



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, 20 grudnia 2021 r.

DKK-1.423.18.2021

DECYZJA nr DKK- 292/2021

Na podstawie art. 18 w związku z art. 13 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Kalisz Pet Food sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **wydaje zgodę na dokonanie koncentracji**, polegającej na nabyciu przez Kalisz Pet Food sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie części mienia należącego do Grzegorza Werblińskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „G-Mart Grzegorz Werbliński” z siedzibą w Kaliszu oraz części mienia należącego do Zakładu Przetwórstwa Rolniczego sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Kaliszu, w zakresie wskazanym we wniosku zgłoszeniowym.

UZASADNIENIE

8 października 2021 r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów („Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”), zgłoszenie zamiaru koncentracji, polegającej na nabyciu przez Kalisz Pet Food sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie („Kalisz Pet Food” lub „Zgłaszający”) części mienia należącego do Grzegorza Werblińskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą „G-Mart Grzegorz Werbliński” z siedzibą w Kaliszu („G-Mart”) oraz części mienia należącego do Zakładu Przetwórstwa Rolniczego sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Kaliszu („ZPR”), tj. koncentracji określonej w art. 13 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275, „ustawa o ochronie konkurencji”).

W związku z tym, iż spełnione zostały niezbędne przesłanki, uzasadniające zgłoszenie zamiaru koncentracji, tj.:

- łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym

- poprzedzającym rok zgłoszenia koncentracji przekroczył równowartość 1 mld euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji, przy czym ich łączny obrót w tym czasie przekroczył na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej równowartość 50 mln euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji,
- nabycie przez przedsiębiorcę części mienia innego przedsiębiorcy jest jednym ze sposobów koncentracji określonych w art. 13 ust. 2 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji, a obrót realizowany przez to mienie w którymkolwiek z dwóch lat obrotowych poprzedzających zgłoszenie przekroczył na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej równowartość 10 mln euro,
 - w przedmiotowej sprawie nie występuje żadna okoliczność z katalogu przesłanek wyłączających obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji wymienionych w art. 14 ustawy o ochronie konkurencji,

zostało wszczęte postępowanie antymonopolowe w przedmiotowej sprawie, o czym, zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2021, poz. 735, „k.p.a.”) Zgłaszający został powiadomiony pismem z 13 października 2021 r.

W toku postępowania nastąpiła zmiana firmy Zgłaszającego z Rieslaner sp. z o.o. na Kalisz Pet Food sp. z o.o., która została ujawniona w Krajowym Rejestrze Sądowym 26 października 2021 r

W toku przeprowadzonego postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

Aktywny uczestnik koncentracji

Kalisz Pet Food – spółka celowa nieprowadząca dotychczas działalności gospodarczej. Kalisz Pet Food jest spółką zależną Partner in Pet Food Hungaria Kft. z siedzibą w Budaörs, Węgry („PPF”), który to jest kontrolowany przez Artemis Midco (UK) Limited z siedzibą w Londynie, Wielka Brytania („Artemis”).

Artemis należy do funduszy zarządzanych przez Cinven Capital Management (VI) General Partner Limited z siedzibą w Guernsey, Francja („Cinven”).

Cinven jest europejskim funduszem *private equity* świadczącym usługi zarządzania inwestycjami i doradztwa inwestycyjnego na rzecz funduszy inwestycyjnych. Trzy spółki

z portfela Cinven prowadzą działalność w obszarze produkcji i dystrybucji hurtowej karmy i przekąsek dla zwierząt domowych:

- PPF produkuje markowe karmy dla zwierząt domowych oraz produkty pod marką własną dla sprzedawców detalicznych i dostarcza je do supermarketów, specjalistycznych sklepów zoologicznych i gabinetów weterynaryjnych. W Polsce Cinven jest właścicielem spółki Partner In Pet Food Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, zajmującej się dystrybucją karmy dla zwierząt domowych. PPF zamierza przejąć kontrolę nad Mispol S.A. z siedzibą w Białymstoku („Mispol”), prowadzącej działalność w zakresie produkcji gotowej karmy dla zwierząt domowych, poprzez nabycie jej udziałów, na którą to koncentrację Prezes UOKiK wydał bezwarunkową zgodę (decyzja nr DDK-181/2021 z 16.08.2021 r.),
- Doggy AB z siedzibą w Vårgårda, Szwecja („Doggy”) produkuje karmy dla zwierząt domowych bazujące na naturalnych, zdrowych produktach i jest kontrolowany przez PPF. Produkty Doggy obejmują suchą karmę dla zwierząt domowych opartą na zbożu, jak również bez zawartości zbóż oraz mokrą karmę dla zwierząt domowych w formie sosów, pasztetów, żeli i musów. Doggy produkuje i sprzedaje przysmaki dla kotów i psów oraz żwirek dla kotów,
- Landini Giuntini SpA z siedzibą w Città di Castello, Włochy („Giuntini”) produkuje karmy dla kotów i psów oraz dostarcza je pod marką własną oraz w ramach linii produktów markowych do spożywczych sklepów detalicznych i specjalistycznych.

Cinven kontroluje spółkę Barentz BV z siedzibą w Holandii („Barentz”), która prowadzi działalność w zakresie dystrybucji składników dla przemysłu spożywczego.

Cinven prowadzi w Polsce działalność gospodarczą niezwiązaną z sektorem karmy dla zwierząt domowych, m.in. w obszarze produkcji chemikaliów, odzieży i tekstyliów, przetwarzania danych, pożyczek konsumenckich, produkcji preparatów farmaceutycznych i chemicznych.

Obrót światowy Cinven w 2020 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] EUR, w tym w Polsce ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] EUR.

Pasywny uczestnik koncentracji

Nabywane mienie obejmuje przedsiębiorstwo transportowe (w tym pojazdy ciężarowe), linię do produkcji surowego mięsa oraz przedsiębiorstwo produkujące karmę dla zwierząt

domowych. Nabywane mienie należy do przedsiębiorcy Grzegorza Werblińskiego i wchodzi w skład dwóch przedsiębiorstw:

1. G-Mart – transport i dostawy surowego mięsa („Przedsiębiorstwo G-Mart”).
2. ZPR – której jedynym udziałowcem jest Zakład Przetwórstwa Rolniczego sp. z o.o. – produkcja karmy dla zwierząt domowych („Przedsiębiorstwo ZPR”).

Obrót Nabywanego mienia w 2020 r. na terytorium RP wyniósł ok. 25 mln EUR.

Opis i przyczyny koncentracji

Planowana koncentracja została zgłoszona w trybie art. 13 ust. 1 i ust. 2 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i polega na nabyciu przez Kalisz Pet Food od G-Mart przedsiębiorstwa transportowego (w tym pojazdy ciężarowe) oraz linii do produkcji surowego mięsa, a od ZPR przedsiębiorstwa produkującego karmę dla zwierząt domowych.

Podstawę zgłoszenia stanowi zawarta w dniu [tajemnica przedsiębiorstwa] przez Kalisz Pet Food (po stronie Kupującego) oraz G-Mart i ZPR (po stronie Sprzedającego) Przedwstępna Umowa Sprzedaży. Po zamknięciu transakcji Zgłaszający zamierza kontynuować działalność operacyjną Nabywanego mienia.

[tajemnica przedsiębiorstwa]

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

W myśl art. 4 pkt 9 ustawy o ochronie konkurencji, przez rynek właściwy rozumie się rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji. A zatem rynek ten wyznaczają zasadniczo dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

Kalisz Pet Food oraz nabywane mienie prowadzą działalność gospodarczą w zakresie wprowadzania do obrotu karmy dla zwierząt domowych. Działalność uczestników koncentracji pokrywa się na:

- krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla psów,
- krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla kotów,

- rynku karmy dla zwierząt domowych sprzedawanej pod marką prywatną na obszarze EOG.

W dotychczasowej praktyce decyzyjnej Komisja Europejska uznawała, że: (I) przemysłowa karma dla psów i kotów stanowi oddzielny rynek, odrębny od domowej karmy dla zwierząt domowych¹, (II) karma dla psów i karma dla kotów nie stanowią części tego samego właściwego rynku produktowego². (III) Co więcej każdy z tych produktów w zależności od konsystencji i postaci, tj. będących suchą karmą dla psów, mokrą karmą dla psów, suchą karmą dla kotów i mokrą karmą dla kotów stanowi oddzielny rynek produktowy³. Komisja uzasadniła swoje stanowisko wskazując, iż karmy dla psów oraz karmy dla kotów nie są substytutami z punktu widzenia popytu, ponieważ psy i koty mają różne zapotrzebowanie żywieniowe⁴. Ponadto od strony podażowej wskazano, że proces produkcji, skład, wygląd, konsystencja, zapach, smakowitość i opakowania różnią się znacznie między produktami mokrymi i suchymi⁵. Ponadto, karma mokra dla psów i kotów jest z reguły droższa niż karma sucha ze względu na różne średnie wartości odżywcze oraz wyższe koszty pakowania mokrej karmy dla zwierząt. Struktura rynku dla każdej kategorii jest odmienna również pod względem pozycji rynkowej każdego dostawcy. W konsekwencji Komisja uznała, że produkty suche i mokre dla psów, suche i mokre dla kotów mogą stanowić odrębne rynki produktowe⁶.

Zdaniem Komisji, podobieństwo w zakresie surowców, procesów produkcyjnych, kanałów dystrybucji oraz fakt, że te same maszyny są często wykorzystywane do produkcji odpowiednio suchej karmy dla kotów i suchej karmy dla psów lub mokrej karmy dla kotów i mokrej karmy dla psów, są niewystarczające do stworzenia jednego właściwego rynku produktowego karmy dla psów i kotów. Biorąc pod uwagę kryterium substytucyjności podażowej, Komisja uznała, że konieczność stworzenia nowego produktu lub nowej marki, ich reklamy i promocji oraz uzyskania dostępu do punktów dystrybucji nie pozwala na stwierdzenie, że mokra karma dla kotów i mokra karma dla psów są częścią tego samego

¹ Decyzja Komisji z 13 marca 1995 r., nr IV/M.554; decyzja Komisji z 2 kwietnia 1998 r., nr IV/M.1127; decyzja Komisji z 29 października 2018 r., nr M.9019.

² Decyzja Komisji z 2 kwietnia 1998 r., nr IV/M.1127; decyzja Komisji z 29 października 2018 r., nr M.9019.

³ Decyzja Komisji z 27 lipca 2001 r., nr COMP/M.2337; decyzja Komisji z 15 lutego 2002 r., nr COMP/M.2544; decyzja Komisji z 29 października 2018 r., nr M.9019.

⁴ Decyzja Komisji z 2 kwietnia 1998 r., nr IV/M.1127; decyzja Komisji z 27 lipca 2001 r., nr COMP/M.2337; decyzja Komisji z 13 marca 1995 r., nr IV/M.554.

⁵ Decyzja Komisji z 15 lutego 2002 r., nr COMP/M.2544, par. 11.

⁶ Decyzja Komisji z 27 lipca 2001 r., nr COMP/M.2337.

właściwego rynku produktowego, ani że sucha karma dla kotów i sucha karma dla psów należą do tego samego właściwego rynku produktowego⁷.

Za podziałem rynku gotowej karmy dla zwierząt przemawiają, oprócz wymienionych wyżej czynników, odmienne tradycje historyczne dotyczące suchej i mokrej karmy dla zwierząt⁸. W szczególności są kraje, takie jak Hiszpania, w którym sektor suchy jest dominujący oraz inne, takie jak Niemcy, które są zorientowane głównie na mokrą żywność. Zjawisko to, jak wskazuje Komisja, w dużej mierze zależy od pierwotnego wyboru między produktami mokrymi a suchymi, dokonanego przez pierwszego uczestnika na rynkach krajowych.

Mając na uwadze powyższe, wspólnym rynkiem produktowym dla działalności Civen i Nabywanego mienia jest rynek gotowej mokrej karmy dla psów oraz gotowej mokrej karmy dla kotów.

Jeśli chodzi o ujęcie rynku w aspekcie geograficznym to zgodnie z orzecznictwem Komisji Europejskiej, rynek gotowej mokrej karmy dla psów ma zasięg krajowy⁹. Zwrócono uwagę, że model zakupów nawet w przypadku sprzedawców detalicznych prowadzących działalność międzynarodową ma głównie charakter krajowy. Komisja podkreśliła istniejące znaczne różnice cenowe między państwami członkowskimi oraz odmienne tradycje historyczne wpływające na zachowania konsumentów.

Wobec powyższego, w opinii organu antymonopolowego, rynkiem, na którym panują zbliżone warunki konkurencji, jest obszar Polski.

Jednocześnie Komisja Europejska stwierdziła, że karmy dla zwierząt domowych pod marką prywatną i pod marką własną konkurują ze sobą na poziomie sprzedaży do właścicieli zwierząt domowych (tj. sprzedaż detaliczna), natomiast na poziomie sprzedaży bezpośredniej do detalistów (od dostawców do ich klientów, tj. supermarkety, sklepy zoologiczne, itp.), markowe i produkty marki własnej są postrzegane jako komplementarne z punktu widzenia konsumenta¹⁰.

Komisja uznała, że zaopatrzenie sprzedawców detalicznych w produkty markowe z jednej strony i w produkty marek własnych z drugiej strony, należą do różnych rynków. Istnieje kilku producentów karmy dla zwierząt domowych, którzy koncentrują się na dostawach produktów własnej marki. Również niektórzy z głównych producentów produktów markowych są znaczącymi producentami produktów marek własnych¹¹.

⁷ Decyzja Komisji z 27 lipca 2001 r., nr COMP/M.2337.

⁸ Decyzja Komisji z 27 lipca 2001 r., nr COMP/M.2337.

⁹ Decyzja Komisji z 27 lipca 2001 r., nr COMP/M.2337.

¹⁰ Decyzja Komisji z 15 lutego 2002 r., nr COMP/M.2544.

¹¹ Decyzja Komisji z 15 lutego 2002 r., nr COMP/M.2544.

Właściwy rynek geograficzny produktów wprowadzanych do obrotu pod marką własną jest szerszy niż krajowy i może obejmować nawet cały obszar EOG¹². W szczególności producenci marek własnych zaopatrują swoich klientów (sieci sprzedaży detalicznej) w całej Europie. W przypadku marki własnej, transgraniczne przepływy handlowe, w przeciwieństwie do tych, które dotyczą produktów markowych, wydają się być zorientowane na klienta. Różnica wynika z faktu, że produkty pod marką własną nie są reklamowane przez ich dostawcę, a przez sprzedawcę detalicznego. Producenci mogą pozwolić sobie na wyższe koszty transportu i nadal oferować produkt po konkurencyjnych cenach w porównaniu z markową karmą dla zwierząt domowych. Dlatego producenci marek własnych mogą konkurencyjnie sprzedawać produkty na rozległym obszarze, szerszym niż krajowy. W świetle powyższego można stwierdzić, że właściwy rynek geograficzny karmy dla zwierząt pod marką własną na poziomie hurtowym jest większy niż krajowy i obejmuje co najmniej EOG.

Krajowy rynek gotowej mokrej karmy dla psów

Działalność uczestników koncentracji pokrywa się na krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla psów. Zestawienie udziałów rynkowych uczestników koncentracji oraz ich głównych konkurentów w krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla psów w 2020 r. przedstawiają tabele nr 1–2.

Tabela nr 1. Udziały rynkowe uczestników koncentracji oraz ich głównych konkurentów w krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla psów w 2020 r. pod względem wielkości sprzedaży.

Lp.	Nazwa	Udział w rynku (w %) w 2020 r.
1.	Mars Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	[tajemnica przedsiębiorstwa]
2.	Nestlé Polska S.A. z siedzibą w Warszawie	[tajemnica przedsiębiorstwa]
3.	Butcher's Pet Care sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	[tajemnica przedsiębiorstwa]
4.	Pozostali	[tajemnica przedsiębiorstwa]
5.	Civen ¹³	[tajemnica przedsiębiorstwa]

¹² Decyzja Komisji z 27 lipca 2001 r., nr COMP/M.2337.

¹³ Udziały Cinven we wszystkich tabelach uwzględniają już skutki decyzji Prezesa Urzędu z dnia 16 sierpnia 2021 r., nr DKK-181/2021, wyrażającej zgodę na nabycie kontroli przez Partner in Pet Food Hungaria Kft.

6.	Nabywane mienie	[tajemnica przedsiębiorstwa]
7.	łącznie Civen i Nabywane mienie	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Zgłaszający.

Tabela nr 2. Udziały rynkowe uczestników koncentracji w krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla psów w 2020 r. pod względem wartości sprzedaży.

Lp.	Nazwa	Udział w rynku (w %) w 2020 r.
1.	Civen	[tajemnica przedsiębiorstwa]
2.	Nabywane mienie	[tajemnica przedsiębiorstwa]
3.	łącznie Civen i Nabywane mienie	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Zgłaszający.

W oparciu o powyższe należy wskazać, że łączny udział uczestników koncentracji w rynku krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla psów w 2020 r. pod względem wielkości sprzedaży kształtował się na poziomie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] (Civen [tajemnica przedsiębiorstwa], Nabywane mienie – [tajemnica przedsiębiorstwa]).

Krajowy rynek gotowej mokrej karmy dla kotów

Działalność uczestników koncentracji pokrywa się także na krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla kotów. Zestawienie udziałów rynkowych uczestników koncentracji oraz ich głównych konkurentów w tym rynku przedstawia się następująco (tabela nr 3).

Tabela nr 3. Udziały rynkowe uczestników koncentracji oraz ich głównych konkurentów w krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla kotów w 2020 r.

Lp.	Nazwa	Udział w rynku (w %) w 2020 r.
1.	Mars Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	[tajemnica przedsiębiorstwa]
2.	Nestlé Polska S.A. z siedzibą w Warszawie	[tajemnica przedsiębiorstwa]
3.	Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Warszawie	[tajemnica przedsiębiorstwa]

z siedzibą na Węgrzech (spółkę należącą do grupy kapitałowej Civen) nad Mispol S.A. z siedzibą w Białymstoku.

4.	Pozostali	[tajemnica przedsiębiorstwa]
5.	Civen	[tajemnica przedsiębiorstwa]
6.	Nabywane mienie	[tajemnica przedsiębiorstwa]
7.	łącznie Civen i Nabywane mienie	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Zgłaszający.

Rynek karmy dla zwierząt domowych sprzedawanej pod marką prywatną na obszarze EOG

Jak wskazano, działalność uczestników koncentracji pokrywa się także na rynku wprowadzania do obrotu karmy dla zwierząt domowych sprzedawanej pod marką prywatną obejmującym EOG. Udziały rynkowe uczestników koncentracji oraz ich głównych konkurentów w tym rynku w 2020 r. kształtowały się następująco (tabela nr 4):

Tabela nr 4. Udziały rynkowe uczestników koncentracji oraz ich głównych konkurentów w rynku wprowadzania do obrotu karmy dla zwierząt domowych sprzedawanej pod marką prywatną obejmującym OEG w 2020 r.

Lp.	Nazwa	Udział w rynku (w %) w 2020 r.
1.	Agrolimen SA z siedzibą w Barcelonie, Hiszpania	[tajemnica przedsiębiorstwa]
2.	Tiernahrung Deurerer GmbH z siedzibą w Bretten, Niemcy	[tajemnica przedsiębiorstwa]
3.	Heristo AG z siedzibą w Bad Rothenfelde, Niemcy	[tajemnica przedsiębiorstwa]
4.	Pozostali	[tajemnica przedsiębiorstwa]
5.	Civen	[tajemnica przedsiębiorstwa]
6.	Nabywane mienie	[tajemnica przedsiębiorstwa]
7.	łącznie Civen i Nabywane mienie	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Zgłaszający.

Mając na uwadze powyższe oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z 23 grudnia

2014 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. z 2018 r., poz. 367, „**Rozporządzenie**”) organ antymonopolowy uznał, iż:

A) Niniejsza koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na krajowy rynek gotowej mokrej karmy dla psów.

Zgodnie z definicją zawartą w Rozporządzeniu, rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym (poziomym), jest każdy rynek produktowy, na którym zaangażowani są co najmniej dwaj przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji (rynków wspólne) i gdzie koncentracja prowadzi do uzyskania łącznego udziału w rynku geograficznym w wysokości większej niż 20%.

Zgodnie z przedłożonymi przez Zgłaszającego informacjami, rynek gotowej mokrej karmy dla psów charakteryzuje się intensywną konkurencją, a ceny produktów o podobnej jakości są zbliżone pomiędzy producentami i sprzedawcami detalicznymi, a także te proponowane przez sprzedawców detalicznych konsumentom.

Klienci (sprzedawcy detaliczni) na rynku są bardzo rozdrobnieni i obejmują szereg sprzedawców detalicznych artykułów spożywczych, specjalistycznych sklepów zoologicznych sprzedawców detalicznych internetowych. Konsumentów dodają kolejną warstwę rozproszenia, ponieważ produkt kupują poszczególne gospodarstwa domowe.

Rynek karmy dla psów jest zróżnicowanym rynkiem produktów w tym sensie, że istnieje wiele różnych marek, rodzajów produktów, wielkości opakowań i kategorii karmy dla psów¹⁴. Jest rynkiem ekspansywnym lub dojrzałym.

Komisja uznała za prawdopodobne, że istnieje stosunkowo wysoki stopień przejrzystości na rynku m.in. ze względu na publicznie dostępne dane, statystyki i badania¹⁵.

Na rynku gotowej mokrej karmy dla psów nie istnieją żadne bariery kontyngentowe, taryfowe ani inne bariery handlowe, które wpływałyby na import. Nie istnieją bariery prawne wejścia na rynek, takie jak koncesje, zezwolenia, ograniczenia wynikające z patentów, innych praw wyłącznych w obszarze własności intelektualnej i przemysłowej. Jak wskazuje Zgłaszający, umiejętności i wiedza są szeroko dostępne. Istnieje natomiast obowiązek rejestracji produktu we właściwych polskich organach weterynaryjnych. Wymagane są

¹⁴ Decyzja Komisji z 2 kwietnia 1998 r., nr IV/M.1127.

¹⁵ Decyzja Komisji z 2 kwietnia 1998 r., nr IV/M.1127.

ogólne świadectwa dotyczące higieny i bezpieczeństwa związane z produkcją żywności, pasz, produkcją weterynaryjną.

Z punktu widzenia produkcji, karma dla zwierząt jest produktem stosunkowo prostym. Technologia nie jest szczególnie skomplikowana, a inwestycja nie jest kosztowna. Z tej perspektywy bariery wejścia nie są zbyt wysokie.

Bariery wejścia są bardziej prawdopodobne na poziomie marketingu i dystrybucji¹⁶. Branding jest ważną cechą rynku karmy dla zwierząt. Wejście na rynek z markowym produktem wymaga dużych inwestycji w reklamę i dystrybucję w celu uzyskania dostępu do powierzchni sklepowych. Z tego względu wprowadzenie marki własnej jest prostszym procesem niż wejście na rynek z markowym produktem¹⁷.

Łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku gotowej mokrej karmy dla psów w 2020 r. pod względem wielkości sprzedaży kształtował się na poziomie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] (Civen [tajemnica przedsiębiorstwa], Nabywane mienie – [tajemnica przedsiębiorstwa]).

Na rynku tym po dokonanej planowanej koncentracji funkcjonować będą Mars Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Civen, Nestlé Polska S.A. z siedzibą w Warszawie oraz niezależni przedsiębiorcy. Wiodącą pozycję zajmować będzie Mars Polska z udziałem na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa]. Civen z udziałem na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa]. Łączny udział dwóch następnych uczestników tego rynku przekracza 17%.

B) Koncentracja nie wywiera wpływu na żaden rynek w układzie wertykalnym (pionowym), bowiem przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji nie prowadzą działalności na rynkach będących jednocześnie rynkami poprzedniego, bądź następnego szczebla obrotu, w których indywidualny lub łączny udział tych przedsiębiorców przekraczałby 30%.

Pomiędzy Civen a Nabywanym mieniem nie występują rzeczywiste powiązania wertykalne. Hipotetycznie taka relacja byłaby możliwa pomiędzy Civen i Barentz w zakresie dystrybucji składników dla przemysłu spożywczego. Barentz jest światowym dystrybutorem specjalistycznych składników, głównie dla przemysłu spożywczego. Barentz rzadko produkuje te składniki i działa głównie jako ich dystrybutor i importer. Barentz zaopatruje głównie podmioty prowadzące działalność w obszarze produkcji artykułów spożywczych (żywność dla ludzi). Działalność Barentz w sektorze karmy dla zwierząt domowych

¹⁶ Decyzja Komisji z 2 kwietnia 1998 r., nr IV/M.1127.

¹⁷ Decyzja Komisji z 2 kwietnia 1998 r., nr IV/M.1127.

[tajemnica przedsiębiorstwa]. Dlatego też ewentualne powiązania wertykalne pomiędzy Nabywanym mieniem, Kalisz Pet Food i Barentz nie byłyby istotne. Kalisz Pet Food podkreśla ponadto, że dystrybutorzy składników żywności dla zwierząt stanowią jedynie niewielką część całkowitych przychodów z produkcji składników. Ponadto, rynek dystrybucji jest bardzo rozdrobniony. Podkreślenia wymaga, że działalność Barentz w sektorze karmy dla zwierząt domowych [tajemnica przedsiębiorstwa].

Odnosnie usług transportowych i dostaw surowego mięsa, należy wziąć pod uwagę fakt, że Nabywane mienie mogłoby wykonywać tego rodzaju usługi i dostawy na rzecz PPF (i innych spółek z grupy Cinven prowadzących działalność w sektorze karmy dla zwierząt domowych). [tajemnica przedsiębiorstwa]

Niemniej jednak, nawet gdyby takie powiązania miały miejsce, to nie prowadziłyby do powstania żadnych ryzyk prawnokonkurencyjnych, gdyż ani indywidualne ani łączne udziały rynkowe uczestników koncentracji, jak podał Zgłaszający, nie przekraczają 30%.

C) Koncentracja nie wywiera wpływu na żaden rynek w układzie konglomeratowym, gdyż brak jest jakiegokolwiek rynku produktowego, obejmującego terytorium Polski lub jego część, w którym uczestnicy koncentracji dysponują udziałem przekraczającym 40%.

Na podstawie zgromadzonego materiału i powyższych ustaleń organ antymonopolowy zważył, co następuje:

Stosownie do treści art. 18 ustawy o ochronie konkurencji, Prezes Urzędu, w drodze decyzji, wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, w wyniku której konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku. Zgodnie z art. 4 pkt 10 ustawy o ochronie konkurencji, przez pozycję dominującą rozumie się pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%.

Podstawowym celem postępowania antymonopolowego w sprawach koncentracji jest ustalenie, czy w wyniku zrealizowania zamierzonej transakcji dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku właściwym. Przykładem takiego istotnego ograniczenia konkurencji jest powstanie lub umocnienie pozycji dominującej. Należy jednakże podkreślić, że o ile powstanie lub umocnienie pozycji dominującej będzie zawsze prowadziło do

ograniczenia konkurencji na rynku, to do ograniczenia konkurencji może dojść także w przypadkach, kiedy w wyniku koncentracji nie powstaje lub nie umacnia się pozycja dominująca. Samo stwierdzenie „istotne ograniczenie konkurencji” wykracza zatem poza kwestię powstania lub umocnienia pozycji dominującej i ma szersze znaczenie. Obejmuje bowiem sytuacje, kiedy w wyniku dokonanej koncentracji konkurencja zostaje poważnie ograniczona, a nie wiąże się to z powstaniem pozycji dominującej – może to mieć miejsce przykładowo na rynkach oligopolistycznych.

Powołany przepis wskazuje, że to intensywność ograniczenia konkurencji będzie determinowała treść rozstrzygnięcia organu antymonopolowego. Oznacza to, że nie każde ograniczenie konkurencji będące wynikiem planowanej koncentracji będzie skutkowało wydaniem zakazu jej dokonania, a jedynie mające charakter „istotnego” ograniczenia. Powyższe oznacza, że koncentracja jest dopuszczalna wówczas, gdy nie przeszkadza znacząco skutecznej konkurencji na rynku właściwym, w szczególności w wyniku powstania lub umocnienia pozycji dominującej.

Analiza skutków niniejszej koncentracji wykazała, iż w jej wyniku nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na żadnym z rynków, na których prowadzą działalność jej uczestnicy. Oceniając zasadność wyrażenia zgody na przeprowadzenie tej koncentracji Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące argumenty.

Rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, jest krajowy rynek gotowej mokrej karmy dla psów. Łączny udział uczestników koncentracji w ww. rynku w 2020 r. kształtował się na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] (Civen [tajemnica przedsiębiorstwa], Nabywane mienie – [tajemnica przedsiębiorstwa]). Udział ten jest zatem znacznie poniżej progu 40%, z przekroczeniem którego ustawa o ochronie konkurencji wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej.

W ocenie Prezesa Urzędu w przedmiotowej sprawie nie istnieje zagrożenie, iż pozycja, jaką po koncentracji uzyskają jej uczestnicy na rynku, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, doprowadzi do istotnego ograniczenia skutecznej konkurencji na rynkach właściwych również z następujących względów.

Po pierwsze, osiągnięcie udziału rynkowego przekraczającego nieznacznie 20% nie może być w praktyce niniejszej sprawy utożsamiane z osiągnięciem przez Zgłaszającego pozycji dominującej, czy też siły rynkowej zagrażającej istotnie konkurencji. Na polskim rynku gotowej mokrej karmy dla psów Zgłaszający będzie się spotykał z konkurencją ze strony Mars Polska, którego udziały w 2020 r. kształtowały się na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa], a także innych konkurentów. Po drugie, na rynku gotowej karmy dla psów

istnieje presja ze strony potencjalnych konkurentów z uwagi na niskie bariery wejścia na ten rynek.

W ocenie Prezesa Urzędu uczestnicy koncentracji nie dysponują udziałami w rynku gotowej mokrej karmy dla psów stwarzającymi zagrożenie dla konkurencji na tym rynku. Przedmiotowa koncentracja nie wywiera wpływu na żaden rynek w układzie wertykalnym ani konglomeratowym.

Reasumując należy stwierdzić, iż planowana koncentracja spełnia przesłanki określone w art. 18 ustawy o ochronie konkurencji. Postępowanie w sprawie wykazało, że nabycie przez Kalisz Pet Food części mienia G-Mart oraz ZPR nie przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na żadnym z opisanych rynków, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej.

Wobec powyższego orzeczono, jak w sentencji.

Pouczenie:

Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2021 r., poz. 275) w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz.U. z 2021 r., poz. 1805), od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 1080), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 103 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

*Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Departamentu kontroli
Koncentracji
Robert Kamiński*

Otrzymuje:

Kalisz Pet Food Sp. z o.o.