



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, dnia 22.09.2003 r.

DDF1-411/21/03/MP

**DECYZJA nr DDF - 32/03**

Na podstawie art. 17 w związku z art. 12 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Heineken International B.V. z siedzibą w Holandii, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Heineken International B.V. z siedzibą w Holandii kontroli nad Getränke Beteiligungs AG z siedzibą w Austrii.

**UZASADNIENIE**

W dniu 16 czerwca 2003 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „organem antymonopolowym”, wszczął na złożony w terminie wniosek Heineken International B.V. z siedzibą w Holandii, zwanej dalej „Heineken”, na podstawie art. 44 ust. 1 w związku z art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804), zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji”, postępowanie antymonopolowe w sprawie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Heineken kontroli nad Getränke Beteiligungs AG z siedzibą w Austrii, zwanej dalej „Getränke”.

Z uzyskanych od strony informacji wynika, że łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji - w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia zamiaru koncentracji - przekroczył 50 mln EURO, natomiast Getränke w każdym z dwóch lat poprzedzających zgłoszenie zamiaru koncentracji uzyskała na terytorium Rzeczypospolitej

Polskiej obrót przekraczający 10 mln EURO. Jednocześnie udział w rynku przedsiębiorców zamierzających dokonać przedmiotowej koncentracji przekracza 20%. Wobec spełnienia przesłanek art. 12 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 oraz niewystąpienia przesłanek wymienionych w art. 13 ustawy o ochronie konkurencji, na przedsiębiorcy przejmującym kontrolę spoczywał obowiązek zgłoszenia organowi antymonopolowemu zamiaru niniejszej transakcji.

### **W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:**

#### Uczestnicy koncentracji

**Heineken** należy do grupy, będącej międzynarodowym producentem i dystrybutorem piwa, na czele której stoi Heineken N.V. z siedzibą w Holandii. Jest spółką zarządzającą wszystkimi holdingami międzynarodowymi grupy Heineken. Udział ilościowy grupy w rynku Unii Europejskiej w 2002 r. w zakresie sprzedaży piwa wyniósł ok. 12%. W Polsce grupa Heineken posiada bezpośrednio i pośrednio spółki zależne, tworzące Grupę Żywiec, które zajmują się produkcją piwa, tj.: Browary Żywiec S.A. w Warszawie, Elbrewery Company Ltd. Sp. z o.o. w Elblągu, Browary Warka Sp. z o.o. w Warce, Zakłady Piwowarskie w Leżajsku S.A. w Leżajsku, Browar Łańcut Sp. z o.o. w Łańcucie i Bracki Browar Zamkowy w Cieszynie Sp. z o.o. w Cieszynie. W 2002 r. Grupa Żywiec osiągnęła ok. 32% ilościowy udział w polskim rynku w zakresie sprzedaży piwa. Ponadto w ramach Grupy Żywiec prowadzi działalność 13 spółek dystrybucyjnych (zwanymi „trades”), dostarczających produkty do wszystkich kanałów dystrybucyjnych i posiadających łącznie 64 oddziały zlokalizowane w całym kraju. Heineken jest jedynym producentem piwa w Polsce, który stosuje pionowo zintegrowaną dystrybucję, jednakże system ten nie jest zamknięty dla produktów innych browarów.

**Getränke** jest spółką holdingową, posiadającą kontrolny pakiet udziałów w BBAG Osterreichische Brau – Beteiligungs AG, zwanej dalej „BB AG”, spółce zarządzającej grupą spółek działających na środkowoeuropejskim rynku produkcji piwa i napojów bezalkoholowych oraz na rynku zarządzania nieruchomościami (głównie w Austrii). Udział ilościowy grupy w rynku Unii Europejskiej w 2002 r. w zakresie sprzedaży piwa wyniósł ok. 2%. W Polsce BB AG jest obecna za pośrednictwem spółki Brau Union Polska Sp. z o.o. w Warszawie, posiadającej dwa browary: Browar Van Pur S.A. w Rzeszowie i „Kujawiak”

Browary Bydgoskie Sp. z o.o. w Bydgoszczy, oraz kontrolującej spółkę Browary Warszawskie Królewskie S.A. w Warszawie, która prowadzi jeden browar. W 2002 r. Grupa Brau Union Polska osiągnęła ok. 5% ilościowy udział w zakresie sprzedaży piwa.

W zakresie dystrybucji Brau Union Polska korzysta z usług niezależnych dystrybutorów.

### Opis i przyczyny transakcji

Przedmiotowa koncentracja ma charakter eksterytorialny, jednakże z uwagi na fakt, iż przedsiębiorcy w niej uczestniczący posiadają w Polsce spółki zależne, podlega obowiązkowi zgłoszenia organowi antymonopolowemu, gdyż zgodnie z art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji może wywołać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Dotychczas omawiana transakcja przebiegała w dwóch etapach:

- dnia 25 kwietnia 2003 r. Heineken złożył akcjonariuszom Getränke ofertę kupna wszystkich akcji tej Spółki,
- dnia 6 czerwca 2003 r. oferta została przyjęta przez akcjonariuszy Getränke, którzy posiadają łącznie ok. 80% akcji spółki; w wyniku przyjęcia tej oferty Heineken przejmie kontrolę nad spółką Getränke i całą działalnością grupy BB AG.

Kolejnym etapem będzie udzielenie przez Heinekena pozostałym akcjonariuszom Getränke opcji sprzedaży posiadanych przez nich akcji, a następnie zrealizowanie opcji kupna, które zostaną mu udzielone przez pozostałych akcjonariuszy Getränke. Ostatnim etapem będzie złożenie wszystkim posiadaczom akcji i świadectw udziałowych BB AG i Brau Union, obowiązkowych ofert kupna akcji znajdujących się w obrocie giełdowym. Oferty te zostaną złożone na podstawie austriackiej ustawy o przejęciach i ich złożenie powinno nastąpić w ostatnim kwartale 2003 r. Po przyjęciu tych ofert grupa BB AG zostanie zreorganizowana, a wszystkie działania BB AG i Heineken w Europie Środkowej i Wschodniej zostaną skonsolidowane w ramach Getränke, która to spółka zmieni nazwę na Brau Union AG.

Heineken postrzega planowaną transakcję jako szansę wzmocnienia swej pozycji w Europie Środkowej i Wschodniej. Fakt, iż działalność piwowarska BB AG koncentruje się w tym regionie powoduje, iż z perspektywy geograficznej jest ona w znacznym stopniu komplementarna do działalności Heinekena. Ponadto transakcja ta ściśle nawiązuje do panującej w europejskim przemyśle browarniczym tendencji konsolidacyjnej, która obecnie

wchodzi w etap rozszerzenia działalności na skalę międzynarodową. Głównym powodem, który leży u podstaw tego trendu, jest zniknięcie granic państw, które pozwala na swobodny przepływ osób i towarów w dużej części Europy. Nadchodzące powiększenie Unii Europejskiej o część krajów Europy Środkowej i Wschodniej będzie stanowić nowe wyzwanie, głównie z powodu możliwości zaistnienia w tym regionie.

W ocenie zgłaszającego zamiar, w następstwie realizacji omawianej koncentracji zarządzanie polskimi spółkami zależnymi Heineken i BB AG zostanie zintegrowane, a następnie wypracowana zostanie wspólna strategia dla nowopowstałego podmiotu. Transakcja powinna zapewnić nowej jednostce większą konkurencyjność na polskim rynku, m.in. poprzez udoskonalenie dystrybucji produktów i szerszy wybór marek piwa.

Przedmiotowa koncentracja została zgłoszona Komisji Europejskiej zgodnie z wspólnotowym Rozporządzeniem dotyczącym Kontroli Łąceń oraz organom konkurencji: na Węgrzech, w Czechach, Słowacji, Słowenii, Rumunii i Macedonii. Do dnia wydania niniejszej decyzji do planowanej koncentracji nie zgłosiły zastrzeżeń zarówno Komisja Europejska, jak i wszystkie ww. organy antymonopolowe, z wyjątkiem organu słowackiego, który dotąd nie zajął stanowiska w sprawie.

#### Rynek właściwy, na który koncentracja wywiera wpływ

W myśl art. 4 pkt 8 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 dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

Przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji prowadzą w Polsce, poprzez swoje spółki zależne, działalność na wspólnym rynku produktowym, którym jest rynek piwa, zaś wspólnym rynkiem geograficznym, z uwagi na silne preferencje konsumenckie, jest obszar Polski. Za uznaniem, że rynek piwa jest rynkiem krajowym, opowiedziała się także Komisja Europejska, nie zgłaszając zastrzeżeń do zamiaru niniejszej koncentracji eksterytorialnej.

Z danych i informacji przekazanych przez stronę postępowania wynika, iż w 2002 r. ilościowy udział uczestników koncentracji w krajowym rynku sprzedaży piwa kształtował się następująco:

Heineken - ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]  
BB AG - ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]  
Łącznie - ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]

Z powyższego wynika, iż przedmiotowa koncentracja ma wpływ na krajowy rynek piwa, który ujawnia się w układzie horyzontalnym (poziomym), gdyż przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji zaangażowani są na tym samym rynku produktowym, a ich łączny udział na tak wyznaczonym rynku przekracza 20%.

#### Struktura rynku właściwego, na który koncentracja wywiera wpływ

W wyniku przekształceń własnościowych w krajowe browarnictwo zainwestowali inwestorzy zagraniczni, którzy kontrolują obecnie ponad 90% produkcji piwa w Polsce. Inwestycje te przyczyniły się do podniesienia poziomu technologicznego produkcji i modernizacji branży, w wyniku czego produkcja piwa w Polsce w latach 1990-2001 wzrosła ponad dwukrotnie, a krajowy rynek piwa jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się i przyszłościowych rynków w Polsce. W 2001 r. nastąpiła pewna stagnacja sprzedaży spowodowana dwukrotnym (łącznie 18%) wzrostem podatku akcyzowego, ale już rok 2002 przyniósł wzrost sprzedaży piwa o ok. 8% (do czego przyczyniło się upalne lato oraz podatek akcyzowy na niezmiennym poziomie). W 2002 r. w Polsce wyprodukowano łącznie 26352 tys. hl piwa (źródło: na podstawie danych Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce).

Z przeprowadzonego przez organ antymonopolowy w I półroczu 2003 r. badania rynku wynika, iż browary w Polsce podzielić można na trzy grupy, w zależności od wielkości produkcji, tj.: **duże** produkujące powyżej 1000 tys. hl, **średnie** z produkcją między 101 tys. hl a 1000 tys. hl i **małe**, które produkują do 100 tys. hl piwa rocznie.

Do pierwszej grupy, która wyprodukowała w 2002 r. łącznie 21 612 tys. hl piwa zaliczają się Spółki:

- Grupa Żywiec z udziałem w krajowym rynku piwa wynoszącym w 2002 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa],
- Kompania Piwowarska S.A. w Poznaniu, należąca do południowoafrykańskiej Grupy SAB (South African Breweries), której udział w krajowym rynku piwa (wraz z podmiotami zależnymi) w 2002 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], a po

nabyciu w I półroczu 2003 r. Browaru Dojlidy Sp. z o.o. w Białymstoku jej udział zwiększył się do ok. [tajemnica przedsiębiorstwa],

- Carlsberg Okocim S.A. w Warszawie, należąca do duńskiej Grupy Carlsberg, która w 2002 r. wraz z podmiotami zależnymi posiadała ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w rynku piwa w Polsce,
- Brau Union Polska Sp. z o.o. w Warszawie z udziałem w polskim rynku piwa wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Łącznie grupa tzw. dużych browarów w 2002 r. posiadała ok. 82% udział w krajowym rynku piwa.

Grupa tzw. średnich producentów, których roczna produkcja przekracza 100 tys. hl, łącznie w 2002 r. wyprodukowała 4211 tys. hl piwa, co stanowiło ok. 16% rynku. Największymi producentami piwa w tej grupie są: Browar Dojlidy Sp. z o.o. (obecnie należąca do Kompanii Piwowarskiej S.A.), Browar Belgia Sp. z o.o. w Kielcach, Perła Browary Lubelskie S.A. w Lublinie i Browar Łomża Sp. z o.o. w Łomży.

Trzecią grupę producentów piwa stanowią tzw. małe browary. Grupa ta obejmuje przedsiębiorców, których roczna produkcja nie przekracza 100 tys. hl, przy czym w 2002 r. najmniejszy browar z tej grupy wyprodukował ok. 400 hl piwa, największy zaś ok. 86 tys. hl. W 2002 r. browary te wyprodukowały łącznie 529 tys. hl piwa. Łączny udział przedsiębiorców z tej grupy w krajowym rynku piwa nieznacznie przekracza 2%.

Biorąc pod uwagę cechy produktu, rynek piwa w Polsce można podzielić na trzy segmenty: piwa regularne, piwa mocne oraz piwa specjalistyczne (owocowe). Piwa regularne stanowią ok. 80% rynku piwa w Polsce, piwa mocne ok. 18%, pozostałą część rynku stanowią piwa specjalistyczne, które systematycznie zyskują na popularności.

Intensywność sprzedaży piwa w kraju nie jest jednakowa w każdym regionie. I tak największa sprzedaż piwa ma miejsce w woj. śląskim (ok. 18%), woj. mazowieckim (ok. 17%), woj. małopolskim (ok. 7%) i woj. wielkopolskim (ok. 8%).

Import piwa do Polski jest niewielki i w 2002 r. wyniósł ok. 100 tys. hl, co stanowiło ok. 0,5% rynku. Najważniejszymi kierunkami importu piwa do Polski są: Dania (ok. 28%), Niemcy (ok. 26%), Czechy (ok. 23%) i Holandia (ok. 13%). Marginalny import piwa wynika z braku jego opłacalności z uwagi na cło w wysokości 25 Euro za 1 hl oraz koszty transportu wynoszące ok. 17-20 zł za 1 hl. W ten sposób polski rynek piwa chroniony jest przed tańszym piwem importowanym. Piwo w sąsiednich krajach jest zwykle niżej opodatkowane niż piwo polskie (niższa akcyza w Czechach i Niemczech, niższy VAT w Niemczech) co powoduje, że ceny piwa w tych krajach są znacznie niższe niż w Polsce. Należy się spodziewać, iż wejście

Polski do Unii Europejskiej, a co za tym idzie zniesienie ceł importowych, może spowodować gwałtowny wzrost udziału piwa pochodzącego z importu, które uzyska znaczną przewagę cenową nad piwem polskim. Istotny przy tym jest fakt, iż trzy najważniejsze z punktu widzenia importu kraje (Czechy, Dania i Niemcy) wykazują dużą nadprodukcję w sektorze piwowarskim, a marki przez nie produkowane są już dobrze znane polskim konsumentom. Dodatkowo sąsiedztwo z Polską umożliwia utrzymanie niskich cen transportu.

Eksport piwa w 2002 r. stanowił ok. 0,6% sprzedaży, a największym eksporterem był Browar Żywiec.

Zgodnie z art. 17 ustawy o ochronie konkurencji organ antymonopolowy w drodze decyzji wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, w wyniku której nie powstanie lub nie umocni się pozycja dominująca na rynku i wskutek czego konkurencja na tym rynku nie zostanie istotnie ograniczona. Zgodnie z art. 4 pkt 9 tej ustawy 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%.

Oceniając wpływ planowanej koncentracji na stan konkurencji na krajowym rynku produkcji piwa, organ antymonopolowy uwzględnił następujące przesłanki:

- strukturę podmiotową rynku - na rynku tym funkcjonuje kilkudziesięciu producentów piwa, w tym przedsiębiorcy o znacznym potencjale produkcyjnym, co powoduje, iż konsumenci mają zapewnione alternatywne źródła zaopatrzenia i swobodę wyboru;
- udział w rynku łączących się przedsiębiorców - w wyniku planowanej koncentracji jej uczestnicy osiągną udział w produkcji piwa wynoszący ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Udział ten, choć wysoki, nie osiąga poziomu rodzącego domniemanie uzyskania pozycji dominującej (ponad 40%);
- strukturę podmiotową rynku, na którym działa znaczna liczba producentów, w tym przedsiębiorca o porównywalnej pozycji rynkowej;
- występowanie konkurencji zarówno w skali całego kraju, jak również na rynkach lokalnych;
- przewidywane otwarcie rynku (zniesienie barier celnych) w związku z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej - eliminacja dotychczasowych ograniczeń importowych w postaci ceł zwiększy otwartość rynku na konkurencję zewnętrzną, zwłaszcza, że trzy sąsiadujące z Polską kraje (Czechy, Dania i Niemcy), jako najważniejsze z punktu

widzenia importu, wykazują dużą nadprodukcję w sektorze piwowarskim, a z uwagi na bliskie położenie utrzymują niskie koszty transportu;

- panującą w europejskim przemyśle browarniczym tendencją konsolidacyjną, która z uwagi na swobodny przepływ osób i towarów w dużej części Europy wchodzi w etap rozszerzenia działalności na skalę międzynarodową.

W świetle powyższego brak jest podstaw do stwierdzenia, iż w wyniku przedmiotowej koncentracji Heineken osiągnie w Polsce pozycję, która umożliwi mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów i konsumentów. Nie osiągnie więc pozycji dominującej w rozumieniu art. 4 pkt 9 ustawy o ochronie konkurencji. W ocenie organu antymonopolowego w wyniku realizacji planowanej koncentracji na krajowym rynku piwa nie powstanie pozycja dominująca i wskutek czego konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona.

Przedmiotowy zamiar koncentracji spełnia zatem przesłanki art. 17 ustawy o ochronie konkurencji, stąd orzeczono jak w sentencji.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. 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 dwutygodniowym od daty jej doręczenia.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu  
Ochrony Konkurencji i Konsumentów

*Danuta Gruszczyńska  
Zastępca Dyrektora  
Departamentu Instytucji Finansowych,  
Usług i Rolnictwa*

Otrzymuje:  
**Heineken International B.V., Holandia**