

ANEKSI II
FORMULARI I PLOTË I NJOFTIMIT TË PËRQËNDRIMEVE

Seksioni 1

Përshkrimi i përqendrimit

1. Jepni një përmbledhje¹ të shkurtër të palëve pjesëmarrëse në përqendrim, formën e përqendrimit (bashkim, përfitim kontrolli apo krijim i një ndërmarrjeje të përbashkët), fushat e veprimtarisë së palëve, tregjet në të cilat përqendrimi do të ketë ndikim (duke përfshirë tregjet e prekura), dhe arsyetimin strategjik dhe ekonomik të përqendrimit.

Seksioni 2

Informacioni për palët

2.1 Informacion për palën/palët njoftuese

Jepni të dhëna mbi:

- 2.1.1. Emrin dhe adresën e ndërmarrjes;
- 2.1.2. Llojin e veprimtarisë ekonomike të ndërmarrjes;
- 2.1.3. Emrin, adresën, numrin e telefonit/ faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të kontaktit;
- 2.1.4. Adresën postare të palëve njoftuese (ose të secilës prej palëve njoftuese) ku mund të dorëzohen dokumentet. Duhet të jepet emri, numri i telefonit dhe adresa e e-mail-it të personit në këtë adresë (në Shqipëri), që është i autorizuar të pranojë postën.

2.2. Informacioni mbi palët e tjera pjesëmarrëse në përqendrim

Për secilën palë në përqendrim (me përjashtim të palës ose palëve njoftuese) jepni të dhëna për:

- 2.2.1. Emrin dhe adresën e ndërmarrjes;
- 2.2.2. Llojin e veprimtarisë ekonomike të ndërmarrjes;
- 2.2.3. emrin, adresën, numrin e telefonit/ faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të kontaktit;

¹ Përmbledhja nuk duhet përmbajë informacione konfidenciale ose sekrete biznesi, në mënyrë që publikimi i saj nga Autoriteti i Konkurrencës, të mos i çenojë palët pjesëmarrëse në përqendrim.

2.2.4. Adresën postare të palëve njoftuese (ose të secilës prej palëve njoftuese) ku mund të dorëzohen dokumentet. Duhet të jepet emri, numri i telefonit dhe adresa e e-mail-it të personit në këtë adresë (në Shqipëri), që është i autorizuar të pranojë postën.

2.3. Caktimi i përfaqësuesve

Në rastin kur njoftimet nënshkruhen nga përfaqësuesit e ndërmarrjeve, këta përfaqësues duhet të jenë të autorizuar me shkrim.

Nëse është bërë një njoftim i përbashkët, të cilësohet nëse është caktuar një përfaqësues i përbashkët.

Jepni të dhëna për secilin nga përfaqësuesit e autorizuar për të vepruar në emër të ndërmarrjeve pjesëmarrëse, duke treguar se cilën ndërmarrje përfaqësojnë.

2.3.1. Emrin e përfaqësuesit

2.3.2. Adresën e përfaqësuesit

2.3.3. Emrin, adresën, numrin e telefonit/ faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të kontaktit;

2.3.4. Adresën e përfaqësuesit (mundësisht në Shqipëri) ku mund të dërgohet korrespondenca dhe të dorëzohen dokumentet.

Seksioni 3

Të dhëna të hollësishme për përqendrimin

3.1. Përshkruani formën e përqendrimit për të cilin bëhet njoftimi, veçanërisht sqaroni:

- (a) Nëse përqendrimi i propozuar është bashkim i plotë ose i pjesshëm, përfitim kontrolli i drejtpërdrejtë ose i tërthortë, i një ose më shumë ndërmarrjeve ose të një pjese të këtyre të fundit, një ndërmarrje e përbashkët që kryen të gjitha funksionet e një njësie ekonomike të pavarur;
- (b) Nëse subjekt i përqendrimit janë ndërmarrjet në tërësi apo pjesë e tyre;
- (c) Një shpjegim i shkurtër për strukturën ekonomike dhe financiare të përqendrimit;
- (ç) Nëse ndonjë ofertë publike për letrat me vlerë të një pale nga një palë tjetër ka mbështetjen e bordeve mbikëqyrëse të mëparëshme të menaxhimit ose të organeve të tjera që përfaqësojnë ligjërisht atë palë;
- (d) Data e propozuar apo të planifikuar të veprimeve kryesore që kanë për qëllim realizimin e përqendrimit;

- (e) Struktura e propozuar e pronësisë dhe kontrollit pas përfundimit të përqendrimit;
 - (g) Mbështetje financiare ose të ndonjë forme tjetër që u sigurohet palëve nga çdo lloj burimi (duke përfshirë autoritetet publike), natyrën dhe masën e kësaj mbështetjeje; dhe
 - (h) Paraqisni një listë të sektorëve ekonomikë të përfshirë në përqendrim.
- 3.2. Deklaroni vlerën e transaksionit (çmimin e blerjes ose vlerën e të gjitha sendeve pasurore të përfshira, sipas rastit);
- 3.3 Për secilën nga ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim paraqisni të dhënat e mëposhtme për vitin e fundit financiar:
- 3.3.1 Xhiron në tregun ndërkombëtar;
 - 3.3.2 Xhiron në tregun e brendshëm;

Të dhënat e mësipërme duhet të shoqërohen me një bilanc të audituar të vitit financiar paraardhës.

3.4 Përshkruani arsyet ekonomike të përqendrimit.

3.5 Përshkruani dhe argumentoni përfitimet që rezultojnë për konsumatorin në mënyrë direkte pas realizimit të përqendrimit, në mënyrë të veçantë:

- Rënien e çmimeve të produkteve dhe/ose shërbimeve;
- Rritjen e cilësisë së produkteve dhe/ose shërbimeve;
- Inovacionet teknologjike;
- Rritjen e mundësisë së zgjedhjeve të produkteve dhe/ose shërbimeve për konsumatorët.

Seksioni 4

Pronësia dhe kontrolli

4.1 Për secilën prej palët pjesëmarrëse në përqendrim paraqisni një listë të të gjitha ndërmarrjeve që i takojnë të njëjtit grup.

Kjo listë duhet të përfshijë:

4.1.1. Të gjitha ndërmarrjet ose personat që kontrollojnë palët pjesëmarrëse në përqendrim, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë;

4.1.2. Të gjitha ndërmarrjet, aktive në tregjet e prekura (nëse ka), që kontrollohen në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë:

- a) nga palët pjesëmarrëse në përqendrim;
- b) nga ndonjë nga ndërmarrjet e përcaktuara në pikën 4.1.1 të këtij formulari.

Për kërkesat e përcaktuara në pikat a) dhe b) më sipër, duhet të specifikohet lloji dhe mënyrat e kontrollit.

Informacioni i kërkuar në këtë seksion mund të ilustruhet nga përdorimi i organigramave, grafikëve ose diagramave për të treguar strukturën dhe kontrollin e ndërmarrjeve.

4.2. Në lidhje me palët në përqendrim dhe çdo ndërmarrje ose person të identifikuar në përgjigje të Seksionit 4.1, jepni:

4.2.1. Një listë të të gjitha ndërmarrjeve të tjera që janë aktive në tregjet e prekura (tregjet e prekura janë përcaktuar në Seksionin 6) në të cilët ndërmarrjet ose personat e grupit kanë individualisht ose bashkërisht 10% ose më shumë të të drejtave të votës, kapitalit aksioner të dhënë ose letra të tjera me vlerë;

në secilin rast, identifikoni zotëruesin dhe deklaroni përqindjen e zotëruar;

4.2.2. Një listë për secilën ndërmarrje, të anëtarëve të bordeve drejtuese ose mbikqyrëse, të cilët janë gjithashtu edhe anëtarë të bordeve drejtuese ose mbikqyrëse të një ndërmarrjeje tjetër që është aktive në tregjet e prekur; në secilin rast, identifikoni emrin e ndërmarrjes tjetër dhe pozicionet e mbajtura nga anëtarët në këto organe.

4.2.3. Jepni hollësi mbi blerjet e bëra gjatë tre viteve të fundit nga grupet e identifikuara në Seksionin 4.1, të ndërmarrjeve aktive në tregjet e prekura sipas përcaktimit në Seksionin 6.

4.3 Informacioni i dhënë këtu duhet të ilustruhet me organigrama ose diagrama për të mundësuar një kuptim më të mirë.

Seksioni 5

Dokumentacioni shoqërues

Palët njoftuese duhet të sigurojnë dokumentacionin e mëposhtëm:

5.1. Kopje të versioneve përfundimtare ose më të fundit të të gjithë dokumenteve rreth përqendrimit, të realizuar nëpërmjet një marrëveshjeje ndërmjet palëve në përqendrim, përfitim të kontrollit apo nëpërmjet një oferte publike;

5.2 Në rastin e një oferte publike, një kopje të dokumentet të ofertës; nëse është e padisponueshme në kohën e njoftimit, ai duhet të dërgohet sa më shpejt që të jetë i mundur dhe jo më vonë se sa kur u është dërguar aksionerëve;

- 5.3. Kopje të raporteve dhe llogarive vjetore më të fundit për të gjitha palët në përqendrim; dhe
- 5.4. Kopje të të gjitha analizave, raporteve, studimeve, vëzhgimeve dhe çdo dokument i krahasueshëm me to, të hartuara nga ose për një anëtar(ë) të bordit të drejtorëve, bordit mbikëqyrës, person(a) të tjerë që ushtrojnë funksione të ngjashme të cilat u janë deleguar ose caktuar, ose mbledhjes së aksionerëve, me qëllim vlerësimin dhe analizimin e përqendrimit. Ky dokumentacion përfshin vlerësime në lidhje me pjesët e tregut, kushtet konkurrencës efektive, konkurrentët (faktikë ose potencialë), arsyet e përqendrimit, mundësinë për rritjen e shitjeve ose zgjerimin në produkte të tjera, zgjerimin në tregje të tjerë gjeografikë, dhe/ose kushte të përgjithshme të tregut .
- 5.5 Për secilin prej këtyre dokumenteve, tregoni (nëse nuk është në vetë dokumentin) datën e përgatitjes, emrin dhe pozicionin e secilit individ, që ka përgatitur secilin prej këtyre dokumenteve.

Seksioni 6

Përcaktimi e tregut²

Tregjet përkatëse të produktit dhe gjeografik përcaktojnë fushën brenda të cilit duhet të vlerësohet fuqia e tregut e njësisë së re që rezulton nga përqendrimi.

Pala ose palët njoftuese duhet të japin të dhënat që kërkohen duke patur parasysh përcaktimet e mëposhtme:

6.1. Tregjet përkatës të produkteve:

Një treg përkatës i produktit përfshin të gjitha ato produkte (mallra dhe/ose shërbime), të cilat shihen si të shkëmbyeshëm ose të zëvendësueshëm nga konsumatori, për shkak të karakteristikave, çmimeve dhe qëllimit të përdorimit të tyre. Një treg përkatës produkti mund, në disa raste, të përbëhet nga një numër produktesh të veçanta, të cilat kanë karakteristika fizike ose teknike mjaft të ngjashme dhe janë të shkëmbyeshme ndërmjet tyre.

Faktorët për vlerësimin e tregut përkatës të produktit përfshijnë analizat se pse produktet përshihen në këto tregje dhe përse të tjerat përjashtohen, duke përdorur përkufizimin e mësipërm dhe duke patur parasysh, për shembull, zëvendësueshmërinë, kushtet e konkurrencës, çmimet, elasticitetin e kryqëzuar të çmimit të kërkesës ose faktorë të tjerë, të nevojshëm për përkufizimin e tregjeve të produkteve.

² Për më shumë informacion shih udhëzuesin “Për përcaktimin e tregut përkatës”, miratuar me vendimin nr 76 të Komisionit të Konkurrencës, publikuar në www.caa.gov.al

6.2. Tregjet përkatës gjeografikë:

Tregu përkatës gjeografik përbëhet nga zona ku ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim përfshihen në ofertën dhe kërkesën e produkteve (mallra/shërbim) përkatëse, ku kushtet e konkurrencës janë mjaftueshmërisht homogjene dhe mund të dallohen nga zonat gjeografike fqinje, për shkak se kushtet e konkurrencës janë mjaft të ndryshme nga ato zona.

Faktorët që merren parasysh për vlerësimin e tregut përkatës gjeografik përfshijnë: natyrën dhe karakteristikat e produkteve në fjalë, praninë e barrierave të hyrjes, preferencat e konsumatorit, ndryshime të ndjeshme në pjesët e tregut të ndërmarrjeve midis zonave gjeografike fqinje ose ndryshime të ndjeshme të çmimeve.

6.3. Tregjet e prekura

Për qëllimet e informacionit të kërkuar në këtë Formular, tregjet e prekura përbëhen nga tregjet përkatëse të produktit në territorin e Shqipërisë, ku:

(a) dy ose më shumë prej palëve në përqendrim janë angazhuar në veprimtari ekonomike në të njëjtit treg të produktit dhe ku përqendrimi do të çojë në një pjesë të kombinuar të tregut prej 15% ose më shumë. Këto janë marrëdhënie horizontale;

(b) një ose më shumë prej palëve në përqendrim janë përfshirë në veprimtari ekonomike në një treg produkti, që është në nivelin e sipërm apo të poshtëm të atij tregu produkti, ku është angazhuar edhe një palë tjetër në përqendrim, dhe ku çdo pjesë e tregut të tyre, individuale ose e kombinuar në çdo nivel është 25% ose më shumë, pavarësisht nëse ka ose jo marrëdhënie ekzistuese ofrues/blerës ndërmjet palëve në përqendrim. Këto janë marrëdhënie vertikale.

6.4. Tregjet e lidhura me tregjet e prekura sipas kuptimit të paragrafit 6.3

Mbi bazën e përkufizimeve të mësipërme, përshkruani tregjet përkatëse të produktit dhe gjeografik të prekura nga transaksioni i njoftuar, të cilat lidhen ngushtë me tregjet e prekura (në tregjet e nivelit të sipërm, të poshtëm dhe tregjet fqinje horizontale), në të cilët transaksioni i njoftuar mund të ketë një ndikim të rëndësishëm, për shembull, ku:

(a) një prej palëve në përqendrim ka një pjesë tregu më të madhe se 15% dhe secila nga palët e tjera në përqendrim është një konkurrent potencial në atë treg.

Një palë mund të konsiderohet si konkurrent potencial, veçanërisht, nëse ai ka plane për të hyrë në një treg ose ka zhvilluar apo ndjekur këto plane në dy vjetët e fundit; (Sipas seksionit III, shkronja a)

(b) një prej palëve në përqendrim ka një pjesë tregu më të madhe se 25% dhe secila nga palët e tjera në përqendrim ka të drejta të rëndësishme të pronësisë intelektuale për atë treg; (Sipas seksionit III, shkronja b)

(c) një prej palëve në përqendrim është e pranishme në një treg produkti që është një treg fqinj i lidhur ngushtë me tregun e produktit, në të cilin është e angazhuar një palë tjetër në përqendrim dhe pjesët individuale ose të kombinuara të tregut të palëve në një nga këto tregje është 25% e më shumë.

Tregjet e produktit janë tregje fqinje të lidhur ngushtë kur produktet janë plotësues të njëri-tjetrit ose nëse ata i takojnë një game produktesh që përgjithësisht blihet nga e njëjta kategori klientësh për të njëjtin përdorim përfundimtar;

6.5. Tregjet e paprekura

Në rastin kur nuk ka tregje të prekura sipas kuptimit të seksionit 6, paragrafi III, përshkruani në çfarë produktesh dhe në çfarë hapësire gjeografike të tregjeve do të kishte efekt përqendrimi i njoftuar.

Seksioni 7

Informacioni mbi tregjet e prekura

Për secilin nga tregjet përkatëse të prekura të produktit, për secilin nga tre vitet e fundit financiarë:

- a) për territorin e Shqipërisë dhe
- b) sipas gjykimit të palëve njoftuese, kur tregu përkatës gjeografik është i ndryshëm;

paraqisni sa më poshtë:

- 7.1 Një vlerësim të madhësisë totale të tregut, në kuptimin e vlerës së shitjeve dhe volumit (njësi). Tregoni bazën dhe burimet për llogaritjet dhe paraqisni dokumente sipas rastit për të konfirmuar këtë llogaritje;
- 7.2 Shitjet në vlerë dhe volum, si dhe një vlerësim të pjesës së tregut për secilën nga palët në përqendrim;
- 7.3 Një vlerësim të pjesës së tregut në vlerë (dhe ku mundet volumin) e të gjithë konkurruesve (duke përfshirë importuesit) që kanë të paktën 5% të

tregut gjeografik. Identifikoni burimet e përdorura për të llogaritur këto tregje dhe jepni dokumente sipas rastit për të konfirmuar llogaritjen;

- 7.4. Jepni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të caktuar të kontaktit për konkurrentët e identifikuar sipas 7.3;
- 7.5. Një vlerësim të vlerës dhe volumit të përgjithshëm dhe burimit të importeve nga jashtë territorit të Shqipërisë dhe identifikoni:
 - (a) raportin e këtyre importeve që dalin nga grupet të cilëve u takojnë palët në përqendrim;
 - (b) Një vlerësim të masës që çdo kuotë, pengesa tarifore ose jo tarifore të tregtisë që ndikojnë mbi këto importe; dhe
 - (c) një vlerësim për masën në të cilën transporti dhe shpenzimet e tjera që ndikojnë mbi këto importe;
- 7.6. Masën e ndikimit që ushtrojnë mbi tregtinë ndërmjet Shqipërisë dhe shteteve të tjera:
 - (a) transportimi dhe shpenzimet e tjera; dhe
 - (b) barrierat e tjera jo tarifore për tregtinë;
- 7.7. Mënyrën në të cilën palët në përqendrim prodhojnë, caktojnë çmimin dhe shesin produktet dhe/ose shërbimet; për shembull, nëse ato prodhojnë në vend apo shesin nëpërmjet lehtësirave lokale të shpërndarjes;
- 7.8 Natyrën dhe masën e integritit vertikal për secilën nga palët e përqendrimit krahasuar me konkurruesit e tyre më të mëdhenj;

Seksioni 8

Kushtet e përgjithshme në tregjet e prekura

- 8.1. Identifikoni pesë ofruesit më të mëdhenj të palëve në përqendrim dhe pjesët e tyre individuale të blerjeve nga secili prej këtyre ofruesave (të lëndëve të para ose mallrave që përdoren për qëllimet e prodhimit të produkteve përkatëse). Jepni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të caktuar të kontaktit; dhe në rastet kur nuk ka person të tillë, të drejtorit ekzekutiv) për secilin nga këta ofrues.

Struktura e furnizimit në tregjet e prekura

- 8.2. Shpjegoni kanalet e shpërndarjes dhe rrjetet e shërbimit që ekzistojnë në tregjet e prekura. Për ta bërë këtë, merrni parasysh, atje ku është e mundur, sa më poshtë:
- (a) sistemet e shpërndarjes mbizotëruese në treg dhe rëndësinë e tyre. Në cilën masë është realizuar shpërndarja nga palët e treta dhe/ose ndërmarrjet që i takojnë të njëjtit grup si dhe palët e identifikuara në Seksionin 4;
 - (b) Rrjetet e shërbimit (për shembull, mirëmbajtjen dhe riparimin) që mbizotërojnë dhe rëndësinë e tyre në këto tregje. Në cilën masë kryhen këto shërbime nga palët e treta dhe/ose ndërmarrjet që i takojnë të njëjtit grup si dhe palët e identifikuara në Seksionin 4?
- 8.3. Jepni një vlerësim të kapacitetit të prodhimit ose ofrimit të shërbimit në tregun kombëtar dhe/ose në tregun gjeografik përkatës, nëse ky është i ndryshëm për të tre vitet e fundit. Gjatë kësaj periudhe, ç'pjesë e këtij kapaciteti i përket secilës prej palëve në përqendrim dhe cilat janë normat e tyre përkatëse të shfrytëzimit të kapacitetit. Sipas rastit, identifikoni vendndodhjen dhe kapacitetin e ambienteve prodhuese të secilës prej palëve në përqendrim në tregjet e prekura.
- 8.4. Përcaktoni nëse një prej palëve në përqendrim, ose një prej konkurrentëve, kanë produkte që mund të futen në treg në të ardhmen e afërt, ose plane për të zgjeruar (ose kontraktuar) prodhimin ose kapacitetin e shitjeve. Nëse po, jepni një vlerësim të shitjeve të planifikuara dhe pjesëve të tregut të palëve në përqendrim gjatë tre deri në pesë vitet e ardhshme.
- 8.5. Nëse ju mendoni se është i rëndësishëm ndonjë faktor tjetër nga ana e ofertës, ai/ato duhet të specifikohen.

Struktura e kërkesës në tregjet e prekura

- 8.6. Identifikoni pesë konsumatorët e pavarur më të mëdhenj të palëve, në secilin treg të prekur dhe pjesën e tyre individuale të shitjeve të totale për këto produkte, që i takojnë secilit prej këtyre konsumatorëve. Siguroni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të kontaktit, për secilin prej këtyre konsumatorëve.
- 8.7. Shpjegoni strukturën e kërkesës përsa i përket:
- (a) fazave të tregjeve në kuptimin e, për shembull, fillimit, zgjerimit, pjekurisë dhe rënies, dhe parashikimit të normës së rritjes së kërkesës;

- (b) rëndësisë së preferencave të konsumatorëve, për shembull, në kuptimin e besnikërisë ndaj markës, sigurimi i shërbimeve para dhe pas shitjes, sigurimi i një game të gjerë produktesh, ose efektet e rrjetit;
- (c) rolit dhe diferencimit të produktit në kuptimin e attributeve ose cilësisë dhe të masës në të cilën produktet e palëve në përqendrim janë zëvendësuese të afërta;
- (d) rolit të shpenzimeve të kalimit (në kuptimin e kohës dhe shpenzimit) për konsumatorët nëse kalojnë nga një furnitor tek tjetri;
- (e) shkallës së përqendrimit ose shpërndarjes së konsumatorëve;
- (f) segmentimit të konsumatorëve në grupe të ndryshme me një përshkrim të “konsumator tipik” për secilin grup;
- (g) rëndësisë së kontratave ekskluzive të shpërndarjes dhe tipave të tjerë të kontratave afat-gjata; dhe
- (h) shkallën në të cilën autoritetet publike, institucionet e administratës qendrore dhe vendore, ndërmarrjet shtetërore ose organizma të ngjashëm, janë pjesëmarrës të rëndësishëm, si burim kërkesë.

Hyrja në treg

- 8.8. Gjatë pesë vjetëve të fundit, ka patur ndonjë hyrje të rëndësishme në ndonjë nga tregjet e prekura? Nëse përgjigja është “Po”, identifikoni këto hyrje dhe jepni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të caktuar të kontaktit, si dhe një vlerësim të pjesës faktike të tregut për secilën nga këto hyrje. Nëse një nga palët në përqendrim ka hyrë në një treg të prekur në pesë vitet e fundit, jepni një analizë të pengesave të hasura në hyrje.
- 8.9. Sipas gjykimit të palëve njoftuese, a ka ndërmarrje (duke përfshirë ato që aktualisht veprojnë vetëm në tregjet jashtë territorit të Shqipërisë) që mund të hyjnë në treg? Nëse përgjigja është “Po”, identifikoni këtë/këta hyrës me emër, adresë, numrër telefoni, numër faksi dhe personin e caktuar të kontaktit. Shpjegoni pse kjo hyrje është e mundshme dhe jepni një vlerësim të kohës brenda së cilës kjo hyrje mund të ndodhë.
- 8.1 Përshkruani faktorët e ndryshëm që ndikojnë në tregjet e prekura, që lidhen me çështjen në fjalë, duke bërë një vlerësim të hyrjes si nga pikëpamja

gjeografike, ashtu edhe nga ajo e produktit. Duke bërë këtë, merrni parasysh, aty ku është e mundur, faktorët e mëposhëm:

- (a) kostot totale të hyrjes (Kërkimi dhe Zhvillimi, krijimi i sistemeve shpërndarëse, promovimit, reklamës, shërbimet etj) në një shkallë të barasvlefshëme me një konkurrues të rëndësishëm, që është i suksesshëm, duke treguar pjesën e tregut të një konkurrenti të tillë;
- (b) çdo pengesë ligjore ose rregullatore për hyrjen, si autorizimi qeveritar ose caktimi i një standardi në një formë të caktuar, si dhe pengesat që rrjedhin nga procedurat e certifikimit të produktit, ose nevojës për të patur një regjistër të verifikueshëm;
- (c) çdo kufizim të krijuar nga ekzistenca e patentave, know-how dhe të drejtave të tjera të pronësisë intelektuale në këto tregje, si dhe çdo kufizim të krijuar nga licencimi i këtyre të drejtave;
- (d) masën në të cilën secila prej palëve në përqendrim është zotërues, i licencuar ose licencues i patentave, know-how dhe të drejtave të tjera në tregjet në fjalë;
- (e) rëndësinë e ekonomive të shkallës për prodhimin ose shpërndarjen e produkteve në tregjet e prekura; dhe
- (f) të drejtën e hyrjes tek burimet e furnizimit, si disponueshmëria e lëndëve të para dhe infrastrukturës së nevojshme.

Kërkimi dhe zhvillimi

8.11. Jepni një përshkrim të rëndësishëm të kërkimit dhe zhvillimit në aftësinë e një firme që vepron në tregut(gjet) për të konkurruar për një periudhë afatgjatë. Shpjegoni natyrën e kërkimit dhe zhvillimit dhe tregjet e prekura të kryera nga palët në përqendrim.

Për ta bërë këtë, merrni parasysh, sipas rastit, sa më poshtë:

- (a) prirjen dhe intensitetin e kërkimit dhe zhvillimit në këto tregje dhe për palët në përqendrim;
- (b) drejtimin e zhvillimit teknologjik për këto tregje për një periudhë kohe të përshtatshme (duke përfshirë zhvillimet në produkte dhe/ose shërbime, proceset e prodhimit, sistemet e shpërndarjes, etj);
- (c) novacionet kryesore që janë bërë në këto tregje dhe ndërmarrjet përgjegjëse për këto novacione; dhe

(d) ciklin e novacionit në këto tregje dhe ku janë palët në këtë cikël novacioni.

Marrëveshjet e Bashkëpunimit

- 8.12. Deri në cilën masë marrëveshjet e bashkëpunimit (horizontale, vertikale) janë të pranishme në tregjet e prekura?
- 8.13. Jepni hollësi për marrëveshjet më të rëndësishme të bashkëpunimit, ku janë angazhuar palët në përqendrim në tregjet e prekura, të tilla si, marrëveshjet e kërkim dhe zhvillimit, licencimit, prodhimit të përbashkët, specializimit, shpërndarjes, furnizimit afatgjatë dhe të marrëveshjeve për shkëmbim të informacionit.

Shoqatat tregtare

- 8.14. Në lidhje me shoqatat tregtare (ose grupimeve të ndërmarrjeve) në tregjet e prekura:
- (a) identifikoni ato në të cilat palët në përqendrim janë anëtare; dhe
- (b) identifikoni shoqatat tregtare më të rëndësishme, të cilave u takojnë konsumatorët dhe furnitorët e palëve në përqendrim.
- Jepni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e e-mail-it dhe personin e caktuar të kontaktit për të gjitha shoqatat tregtare të renditura më sipër.

Seksioni 9

Informacion i përgjithshëm i tregut

- 9.1. Përshkruani se si përqendrimi i propozuar mund të prekë interesat e konsumatorëve të ndërmjetëm dhe fundorë dhe zhvillimin e përparimit teknik dhe ekonomik.
- 9.3. Nëse ju doni që Autoriteti i Konkurrencës të shqyrtojë veçanërisht nëse shtimi i eficiencës që përfitohet nga përqendrimi mund të forcojë aftësinë dhe nxitjet e njësisë pas përqendrimit, për të vepruar pozitivisht ndaj konkurrencës në interes të konsumatorëve, jeni të lutur të paraqisni një përshkrim dhe dokumentet shoqërues të eficiencës (duke përfshirë kostot fikse të shpenzimeve, prezantimet e produkteve të reja dhe përmirësimin e produktit/shërbimit) që palët parashikojnë që do të rezultojë nga përqendrimi

i propozuar në lidhje me çdo produkt përkatës. Për çdo eficiencë të pretenduar paraqisni:

- (i) një përshkrim të detajuar se si përqendrimi i propozuar do të lejojë subjektin e ri të arrijë efikasitetin. Përcaktoni hapat që palët parashikojnë të marrin për të arritur eficiencën, rreziqet përkatëse dhe arritjen e eficiencës dhe kohën dhe shpenzimet e duhura për të arritur atë;
- (ii) Nëse është e mundur, shkallën e eficiencës dhe një shpjegim të detajuar si është llogaritur kjo shkallë. Nëse është e rëndësishme, paraqisni gjithashtu një vlerësim të rëndësisë së eficiencës në lidhje me hedhjen në treg të produkteve të reja ose përmirësimet cilësore. Për efikasitetin që ka të bëjë me koston e shpenzimeve, tregoni veçmas kostot e shpenzimeve fikse, kostot e shpenzimeve të vazhdueshme dhe kostot e shpenzimeve të ndryshueshme (në lek për njësi dhe në Lek në vit);
- (iii) masën në të cilën konsumatorët mund të përfitojnë nga efikasiteti dhe një shpjegim të detajuar se si është arritur ky konkluzion; dhe
- (iv) arsyen pse pala ose palët nuk mund të arrijnë eficiencën në një shkallë të njëjtë nëpërmjet një mënyre tjetër, përveç përqendrimit të propozuar në mënyrë që nuk mund të shkaktojë shqetësime konkurrence.

Seksioni 10

Efektet bashkëvepruese të një ndërmarrje të përbashkët

10.1 Duke pasur parasysh Nenin 10, shkronja ç e Ligjit, lutemi përgjigjuni pyetjeve të mëposhtme:

- (a) A kanë veprimtari në një masë të rëndësishme dy ose më shumë ndërmarrje mëmë në të njëjtin treg me ndërmarrjen e përbashkët ose në një treg në nivel të sipërm ose të poshtëm me atë të ndërmarrjes së përbashkët, ose në një treg fqinj të lidhur ngushtë me këtë treg?

Nëse përgjigja është “Po”, jeni të lutur të tregoni për secilin nga tregjet e përmendur këtu:

- xhiron e secilës shoqëri mëmë në vitin paraardhës financiar;

- rëndësinë ekonomike të veprimtarive të ndërmarrjes së përbashkët në lidhje me këtë xhiro;
- pjesën në treg të secilës ndërmarrje mëmë.

Nëse përgjigja është negative, jeni të lutur të arsyetoni përgjigjen tuaj.

(b) Nëse përgjigja në shkronjën (a) është pohuse dhe sipas mendimit tuaj, krijimi i i ndërmarrjes së përbashkët nuk sjell bashkërendim të veprimtarive ndërmjet ndërmarrjeve të pavarura, që të kufizojë konkurrencën në kuptimin e Nenit 4 të Ligjit, jepni arsytet tuaja.

(c) Pavarësisht nga përgjigjet në shkronjat (a) dhe (b) dhe me qëllim që të sigurohet kryerja e një vlerësimi të plotë të çështjes nga Autoriteti, jeni të lutur të shpjegoni si zbatohen kriteret e neneve 5, 6, dhe 7 të Ligjit. Në përputhje me neni 5, pika 2 këto kriere nuk do të gjejnë zbatim nëse transaksioni i kryer:

- (i) kontribuon në përmirësimin e prodhimit ose shpërndarjen e mallrave, ose në nxitjen e përparimit teknik dhe ekonomik;
- (ii) u lejon konsumatorëve dhe përdoruesave një pjesëmarje të drejtë në në rezultatet e përfitimit;
- (iii) nuk vendos mbi ndërmarrjet përkatëse kufizime që nuk janë të domosdoshme për arritjen e këtyre objektivave; dhe
- (iv) nuk u ofron këtyre ndërmarrjeve mundësinë e eliminimit të konkurrencës në lidhje me një pjesë të ndjeshme të produkteve në fjalë.

Seksioni 11

Deklarimi

11. Njoftimi duhet të përfundojë me deklarimin e mëposhtëm që duhet të nënshkruhet nga ose në emër të të gjitha palëve njoftuese:

Pala ose palët njoftuese deklarojnë që, sipas njohurive dhe besimit të tyre të plotë, informacioni i dhënë në këtë njoftim është i vërtetë, i saktë dhe i plotë; se janë dhënë kopje të vërteta dhe të plota të dokumenteve të kërkuara nga Formulari. Të gjitha vlerësimet e dhëna identifikohen si të vërteta dhe janë vlerësimet e tyre më të mira të mbështetura mbi faktet dhe se të gjitha mendimet e shprehura janë të sinqerta.

Vendi dhe data:

Emër Mbiemër:

Nënshkrimi:

Ose

Në emër të:

Përfaqësuesi ligjor:

Referenca dhe shpjegime:

1. Ligji Nr.9121, datë 28.7.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës.
2. Rregullorja “Për zbatimin e procedurave të kontrollit të përqëndrimit të ndërmarrjeve”
3. Udhëzimi “Për formën e njoftimit të përqëndrimeve”
4. Udhëzuesi “Për përcaktimin e tregut përkatës”, miratuar me vendimin nr 76 të Komisionit të Konkurrencës
5. Termi “përqendrim” është përkufizuar në Nenin 10 dhe 12 të Ligji No.9121, datë 28.7.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës.
6. Për llogaritjen e xhiros, shih nenet 15, 16, 17 të Ligjit No.9121, datë 28.7.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”. Dispozita të veçanta ndodhen në nenin 17 të Ligjit për institucionet e kreditit, institucionet të tjera financiare, ndërmarrjet e sigurimit.
7. Një treg i prekur do të konsiderohet ai treg , ku një palë në përqendrim ka një pjesë tregu më të madhe se 15% në nivelin e sipërm apo të poshtëm ku në atë treg ushtron veprimtari pala tjetër, dhe kur përqendrimi i tyre të çon në një pjesë tregu të kombinuar më shumë se 25%.
8. Siç shpjegohet në Udhëzimin, në kontekstin e para njoftimit, ju mund të diskutoni me Autoritetin deri në cilën masë përjashtimi nga paraqitja e informacionit të kërkuar do të ishte e përshtatshme për tregje të prekur.
9. Vlera dhe volumi i një tregu duhet të reflektojë prodhimin duke zbritur eksportet dhe shtuar importet për zonat gjeografike nën shqyrtim. Nëse është e gatshme, jeni të lutur të jepni informacion të ndarë mbi importet dhe eksportet përkatësisht sipas vendit të origjinës dhe destinacionit.
10. HHI (Indeksi Herfindahl-Hirschman), llogaritet duke mbledhur katrorët e pjesëve individuale të tregut të të gjitha firmave në treg. Për shembull, një treg që ka pesë firma me pjesë në treg prej përkatësisht 40 %, 20 %, 15 %, 15 %, dhe 10 %, ka një HHI prej 2550 ($40^2 + 20^2 + 15^2 + 15^2 + 10^2 = 2550$). HHI varion nga gati zero (në një treg të ndarë) në 1000 (në rastin e monopolit të pastër). HHI pas bashkimit llogaritet mbi prezumimin e punës që pjesët individuale në treg të shoqërive ndryshojnë. Megjithëse është më mirë të përfshihen të gjitha firmat në llogaritje, mungesa e informacionit në lidhje me firmat shumë të vogla mund të mos jetë i rëndësishëm pasi këto firma nuk ndikojnë në mënyrë të konsiderueshme mbi HHI.
11. Rritja e përqendrimit sipas matjes nëpërmjet HHI-së mund të llogaritet në mënyrë të pavarur për të gjithë përqendrimin e tregut, duke dyfishuar produktin e pjesëve të tregut të firmave pjesëmarrëse në përqendrim. Për shembull, një bashkim apo përfitim kontrolli i dy firmave, me pjesë në treg përkatësisht 30% dhe 15%, do të rrisnin HHI-në me 900 ($30 \times 15 \times 2 = 900$). Shpjegimi për këtë teknikë është si më poshtë: Para përqendrimit, pjesët e tregut të firmave që bashkohen kontribuojnë në HHI nëpërmjet katrorëve të tyre individualisht: $(a)^2 + (b)^2$. Pas përqendrimit, kontributi është katrori i

shumave të tyre: $(a + b)^2$, që është e barabartë me $(a)^2 + (b)^2 + 2ab$. Rritja në HHI përfaqësohet me $2ab$.

12. D.m.th, ofruesit që nuk janë filiale, agjentë ose ndërmarrje që janë pjesë e grupit të palës në fjalë. Përveç atyre pesë furnitorëve të pavarur, palët njoftuese, nëse ato e mendojnë të nevojshme për një vlerësim të saktë të çështjes, identifikojnë furnitorët e brendshëm. E njëjta zbatohet për 8.6 në lidhje me konsumatorët.
13. Eksperienca ka treguar që shqyrtimi i çështjeve komplekse kërkon zakonisht më shumë hollësi kontakti për klientët. Në kuadrin e kontakteve para njoftimit, Autoriteti mund të kërkojë më shumë hollësi kontakti për klientit për tregje të caktuara të prekura.
14. Intensiteti i kërkimit dhe zhvillimit përkufizohet si shpenzim i zhvillimit të kërkimit si një raport i xhiros.
15. Duhet të vihet re që dhënia e informacionit sipas Seksionit 9.3 është vullnetare. Palëve nuk u kërkohet të ofrojnë ndonjë arsyetim për mosmbushjen e këtij seksioni, Mosdhënia e informacionit mbi eficiencën nuk do të merret me kuptimin që përqendrimi i propozuar nuk krijon eficiencë ose që arsyet për përqendrim janë për rritjen e fuqisë së tregut. Mosdhënia e informacionit të kërkuar për eficiencën një fazën e njoftimit nuk pengon dhënien e informacionit në një fazë të mëvonshme. Megjithatë, sa më parë të jepet informacioni, aq më mirë Autoriteti mund të verifikojë pretendimin e eficiencës.