



**REPUBLIKA E SHQIPËRISË
AUTORITETI I KONKURRENCËS
KOMISIONI I KONKURRENCËS**

VENDIM

nr.353 , datë 05.03.2015

“Për mbylljen e procedurës së hetimit paraprak në tregun e importit dhe shitjes me shumicë të cigareve të fabrikua”.

Komisioni i Konkurrencës, me përbërjen e:

- Lindita MILO (LATI) Kryetar
- Servete GRUDA Zv/Kryetar
- Eduard YPI Anëtar
- Koço BROKA Anëtar
- Iva ZAJMI Anëtar

Në mbledhjen e tij të datës 05.03.2015, me pjesëmarrjen e Znj. Servete GRUDA Zv/Kryetar, Znj. Iva ZAJMI Anëtar, Z. Koço BROKA Anëtar, Z. Eduard YPI Anëtar, trajtoi çështjen me:

Objekt: Shqyrtimi i raportit të hetimit paraprak në tregun e importit dhe shitjes me shumicë të cigareve të fabrikua.

Baza ligjore: Neni 24, shkronja d, neni 26, të Ligjit nr. 9121, datë 28.7.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, si dhe nenet 12 dhe 12/1 të Rregullores “Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës”.

Komisioni i Konkurrencës pas shqyrtimit të:

Raportit “Mbi hetimin paraprak në tregun e importit dhe shitjes me shumicë të cigareve të fabrikua” dhe relacionit të Sekretarit të Përgjithshëm të Autoritetit të Konkurrencës,

VËREN SE:

I. PROCEDURA

Komisioni i Konkurrencës, pas shqyrtimit të raportit të monitorimit, të realizuar nga sektori i analizës dhe monitorimit të tregjeve, në tregun e importit dhe shitjes me shumicë të cigareve të fabrikuar, në zbatim të nenit 24, shkronja (d), nenit 26 dhe 42, pika 1, të ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”, i ndryshuar (këtu e më poshtë Ligji), vendosi hapjen e procedurës së hetimit paraprak në tregun e importit dhe shitjes me shumicë të cigareve të fabrikuar (Vendimi Nr. 342, datë 27.11.2014), për të vlerësuar nëse ka ose jo shenja të kufizimit të konkurrencës. Periudha e hetimit e përcaktuar nga Komisioni i Konkurrencës në Vendimin e mësipërm është 1 Janar 2014 – 31 Dhjetor 2014.

Për mbledhjen e fakteve dhe të dhënave të nevojshme në lidhje me hetimin, bazuar në nenet 33 dhe 34 të Ligjit, Grupi i Punës ka kërkuar të dhëna dhe informacion nga ndërmarrjet, Drejtoria e Përgjithshme e Doganave si dhe Drejtoria e Përgjithshme e Tatimeve.

Në bazë të nenit 35 dhe 36 të Ligjit, Vendimit dhe Autorizimit të Komisionit të Konkurrencës nr. 510 Prot., datë 01.12.2014, grupi i inspektimit realizoi inspektimet pranë ndërmarrjeve që operojnë në treg.

II. NDËRMARRJET NËN HETIM

Bazuar në Vendimin nr. 342, si edhe informacionin e administruar gjatë inspektimeve, ndërmarrjet të cilat operojnë në tregun e importit, prodhimit dhe shitjes me shumicë dhe pakicë të duhanit janë:

- 1. AGNA Group**, me seli në Gjirokastrë Vrisera. Shitjen me shumicë dhe shpërndarjen e paketave të saj kjo ndërmarrjes e realizon nëpërmjet shoqërisë ALFA. Shoqëria ALFA ka selinë në Gjirokastrë Vrisera.
- 2. British American Tobacco (BAT)**, me seli në Tiranë, Rruga e Kavajës, zotërohet 100% nga British American Tobacco International Holdings. BAT ushtron aktivitetin në Shqipëri prej 21 vitesh. BAT operon në Shqipëri si importuese dhe shitjen me shumicë dhe shpërndarjen e paketave deri te shitësi me pakicë e realizon nëpërmjet Tabacco Holding Group (THG).
- 3. Japan Tobacco International Tirana**, me seli në Tiranë, Rruga Milto Tutulani zotërohet 100% nga Japan Tobacco International Holding ushtron aktivitetin në tregun shqiptar që nga janari i vitit 2011. JTI importon paketat e mësipërme dhe realizon shitjen me shumicë dhe distribucionin nëpërmjet Marketing & Distribution.

4. **Imperial Tobacco** është e vetmja kompani në tregun e duhanit e cila operon në Shqipëri me statusin e përfaqësisë. Kjo shoqëri ka selinë në Tiranë Rruga Brigada e 8. Të gjithë aktivitetin e saj e kryen shoqëria Marketing & Distribution.
5. **Marketing & Distribution**, me seli në Tiranë Kashar. M&D importon, shet me shumicë dhe shpërndan paketat e Imperial Tobacco.
6. **Philip Morris** Albania, me seli në Tiranë, Rruga Murat Toptani, ka për objekt të veprimtarisë së saj blerjen, shitjen eksport importin e prokteve të duhanit. Kjo shoqëri zotërohet 100% nga Philip Morris S.A. Shitjen me shumicë dhe shpërndarjen e paketave të shoqërisë Philip Morris e realizon shoqëria Inter Distribution Services.

III. STRUKTURA E TREGUT

Tregu përkatës, në bazë të nenit 3, pika 7, të Ligjit dhe të Vendimit të Komisionit të Konkurrencës nr. 76, datë 07. 04. 2008 “Për miratimin e udhëzimit për përcaktimin e tregut përkatës” përcaktohet në dy dimensione:

- a. *Tregu i produktit*
- b. *Tregu gjeografik*

Tregu përkatës i produktit është: cigaret e prodhuara nëpërmjet makinerive. Cigaret e prodhuara nëpërmjet makinerive kanë karakteristika të ndryshme për sa i përket paketimit, formës së tyre, elementëve të brendshëm si nikotina, aroma, niveli i katranit, shija etj. Duke qenë se në tregun e cigareve ka 90 lloje të ndryshme paketash në analizë kemi marrë ato paketa të cilat zënë peshën më të madhe në importet dhe shitjet e një ndërmarrjeje.

III.1. Zëvendësueshmëria nga ana e kërkesës dhe ofertës

Në tregun e cigareve kemi zëvendësueshmëri si nga ana e kërkesës ashtu edhe nga ana e ofertës. Për sa i përket zëvendësueshmërisë nga ana e kërkesës themi se duhan pirësit kanë mundësi zgjedhje duke qenë se ekzistojnë 90 lloje të ndryshme paketash në treg. Pavarësisht faktit që çmimi i cigareve ndryshon shumë nga lloji në lloj, brenda të njejtës kategori çmimi, ka një shumëllojshmëri të madhe paketash.

III.2. Zëvendësueshmëria nga ana e ofertës

Në tregun e cigareve janë 11 ndërmarrje importuese duhani dhe cigaresh. Nga analiza e tregut, rezulton se disa prej ndërmarrjeve importuese operojnë në tregun e shitjes me shumicë dhe shpërndarjes së cigareve. Nga ana e ofertës themi se kemi zëvendësueshmëri duke qenë se ka disa ndërmarrje të cilat importojnë, tregtojnë me shumicë dhe shpërndajnë produktin.

Tregu gjeografik përfshin të gjithë territorin e Republikës së Shqipërisë sepse ky produkt tregtohet në të gjithë tregun e brendshëm.

Tregu përkatës është prodhimi, importi, tregtimi me shumicë, shpërndarja dhe shitja me pakicë e cigareve në tregun e brendshëm.

IV. VLERËSIMI I SJELLJES SË NDËRMARRJEVE

IV.1. Vlerësimi i pozitës dominuese

Vlerësimi i pozitës dominuese të një ndërmarrjeje dhe i fuqisë së tregut që ajo zotëron është hapi i parë, që përcaktohet nga neni 8 i Ligjit dhe për të vazhduar më pas me analizën e nenit 9 të Ligjit, për sjellje të mundshme antikonkurrese dhe abuzive me pozitën dominuese në treg.

Për vlerësimin e pozitës dominuese të ndërmarrjeve objekt hetimi janë marrë në shqyrtim:

a. Pjesët e tregut

Pjesët e tregut mbeten kriteri i parë për nisjen e vlerësimit të pozitës dominuese në një treg. Komisioni Europian fillon vlerësimin e një ndërmarrje nëse ka pozitë dominuese individuale për pjesë tregu mbi XX %. Ndërmarrja Philip Morris Albania, referuar figurës së mëposhtme, zotëron XX % të pjesës së tregut të shitjes me shumicë të cigareve për vitin 2014. Ndërmarrja e dytë Agna SHA rezulton me një pjesë tregu prej XX % për vitin 2014. Ndërmarrja British American Tobacco dhe Japan Tobacco International zotërojnë nga XX % të tregut, ndërsa ndërmarrja Marketing & Distribution XX % të tregut. Për të parë nëse një ndërmarrje gëzon statusin e pozitës dominuese individuale edhe në rastin e pjesëve të tregu ajo duhet të ketë një qëndrueshmëri në vite të këtij treguesi.

Figura 1. Pjesët e tregut të ndërmarrjeve në tregun e shitjes me shumicë¹

Bazuar në grafikun e mësipërm rezultojnë se të dy ndërmarrjet Philip Morris Albania dhe Agna Group nuk kanë pozitë dominuese individuale duke qenë më pjesë të përafërta tregu.

b. Barrierat ligjore

Në legjislacionin shqiptar nuk ka asnjë kufizim për sa i përket themelimit të një ndërmarrjeje, e cila të operojë në tregun e importit dhe tregutit me shumicë të cigareve,

¹ Burimi: Të dhënat e ndërmarrjeve dhe përpunimet e SAS

pra nuk ka ndonjë kufizim apo barrierë administrative të parashikuar nga legjislacioni shqiptar për hyrjen në treg të operatorëve të rinj. Në këto kushte mund të themi se tregu është i hapur për hyrje të reja të operatorëve.

c. Barrierat ekonomike

Për sa i përket fuqisë ekonomike, ndërmarrjet Philip Morris Albania, Agna SHA, JTI, M&D dhe BAT kanë angazhuar kapitale të rëndësishme financiare si edhe realizojnë një xhiro të konsiderueshme në tregun përkatës. Pozita e konsoliduar e ndërmarrjeve në treg, qëndrueshmëria e pjesëve të tregut në vite, përbëjnë barrierë hyrëse. Mund të jetë e vështirë të hysh në këtë treg ku eksperiencia apo reputacioni janë të nevojshme për të konkurruar efektivisht.

d. Konkurrenca potenciale

Në tregun e importit ndërmarrjet që operojnë gjatë periudhës 2012-2014 kanë mbetur të pandryshuara, duke qenë të kufizuara në numër dhe duke ruajtur përgjithësisht edhe pjesët e tregut. Shkak për këtë qëndrueshmëri në vite si të pjesëve të tregut edhe të ndërmarrjeve, janë markat të cilat përbëjnë një barrierë për hyrje të reja. Në Shqipëri aktualisht janë prezentë markat kryesore të cigareve që importohen nga 5 ndërmarrjet kryesore në këtë treg.

e. Fuqia kundërvepruese e blerësve

Për të analizuar fuqinë kundërvepruese të blerësve analiza konvergon në dy kategori: ndërmjetësit/shitësit me pakicë dhe konsumatorët finalë. Për sa i përket ndërmjetësve dhe shitësve me pakicë për shkak të Udhëzimit nr. 17, datë 15.05.2008 i Ministrit të Financave “Për tatimin mbi vlerën e shtuar”, mundësia për të negociuar e tyre mbetet e vogël. Kjo për shkak se çmimi final përcaktohet nga ana e importuesit që në hapin e parë të shitjes.

Ndikimi i drejtpërdrejtë në konkurrencë nga Udhëzimi nr. 17, datë 15.05.2008 i Ministrit të Financave “Për tatimin mbi vlerën e shtuar”, është mbi pikat me pakicë, të cilat nuk mund të ndryshojnë çmimin e përcaktuar nga ana e ndërmarrjes së shitjes me shumicë.

f. Qëndrueshmëria e kërkesës

Kërkesa për cigare të importuara në vend ka ardhur në rënie. Kështu gjatë vitit 2014 rezulton se kemi një import prej 2,830,361 fije, në vitin 2013 kjo sasi është 3,512,366 fije dhe në vitin 2012 cigaret e importuara janë 3,471,679 fije. Rënia në importe është e konsiderueshme për vitin 2014 krahasuar me 2013, por bazë për këtë rënie mund të jenë edhe sasi të mëdha të importuara në fundin e vitit paraardhës, të cilat mbarten si stoqe në vitin pasardhës.

g. Homogjeniteti i produktit, transparenca e tregut

Duhani është produkt i zëvendësueshëm, pra ka një zëvendësueshmëri nga ana e kërkesës, por duhet të theksojmë se markat në këtë treg kanë ruajtur një rol të

rëndësishëm. Pra, investimet në marketing dhe në cilësi, kanë bërë që markat e ndryshme të kenë fuqi të ndryshme mbi çmimin dhe pjesën e tregut.

Në tregun e importit, shitjes me shumicë dhe shitjes me pakicë të cigareve nuk ka asimetri informacioni. Si firmat ashtu dhe konsumatorët kanë informacion të plotë përse i përket karakteristikave të produktit dhe ndryshimit të çmimit, duke qenë se firmat, bazuar në Udhëzimit nr.17, janë të detyruara të publikojnë çmimet e shitjes me pakicë të cigareve në website-in e Drejtorisë së Përgjithshme të Tatimeve si edhe në gazetatat kryesore në vend.

Për sa më sipër, bazuar në Nenin 8 të Ligjit nr. 9121, datë 28.07.2013 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, i ndyshuar, ndërmarrjet Philip Morris Albania SH.A, AGNA SH.A, JTI, M&D Sha dhe BAT nuk kanë pozitë dominuese individuale në tregun e importit dhe tregtimit me shumice të cigareve.

IV.2. Ekzistenca ose jo e marrëveshjeve të ndaluara

Duke qenë se nuk u gjetën evidenca direkte të bashkëpunimit, si dhe nga analiza e tregut përkatës rezultoi një shkallë e lartë përqendrimi, grupi i punës ka analizuar, nëse kjo fuqi tregu vjen si rezultat i koordinimit të sjelljeve të ndërmarrjeve në tregun përkatës nëpërmjet evidencave indirekte ekonomike dhe/ose të komunikimit.

Më datë 02.12.2014 u realizuan inspektimet në mënyrë të njëkohshme në ndërmarrjet “Philip Morris Albania”, “British American Tobacco”(BAT) dhe në datën 06.12.2014 në ndërmarrjen Alfa SH.A/ AGNA Group”. Gjatë inspektimeve në ndërmarrje nuk u gjetën evidenca direkte, të cilat mund të përbënin provë për një marrëveshje të ndaluar midis ndërmarrjeve nën hetim.

Referuar Udhëzimi të Ministrit të Financave nr. 17 është përcaktuar që furnizuesit kryesorë janë të detyruar të publikojnë deklaratën e ndryshimit të çmimit maksimal të shitjes me pakicë për çdo lloj cigareje dhe pakete në jo më pak se dy gazeta ditore nacionale dhe jo më vonë se 5 ditë nga data e aplikimit të çmimit të ri. Për efekte marketing çmimet maksimale mund të vazhdojnë të publikohen në çdo media të shkruar apo elektronike për aq kohë sa ato çmime janë në fuqi.

Drejtoria e Përgjithshme e Tatimeve është e detyruar të publikojë në faqen e saj të internetit çmimet e reja maksimale të shitjes me pakicë të cigareve jo më vonë se dy ditë para datës së zbatimit të çmimeve të reja. Drejtoria e Përgjithshme e Tatimeve mund të publikojë çmimet maksimale të shitjes me pakicë të cigareve në çdo formë tjetër publikimi.

Duke marrë në konsideratë këtë fakt janë analizuar datat e ndryshimit të çmimit të paketave të cilat zënë peshën më të madhe brenda një shoqërie që janë paketat: Winston, Imperial, Karelia Slims, Malboro, Philip Morris, Rothman Leggera dhe Kent.

Nga analiza e bërë konstatojmë se pesë ndërmarrjet e importimit dhe shitjes me shumicë të cigareve, të cilat zënë rreth 91% të tregut të importit dhe gjithë tregun e shitjes me shumicë për vitin 2014, nuk kanë patur sjellje të njëjtë për sa i përket çmimeve në treg. Kështu, ndërmarrja Philip Morris SH.A, e cila është edhe ndërmarrja me pjesën më të madhe të tregut të shitjes me shumicë ka patur një rritje çmimi në periudhë të ndryshme nga ndërmarrja me pjesë tregu më të afërt me të.

Rritja e çmimit të ndërmarrjes Philip Morris është në një periudhë të ndryshme nga ndërmarrja Agna SH.A, por edhe nga ndërmarrjet e tjera Marketing & Distribution dhe ndërmarrja JT International Tirana Shpk. Rritja e çmimeve nga këto ndërmarrje për vitin 2014 është në periudha të ndryshme kohore dhe nuk mund të vlerësohen si çmime paralele dhe si të tilla nuk përbëjnë evidenca ekonomike që mund të përdoren për të provuar një praktikë të bashkërenduar me evidenca indirekte. Gjithashtu, këto ndërmarrje reflektojnë rritjen e barrës fiskale që ka ndodhur në fund të muajit Tetor 2014.

Ndërmarrja Philip Morris dhe ndërmarrje BAT kanë rritur çmimet në një diferencë thuajse të njëjtë prej 30 lekë për paketë në datat 27 dhe 30 Tetor 2014, pas rritjes së barrës fiskale me 24 lekë për paketë. Ndërmarrjet Philip Morris dhe BAT kanë pjesë asimetrike tregu (XX% Philip Morris dhe XX% BAT). Për ndërmarrjen Agna SHA mund të themi se referuar edhe periudhës së futjes në fuqi të akcizës së rritur për cigaret, vendimi për rritjen e çmimit të cigareve është me një vonesë prej një muaj nga kjo ndërmarrje.

Për sa më sipër, vlerësojmë se ndërmarrjet AGNA SH.A, Marketing & Distribution dhe JT International Tirana Shpk kanë rritur çmimin e paketave në momente të ndryshme nga njëra-tjetra, gjë që është vërtetuar dhe nga analiza që i është bërë faturave të shitjes të ardhura nga firmat. Ndërmarrjet Philip Morris dhe BAT kanë rritur çmimet në një diferencë prej tre ditësh, si edhe mungesa e evidencave shtesë të nevojshme (komunikimi apo direkte), bën që të mos ketë indicio të forta për një marrëveshje të mundshme apo një praktikë të bashkërenduar midis tyre.

Si konkluzion mund të themi se nuk konstatohen shkelje të nenit 4 të Ligjit nr.9121, datë 28.07.2013 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, i ndryshuar.

PËR KËTO ARSYE:

Komisioni i Konkurrencës, në mbështetje të nenit 24, shkronja d) të Ligjit nr. 9121, datë 28.07.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, dhe të nenin 12 dhe nenin 21, pika 4,

të Rregullores “Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës”, me propozim të Sekretariatit,

V E N D O S I:

- I. Mbylljen e procedurës së hetimit paraprak në tregun e importit dhe shitjes me shumicë të cigareve të fabrikuar, pasi nuk ka shenja të kufizimit të konkurrencës në bazë të nenit 9 dhe 4 të Ligjit nr. 9121, datë 28.07.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, i ndryshuar.
- II. Ngarkohet Sekretari i Përgjithshëm për komunikimin e këtij vendimi ndërmarrjeve nën hetim.

Ky vendim hyn në fuqi menjëherë.

KOMISIONI I KONKURRENCËS

Servete GRUDA

(_____)

Zv/Kryetar

Koço BROKA

(_____)

Anëtar

Iva ZAJMI

(_____)

Anëtar

Eduard YPI

(_____)

Anëtar

Lindita MILO (LATI)

K R Y E T A R