenetluse eesmärgiks oli analüüsida Tallinna Piimatööstuse AS-i tegevust piimatoodete turustamisel, määrata piimatööstuse ettevõtjate turuosad Eesti turul ning võtta vajadusel kasutusele meetmeid konkurentsi kaitsmiseks juhindudes konkurentsiseaduse §-st 16 ja §-st 55.

5.1 Kaubaturu määratlus

Konkurentsiseaduse § 3 lg-s 1 on sätestatud, et kaubaturg on hinna, kvaliteedi, tehniliste omaduste, realiseerimis- ja kasutustingimuste ning tarbimis- ja muude omaduste poolest ostja seisukohalt omavahel vahetavate või asendatavate kaupade käibimise ala, mis hõlmab muuhulgas kogu Eesti territooriumi või selle osa.

Piimatoodete kaubaturul on kaubaks tooted, mille valmistamiseks on kasutatud toorainena piima. Eristatakse järgmisi tootegruppe: joogipiim, keefir, hapupiim, pett, rõõskkoor, hapukoor, kohupiim, kohupiimakreemid, kodujuust, jogurt, või, võisegud, juust, pulbrid. Eraldi tootegrupina vaadeldakse linnapiimatooteid, kuhu kuuluvad joogipiim, hapupiimatooted, rõõsk- ja hapukoor, kohupiimatooted ja jogurt. Nimetatud tooted eristuvad teistest piimatoodetest (või ja selle segud, juust, pulbrid) selle poolest, et nende valmistamine toimub müügitellimuste alusel ja neid ei saa valmistada pikaks ajaks ette, sest nende toodete realiseerimisajad on lühikesed (arvestatakse tundides) ja tarbija ostab neid peaaegu iga päev. Piimaliidu poolt esitatud 2004.a valmistoodangu müügi aruande (Eestis müüdud, tonnides) alusel moodustas joogipiim 53%, hapupiimatooted (keefir, hapupiim, pett) 12%, rõõsk koor 5%, hapukoor 11%, kohupiimatooted (kohupiim, kohupiimakreemid, kodujuust) 8%, jogurt 11% linnapiimatoodete müügist (tonnides). Linnapiimatoodete müük moodustas ligikaudu 90% piimatoodete kogumüügist Eestis. Antud menetluse raames vaadeldi linnapiimatoodete turgu, mis kätkeb endas kaupluses müüdavate, suhteliselt väikese säilivusajaga vedelate piimatoodete (joogipiim, rõõskkoor, hapukoor, hapupiim, pett, keefir ja jogurt) ja kohupiimatoodete (pastad, kreemid, kohukesed, värsked juustud jne) turgu.

Geograafiliselt on kaubaturg kogu Eesti territoorium, sest konkurentsitingimused piimatoodete tootmiseks ja müügiks on Eesti erinevates piirkondades sarnased. Samuti on nimetatud kaubaturguldel tegutsevatel ettevõtjatel võrdsed võimalused

turustada tooteid kõikides Eesti piirkondades. Hästi organiseeritud logistikaga on kõik linnapiimatoodete tootjad loonud olukorra, kus kogu Eestis on kõigi tootjate toodangut võimalik osta ning transpordile tehtavad kulutused või toodete vedamiseks kuluv aeg ei anna ühele turuosalisele eelist teise ees.

5.2 Hinnang TPT tegevusele linnapiimatoodete müügiturul

KonKS § 13 lg 1 alusel omab kaubaturul turgu valitsevat seisundit ettevõtja, kelle positsioon võimaldab tal kaubaturul tegutseda arvestataval määral sõltumatult konkurentidest, varustajatest ja ostjatest. Eeldatakse, et ettevõtjal on turgu valitsev seisund, kui talle kuulub kaubaturul vähemalt 40% käibest.

Suuremad konkureerivad ettevõtjad, kes toodavad Eestis linnapiimatoteid ja kelle käest küsiti linnapiimatoodete müügikäibeid ettevõtjate turuosade määratlemiseks linnapiimatoodete müügiturul Eestis, on Tallinna Piimatööstuse AS, Valio Eesti AS, AS Rakvere Piim, OÜ Põlva Piim, OÜ Estmilk Production, AS Hea Meier, OÜ Nõo Piimatööstus, OÜ Unik ja AS GIGA Kavastu. Eelloetletud ettevõtjad asuvad erinevates Eesti piirkondades. Lisaks kohalikele tootjatele toimub Eestisse ka linnapiimatoodete import. Suuremate Eestis tegutsevate ettevõtjate turuosad **2004. aasta linnapiimatoodete müügiturul Eestis** (arvestades üheksa küsitletud ettevõtja linnapiimatoodete müügikäibeid ja linnapiimatoodete importi) olid järgmised:

Tallinna Piimatööstuse AS	38%
Valio Eesti AS	22 %
AS Rakvere Piim	15 %
OÜ Põlva Piim	10 %
AS Hea Meier	5 %

Ülejäänud ettevõtjate nagu OÜ Nõo Piimatööstus, OÜ Unik, AS GIGA Kavastu ja OÜ Estmilk Production turuosad linnapiimatoodete hulgemüügiturul jäävad tunduvalt alla 5 % ja kellest ainult OÜ Nõo Piimatööstus tootis kõiki linnapiimatoteid. OÜ Nõo Piimatööstus lõpetas oma tegevuse 20.09.2005.

2002-2004.a oli **TPT turuosa %-des** üheksa eelpoolloetletud (küsitletud) käitlejate linnapiimatoodete müügikäibest hulgemüügitasandil (arvestades ka linnapiimatoodete importi) erinevate linnapiimatoodete osas järgmine:

Linnapiimatoote nimetus	2002.a	2003.a	2004.a
Joogipiim	32,0	35,2	39,6
Hapupiimatooted	31,3	37,6	32,2
Hapukoor	34,8	38,3	35,1
Rõõskkoor	32,5	22,2	32,6
Jogurt	30,5	33,0	40,2
Kohupiimatooted	42,6	48,7	41,4

Kaks suuremat ettevõtjat linnapiimatoodete müügiturul olid TPT ja Valio. **Valio turuosa** kõigi tootegruppide osas (v.a kohupiimatooted) oli 2002.a 24,0% kuni 35,8%, 2003.a 17,3% kuni 34,2% ja 2004.a 22,1% kuni 29,0%. Linnapiimatoodetest 53% moodustab joogipiim, mille müügiturul TPT omab peaaegu 40% turuosa ja Valio

22%. Seega tuleb analüüsida, kas TPT saab joogipiima müügiturul või linnapiimatoodete müügiturul tegutseda sõltumatult konkurentidest, varustajatest ja ostjatest.

TPT konkurentide poolt saadetud teabenõude vastustest selgus, et vaatamata TPT suurele turuosale nii joogipiima kui ka teiste linnapiimatoodete müügiturul puudub TPT-l võimalus tegutseda nendel kaubaturgudel arvestamata **konkurentide** tegevust. Näide selle kohta, et TPT ei saa tegutseda sõltumatult oma konkurentidest pärineb 2004.a lõpust ja 2005.a algusest. 2004.a novembris tõstis TPT oma toodete müügihindu, mille tulemusena ta kaotas 2005.aastaks põhipiimatoodete tarnija õigused [.....] kaubanduskettis ja ei saanud endises koguses müüa linnapiimatooteid ka teistele tarnijatele, mille tõttu tal tuli langetada nii joogipiima kui ka teiste linnapiimatoodete hindu, et püsida hinnakonkurentsist teiste piimatöötlejatega. 2005.a on TPT kaotanud liidripositsiooni rõõsa ja hapukoore turul, sest tugeva konkurentsi tingimustes on selle omandanud Valio. Seega ei saa TPT tegutseda linnapiimamüügi kaubaturul sõltumatult oma konkurentidest, s.o teistest linnapiimatooteid tootvatest ettevõtjatest.

Eesti ettevõtjad konkureerivad omavahel linnapiimatoodete müügiturgudel ja samal ajal pakuvad nendel turgudel konkurentsi odavama hinnaga piimatooted Lätist ja Leedust läbi erinevate kaubanduskettide (RIMI, PRISMA, Säästumarket, T-Market, VP Market). Suured jaemüügiketid **ostavad** piimatoteid korraka Eestis, Lätis ja Leedu turul edasimüügiks. Linnapiimatoteid tootvad ettevõtjad väidavad, et jaekaubandusketid kasutavad linnapiimatoodete kaubaturul oma ostujõudu ja määravad müügingimusi. TPT müüb läbi jaekaubanduskettide [...] oma toodangust. Kogu müügiahelas on ostujõud jaekaubanduskettidel ja ükski töötaja ei saa tegutseda sõltumatult oma konkurentidest, ta ei oma toodete pakkumisega teiste ees hinna- või maksetingimuste osas eeliseisundit. Jaekaubandusketid kutsuvad oma tooteid pakkuma kõiki tööstusi ja langetavad otsuse lähtudes parimast pakkumisest. Seejuures ei oma keegi eelist pakkumise tegemisel ja keegi ei mõjuta kaubandusketti otsuse tegemisel. Seega ei saa TPT tegutseda sõltumatult oma toodete ostajatest.

Konkurents toorpiima kui tooraine **varumise** turul on tihe, sest ettevõtjate arv, kes vajavad toorpiima käitlemiseks, on suur. TPT ostis 2004.a ainult 18% kogu Eestis kokkuostetavast toorpiimast ja järgnev linnapiimatoteid tootev ettevõtja Estmilk 10%. Põhiliste linnapiimatoteid tootvate ettevõtjate (ühiksa ettevõtjat) varutavast toorpiimast TPT turuosa oli 2004.a 35% ja järgneva ettevõtja (Estmilk) turuosa 20%. Toorpiima varumise turul ei saa TPT tegutseda sõltumatult oma konkurentidest ja toorpiima tootjatest. Enamasti toorpiima tootjad ei ole seotud püsivate kokkulepetega ja igasugune katse töötaja poolt langetada kokkuostuhinda või muuta halvemaks muid ostutingimusi viib selleni, et tootja pöördub konkureeriva käitleja poole kas Eestis või ka Lätis ja Leedus. Toorpiima müüjate liitumine ühistusesse on andnud neile võimaluse suuremate toorpiima tarnete puhul toorpiima ostjatele (linnapiimatoodete tootjatele) kehvemaid kokkuostutingimusi peale suruda. Seega TPT ei saa tegutseda arvestataval määral sõltumatult toorpiimaga varustajatest.

Kokkuvõttes võib eeltoodud põhjustel asuda seisukohale, et TPT positsioon ei võimalda tal tegutseda linnapiimatoodete müügi kaubaturul arvestataval määral sõltumatult konkurentidest, ostjatest ja varustajatest ning TPT ei saa lugeda selles osas turgu valitsevat seisundit omavaks ettevõtjaks KonkS § 13 lg 1 tähenduses. Kuna TPT ei oma turgu valitsevat seisundit, siis ei laiene tema tegevusele KonkS § 16 nimetatud piirangud ning puudub vajadus analüüsida TPT tegevust KonkS § 16 p 3 lähtuvalt.

05.04.2006 saatis Konkurentsiamet vastavalt haldusmenetluse seaduse § 40 lg-le 1 TPT-le ja 20.04.2006 JH-le käesoleva otsuse eelnõu TPT tegevuse suhtes alustatud haldusmenetluse lõpetamise kohta arvamuse ja vastuväidete esitamiseks.

21.04.2006 teatas TPT e-kirjaga ja 15.05.2006 JH telefoni teel, et ei oma vastuväiteid otsuse eelnõu kohta.

Lähtuvalt eeltoodust ja juhindudes haldusmenetluse seaduse § 43 lg-st 2 ning KonkS § 63⁴ lg 1 p-st 1

otsustan lõpetada haldusasja menetlemise Tallinna Piimatööstuse AS tegevuse suhtes seoses konkurentsiseaduse rikkumise tunnuste puudumisega Tallinna Piimatööstuse AS tegevuses.

Otsuse peale võib esitada vaide Konkurentsiameti peadirektorile haldusmenetluse seaduses sätestatud korras või kaebuse Tallinna Halduskohtule 30 päeva jooksul arvates käesoleva otsuse teatavaks tegemist.

Aini Proos

Ärakiri on Konkurentsiameti peadirektori asetäitja haldusmenetluse lõpetamise 15.mai 2006 otsuse nr 21-L originaaliga samane. Otsuse tekstist välja jäetud ärisaladuseks olev teave on tähistatud märkega [...].

15.05.2006

Reet Kääri

