



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAREK NIECHCIAŁ

DKK1-421/15/17/MAB

Warszawa, 19 grudnia 2017 r.

DECYZJA nr DKK- 199/2017

Na podstawie art. 18 w związku z art. 13 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek ASSA ABLOY Entrance Systems Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wydaje **zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez ASSA ABLOY Entrance Systems Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie kontroli nad LOB S.A. z siedzibą w Lesznie.

UZASADNIENIE

9 marca 2017 r. do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej „Prezesem Urzędu” lub „organem antymonopolowym”, wpłynęło zgłoszenie zamiaru koncentracji, polegającej na przejęciu przez ASSA ABLOY Entrance Systems Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej jako „AA” lub „Zgłaszający”) kontroli nad LOB S.A. z siedzibą w Lesznie (dalej jako „LOB”).

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

- łączny światowy obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył równowartość 1 mld euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm. - zwanej dalej „ustawą antymonopolową” lub „ustawą o ochronie

konkurencji”), przy czym łączny obrót na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej tych przedsiębiorców przekroczył równowartość 50 mln euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 2 ustawy antymonopolowej,

- przejęcie - przez nabycie lub objęcie akcji, innych papierów wartościowych, udziałów lub w jakikolwiek inny sposób - bezpośrednio lub pośrednio kontroli nad jednym lub więcej przedsiębiorcami przez jednego lub więcej przedsiębiorców jest jednym ze sposobów koncentracji określonym w art. 13 ust. 2 pkt 2 ustawy antymonopolowej,
- w przedmiotowej sprawie nie występuje żadna okoliczność z katalogu przesłanek wyłączających obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji, wymienionych w art. 14 ustawy antymonopolowej,

zostało wszczęte postępowanie w przedmiotowej sprawie, o czym - zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. *Kodeks postępowania administracyjnego* (Dz. U. z 2017 r. poz. 1257) - Prezes Urzędu zawiadomił AA pismem z 13 marca 2017 r.

Postanowieniem nr DKK-25/2017 z 12 kwietnia 2017 r. Prezes Urzędu przedłużył termin zakończenia postępowania o 4 miesiące. Uzasadniając powyższe organ antymonopolowy wskazał, że w sprawie występuje wiele rynków wspólnych uczestników koncentracji, określanych ogólnie jako rynki „wprowadzania do obrotu poszczególnych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi”, a dodatkowo na 5 z nich koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym. Przedstawione przez Zgłaszającego dane dotyczące łącznych udziałów uczestników koncentracji w rynku wprowadzania do obrotu poszczególnych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi wymagały zweryfikowania, którego nie da się przeprowadzić w inny sposób niż poprzez przeprowadzenie badania rynku. Ponadto nie istniały wiarygodne publicznie dostępne dane dotyczące poszczególnych rynków krajowych, na których działają uczestnicy koncentracji (wielkość rynku, udział uczestników koncentracji i ich konkurentów). Bez tych danych organ antymonopolowy nie był w stanie dokonać prawidłowej oceny koncentracji.

Ostateczne ustalenie wpływu omawianej koncentracji na poszczególne rynki w układzie horyzontalnym, ustalenie pozycji rynkowej AA i LOB i ich konkurentów w 2015 r. i 2016 r. oraz wpływu transakcji na konkurencję wymagało zatem przeprowadzenia badania rynków, na których działalność uczestników pokrywa się.

Badaniem objęto 37 konkurentów uczestników koncentracji (producentów i importerów poszczególnych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi) i 28 największych odbiorców i dystrybutorów uczestników koncentracji, a pytania skierowane do nich dotyczyły m.in. ilości i wartości wprowadzonych do obrotu poszczególnych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi, stosowanych sposobów ich dystrybucji, znaczenia importu i stanu konkurencji na rynkach. Przedsiębiorcy objęci badaniem zostali również poproszeni o przedstawienie opinii odnośnie do prób wejścia na polski rynek sprzedaży poszczególnych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi producentów z i spoza UE oraz na temat zamiaru koncentracji.

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

Uczestnicy koncentracji

AA (aktywny uczestnik koncentracji) - jest dostawcą szerokiego asortymentu rozwiązań w zakresie wejść i wjazdów, obejmującego: automatykę drzwi (drzwi przesuwne, przymykowe, obrotowe), bramy przemysłowe, bramy szybkobieżne, bramy hangarowe oraz wyposażenie dokowe, które są wykorzystywane między innymi w sklepach detalicznych, sektorze dystrybucji i logistyki, budynkach produkcyjnych, obiektach służby zdrowia, sektorze transportu i lotnictwa, a także w stocznicach.

AA jest częścią Grupy ASSA ABLOY („Grupa AA”), będącej jednym z globalnych dostawców rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi. Spółką dominującą Grupy AA jest ASSA ABLOY AB z siedzibą w Sztokholmie, Szwecja - spółka publiczna notowana na Sztokholmskiej Giełdzie Papierów Wartościowych (żaden z ok. 23 tys. akcjonariuszy nie posiada kontroli nad Spółką). Grupa AA składa się z ponad 460 podmiotów i prowadzi swoją działalność w ponad 70 krajach na świecie. Grupa AA oferuje pełen zakres rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi, a jej portfel produktów obejmuje między innymi: zamki mechaniczne (np. zamki cylindryczne), elektromechaniczne i cyfrowe, samozamykacze do drzwi, automatykę wejść i wjazdów, systemy kontroli dostępu, technologie identyfikacji oraz rozwiązania dla hoteli w dziedzinie bezpieczeństwa. Swoje wyroby w zakresie rozwiązań

mechanicznych i elektromechanicznych produkuje głównie w Finlandii, Szwecji, Czechach, Rumunii i Niemczech.

Oprócz aktywnego uczestnika koncentracji Grupa AA posiada w Polsce następujące spółki zależne:

1. ASSA ABLOY Poland Sp. z.o.o z siedzibą w Warszawie - sprzedaż okuć do drzwi;
2. Flexi Force Poland Sp. z.o.o. z siedzibą w Głownie - sprzedaż części okuć do bram garażowych;
3. ASSA ABLOY Mercor Doors Sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku - sprzedaż i produkcja oddzielnów przeciwpożarowych i drzwi bez odporności ogniowej.

Obrót światowy Grupy AA wyniósł w 2016 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], a na terytorium RP ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

LOB (pasywny uczestnik koncentracji) - jest producentem okuć budowlanych¹, takich jak cylindry (wkładki bębnekowe), zamki wpuszczane, zamki wierzchnie, systemy klucza (oparte na cylindrach). Portfel produktów LOB obejmuje także zamki przemysłowe, zamki meblowe, zaczepy, samozamykacze, klamki i zawiasy drzwiowe, kłódki, skrzynki na listy, produkty dla hoteli, kasetki na gotówkę, szafki na klucze.

LOB posiada spółkę zależną LOB Master Key sp. z o.o. z siedzibą w Lesznie, która zajmuje się dystrybucją systemów klucza, działających w oparciu o mechanizm cylindrowy (w tym kłódek) oraz LOB Constructions Sp. z o.o. z siedzibą w Bielsku-Białej (nie jest przedmiotem transakcji²).

Akcje LOB należą do Jana Kryjaka (ok. 43 %), Ewy Kryjak (ok. 29 %) i VDV Okucia Budowlane sp. z o.o. z siedzibą w Bielsku-Białej (ok. 27 %).

Obrót światowy LOB wyniósł w 2016 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], a na terytorium RP ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

¹ Okucia budowlane to wyroby przeznaczone głównie do zamykania, łączenia i zabezpieczania okien i drzwi, często wykonany ze stali.

² Z chwilą zamknięcia transakcji LOB nie będzie posiadać żadnych akcji w LOB Constructions sp. z o.o. z uwagi na to, że akcjonariusze LOB dokonają zakupu wszystkich akcji tej Spółki przed zakończeniem transakcji objętej niniejszym zgłoszeniem

Opis i przyczyny koncentracji

Koncentracja została zgłoszona w trybie art. 13 ust. 2 pkt 2 ustawy antymonopolowej.

Podstawą zgłoszenia jest Umowa Sprzedaży Akcji zawarta przez AA i akcjonariuszy LOB 1 lutego 2017 r. Po zamknięciu transakcji AA będzie posiadała 100% akcji LOB i przejmie nad nią wyłączną kontrolę.

Koncentracja wynika z chęci AA rozwinięcia działalności w Polsce, zaś LOB jest atrakcyjnym celem dla Grupy AA jako jeden z liderów na rynku rozwiązań w zakresie zamknięć mechanicznych, oferujący swoje produkty pod znaną marką z ponad 60-letnią tradycją.

Rynki wspólne dla uczestników koncentracji

Zgodnie z 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, uznawane są 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).

Uczestnicy koncentracji zajmują się wprowadzaniem do obrotu rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi, a ich działalność pokrywa się w zakresie wprowadzania do obrotu:

1. mechanicznych wkładek bębnekowych,
2. kłódek mechanicznych,
3. mechanicznych zamków wpuszczanych,
4. mechanicznych zamków wierzchnich,
5. mechanicznych zamków przemysłowych,
6. mechanicznych zamków szafkowych i meblowych,
7. elektrozaczepów, zworów elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych,
8. samozamykaczy,

9. klamek do drzwi,
10. wizjerów cyfrowych do drzwi,
11. blach zaczepowych do zamków wpuszczanych i elektrozaczepów,
12. pochwyków i szyldów,
13. rozet,
14. rozwiązań w zakresie elektronicznej kontroli dostępu.

Prezes Urzędu w dotychczasowym orzecznictwie nie analizował rynków rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi. Sprawą rozpatrywaną przez Prezesa Urzędu z udziałem AA była koncentracja, polegająca na przejęciu przez AA kontroli nad Mercor S.A. z siedzibą w Warszawie (DKK1-423/8/13/GG), a także wcześniejsza koncentracja z udziałem Mercor i BEM Brudniccy Sp. z o.o. z siedzibą w Mirosławiu (RWA-421-05/08/KS), jednakże postępowania te dotyczyły rynku wprowadzania do obrotu oddzieleni przeciwpożarowych. Brak jest również orzecznictwa Komisji Europejskiej, które definiowałoby rynki wprowadzania do obrotu zamków, klódek czy innych rozwiązań z zakresu otwierania drzwi.

Analizując poszczególne rozwiązania w dziedzinie otwierania drzwi należy wskazać, że charakteryzują się one dość znaczną heterogenicznością. Wykazują bowiem daleko idące różnice w zakresie zastosowań, a co za tym idzie także różnice popytowe. Podobnie substytucyjność podaźowa jest często mocno ograniczona.

Biorąc pod uwagę rodzaj poszczególnych rozwiązań w zakresie otwierania drzwi można wyróżnić 14 rynków produktowych, na których działalność uczestników koncentracji się pokrywa.

1. Mechaniczne wkładki bębnekowe

Mechaniczna wkładka bębnekowa (zwana także jako: wkładka lub cylinder) to mechanizm stosowany w wielu typach zamków, zazwyczaj odrębny od samego zamka wpuszczanego i sprzedawany razem z odpowiednim kluczem mechanicznym. Cylinder zapewnia podstawową funkcję mechanizmu zamykającego - dzięki wkładkom drzwi nie mogą zostać otwarte przez osobę nieautoryzowaną, co oznacza, że tylko posiadacz klucza pasującego do danego cylindra jest w stanie wejść do budynku lub pomieszczenia.

Najpopularniejszym typem wkładki jest cylinder bębnekowy profilowy (tzw. euro cylinder) jednostronny i dwustronny oraz z gałką.

Wkładki bębnekowe są niezależnym, łatwo wymiennym, ustandaryzowanym elementem systemu zamykającego drzwi. Jednocześnie cylinder mechaniczny to najbardziej popularny mechanizm zamykający, stanowiący największy pod względem wartości i ilości rynek produktowy spośród analizowanych w sprawie. Mechaniczna wkładka bębnekowa jest niezbędnym elementem mechanicznego układu zamykającego, stanowiącym w niniejszej sprawie odrębny rynek produktowy. Należy podkreślić, że wkładka bębnekowa nie jest sama w sobie zamkiem, ale jedynie elementem zamka - a więc z punktu widzenia nabywcy (tj. biorąc pod uwagę substytucyjność popytową) nie może być uważana za substytut zamków.

Wkładki bębnekowe będąc jedynie elementem zamka muszą zostać połączone z innymi elementami aby możliwe było w praktyce korzystanie z ich funkcji zamykającej (inaczej kłódki, zamki przemysłowe, zamki wpuszczane czy zamki wierzchnie, które mogą być oparte na mechanizmie cylindra i funkcjonują jako niezależne, samodzielne zamki)

Mechaniczne wkładki bębnekowe stanowią również rynek odrębny od wkładek bębnekowych mechatronicznych i elektronicznych (wprowadzanych do obrotu przez AA), chociaż wszystkie wymienione typy wkładek oparte są na mechanizmie cylindra i są podobne pod względem wizualnym. Wkładki mechatroniczne i elektroniczne zawierają dodatkowo wbudowany komponent elektroniczny, bez uruchomienia którego nie jest możliwe uzyskanie dostępu do budynku czy pomieszczenia. Klucze stosowane w cylindrach mechatronicznych również mają wbudowany komponent elektroniczny, zaś w przypadku cylindrów elektronicznych drzwi otwierane są za pomocą elektronicznego impulsu. Istnieje więc znacząca różnica w użytej technologii pomiędzy cylindrami mechanicznymi a cylindrami mechatronicznymi i elektronicznymi. Z uwagi na użytą zaawansowaną technologię i znaczącą różnicę w cenie (ceny cylindrów mechanicznych wahają się od 3 do 150 euro, a cylindrów mechatronicznych i elektronicznych rozpoczynają się od 200 euro) - wkładki mechatroniczne i elektroniczne nabywane są głównie w celu instalacji w budynkach handlowych i biurowych przez przedsiębiorców i klientów instytucjonalnych. Istotna różnica pomiędzy wkładkami mechanicznymi a

mechatronicznymi i elektronicznymi zachodzi również w przypadku utraty klucza. W przypadku utraty klucza do cylindra mechanicznego wkładka musi zostać wymieniona, żeby zapewnić ten sam poziom bezpieczeństwa. W przypadku utraty klucza mechatronicznego czy elektronicznego lub karty magnetycznej mogą one zostać zdezaktywowane (zastrzeżone) i zastąpione innymi - nie ma więc konieczności wymiany samej wkładki.

Mając na względzie powyższą argumentację, wkładki bębnekowe mechaniczne stanowią odrębny rynek produktowy. Ich substytutami nie są ani różne typy mechanicznych zamków, ani wkładki bębnekowe mechatroniczne czy elektroniczne.

Analizując zakres geograficzny omawianego rynku należy wziąć pod uwagę następujące okoliczności. O wymiarze krajowym rynku mogą świadczyć po pierwsze różnice cen. Zauważyć należy, że występują one pomiędzy cenami tych samych cylindrów oferowanych w Polsce i w innych krajach. Na przykład, cena cylindra mechanicznego segmentu premium ABLOY Protec2 CY322 w Polsce jest najwyższa ze wszystkich krajów ujętych w badaniu porównawczym przedstawionym przez AA³. [tajemnica przedsiębiorstwa] Na politykę cenową graczy rynkowych w poszczególnych krajach istotny wpływ wywierają silni lokalni producenci, którzy oferują historycznie wiodące marki na właściwych rynkach krajowych. Dodatkowo, brana jest pod uwagę siła nabywcza lokalnych klientów - pod tym względem rynki mechanicznych wkładek bębnekowych w Europie Zachodniej są na innym stadium rozwoju niż takie same rynki w krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Klienci z Europy Zachodniej znacznie częściej kupują drogie wkładki bębnekowe o wysokim stopniu bezpieczeństwa (produkty segmentu premium).

Kolejnym argumentem wspierającym tezę o krajowym zasięgu rynku cylindrów są preferencje nabywców. AA i LOB wskazały na wysoki stopień lojalności klientów wobec tradycyjnych lokalnych marek na różnych rynkach krajowych. Przykładami takich marek są: Titan w Słowenii, Euro-Elzett na Węgrzech (obie ww. marki to obecnie część grupy DOM), FAB w Czechach, Abloy w Finlandii, EVVA w Austrii, CISA we Włoszech czy np. Yale w Wielkiej Brytanii. Tym samym, w wielu krajach europejskich często liderem rynkowym jest krajowy przedsiębiorca o długotrwałej tradycji produkcji na dany rynek krajowy, oferujący produkty pod

³ Załącznik nr 3 do pisma do uzupełnienia WID z dnia 05.04.2017 r.

znaną marką. Powyższe może zostać zobrazowane przykładem firmy Mercor, która w drzwiach eksportowanych do Skandynawii czy Niemiec często instaluje (na żądanie klientów) wkładki bębnekowe, zamki i akcesoria sprowadzone bezpośrednio z tych państw. Jest to rezultat lojalności klientów względem marek oferowanych na danym rynku lokalnym od dziesięcioleci. Ponadto klienci w niektórych krajach (np. Skandynawia) preferują określone typy wkładek bębnekowych i nabycie podobnego produktu np. z Polski nie jest rozwiązaniem alternatywnym, które biorą pod uwagę. Podobne argumenty mogą zostać przedstawione w odniesieniu do szwajcarskich wkładek bębnekowych posiadających inny kształt profilu niż najbardziej popularne i powszechne wkładki typu "euro profile" (wkładki szwajcarskie mają okrągły przekrój). Należy także wspomnieć, że Grupa AA produkuje też fiński typ cylindra (pod marką Abloy), który jest popularny w Finlandii. Dodatkowym argumentem jest przykład sprzedaży wkładek bębnekowych LOB w krajach Europy Zachodniej, gdzie zamki produkowane przez LOB zostały sprzedane w tych krajach pod markami lokalnych producentów. Jedynie do krajów takich jak [tajemnica przedsiębiorstwa] LOB eksportował swoje cylindry mechaniczne pod marką LOB lub Yeti. Było to jednakże możliwe z uwagi na brak silnych marek lokalnych w tych krajach, jak i nieznaczną skalę eksportu LOB. Ponadto należy wskazać, iż LOB prowadzi eksport do lokalnych dystrybutorów/hurtowników - innych w każdym kraju. Należy wreszcie zauważyć, że biorąc pod uwagę preferencje klientów i lokalne tradycje w zakresie mechanicznych wkładek, producenci w różnych krajach do pewnego stopnia oferują inne produkty lub takie same/podobne typy produktów o innych wymiarach (typowych dla niektórych rynków lokalnych). Ponadto te same typy zamków są sprzedawane różnym klientom w różnych krajach (zamek Grupy AA może w jednym kraju być sprzedany tylko klientom hurtowym, a w innym - dystrybuowany poprzez sieci DIY lub zakłady ślusarskie).

Należy też wskazać, że struktura rynków krajowych jest często odmienna, gdyż w poszczególnych krajach działają różni przedsiębiorcy. Nawet jeśli niektóre podmioty takie jak, AA, Dormakaba, DOM czy Wilka działają w kilku państwach, ich udziały rynkowe są różne w zależności od kraju. Na przykład DOM i Wilka mają znacznie silniejszą pozycję w Niemczech niż w Polsce, udziały Grupy AA w Czechach są znacznie wyższe niż w Polsce, a udziały LOB na jakimkolwiek, innym

niż polski, krajowym rynku mechanicznych wkładek bębnekowych w Europie są znikome (znacznie poniżej [*tajemnica przedsiębiorstwa*]). Odmienność struktury rynkowej można zauważyć także na poziomie sieci dystrybucji, gdyż producenci mają różnych klientów (dystrybutorów, klientów OEM) w każdym kraju.

Za krajowym wymiarem rynku przemawia również potrzeba zorganizowania krajowej sieci dystrybucji. Z doświadczeń Grupy AA w Europie wynika, że sieci dystrybucyjne budowane są w poszczególnych krajach odrębnie dla każdego z nich. Ponadto także członkowie sieci dystrybucji Grupy AA, LOB czy Gerdy działają na skalę krajową. Nawet najwięksi dystrybutorzy (hurtownicy), którzy importują produkty segmentu ekonomicznego z Chin, działają na szczeblu krajowym (sprowadzone towary sprzedają w Polsce, tu posiadają infrastrukturę biurową, handlową, magazynową, a ich odbiorcami są klienci krajowi). Dodatkowo międzynarodowi gracze, tacy jak Grupa AA, DOM, Dormakaba są aktywni na różnych rynkach krajowych poprzez swoje lokalne spółki zależne odpowiedzialne za przygotowanie i wdrożenie polityki cenowej (którą ustalają na szczeblu krajowym). Dodatkowo różne działania marketingowe, takie jak wprowadzanie nowych produktów na rynek, szkolenia dla klientów (dystrybutorów), spotkania z architektami, rozpowszechnianie aktualnego katalogu produktów w językach lokalnych, są planowane i wykonywane na szczeblu krajowym (przez lokalne spółki zależne). Główni klienci na rynku cylindrów mechanicznych także działają na szczeblu krajowym - brak jest międzynarodowych nabywców, którzy dokonywaliby scentralizowanych zakupów transgranicznych w celu zaspokojenia u jednego polskiego dostawcy swojego zapotrzebowania w kilku krajach.

Argumentem, który może przemawiać zarówno za krajowym jak i szerszym wymiarem rynku jest proces certyfikacji. Obecnie nastąpiła harmonizacja certyfikacji w EOG poprzez wprowadzenie jednolitej normy EN 1303. Wcześniej certyfikacja mechanicznych wkładek bębnekowych uregulowana była na szczeblu krajowym (przez przepisy i normy krajowe). Różnice pomiędzy poszczególnymi krajami w zakresie wymagań związanych z certyfikacją produktów, jakie miały miejsce w przeszłości, były czynnikiem, który przyczynił się do powstania i utrwalenia odmiennych struktur poszczególnych rynków krajowych i spowodował, że nabywcy historycznie preferują (i lepiej znają) odmienne typy cylindrów w poszczególnych krajach, jednak klienci nadal preferują produkty certyfikowane

przez instytucje lokalne i według lokalnych norm. Harmonizacja nie spowodowała rezygnacji ze stosowania dodatkowych krajowych certyfikatów. Do popularnych krajowych certyfikatów należą certyfikaty SKG wydane przez holenderską organizację SKG-IKOB CERTIFICATION, czy certyfikaty VdS wydawane przez VdS Schadenverhütung GmbH, Zertifizierungsstelle (Niemiecka Organizacja Ubezpieczeń). Ta ostatnia organizacja jest stowarzyszeniem, do którego należy większość niemieckich ubezpieczycieli. VdS wydało specjalne wytyczne, według których cylindry są testowane i certyfikowane. Cylindry certyfikowane przez VdS instalowane się w drzwiach, co do których niemieckie firmy ubezpieczeniowe nakładają specjalne wymagania. Obudowy cylindrów oznaczane są z boku wytłaczanym logo "VdS" i oznaczeniem modelu i serii. Podobna sytuacja występuje na innych wybranych rynkach krajowych, np. brytyjskie spółki ubezpieczeniowe rekomendują cylindry mechaniczne certyfikowane zgodnie ze standardami brytyjskimi. W Czechach lokalne certyfikaty wydawane są zgodnie z krajowym standardem ČSN P EN 1627.

Innym argumentem, który może przemawiać zarówno za krajowym jak i szerszym wymiarem rynku jest poziom eksportu i importu. Poziom eksportu mechanicznych wkładek bębnowych z Polski jest bardzo niski. Dobrym przykładem w tym zakresie jest LOB, który jest jednym z głównych producentów w Polsce, a którego eksport cylindrów w 2016 r. wyniósł jedynie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], podczas gdy sprzedaż krajowa wyniosła [tajemnica przedsiębiorstwa]. Ponadto należy zwrócić uwagę, iż część eksportu LOB są to produkty wytwarzane dla innych producentów, sprzedawane na krajowych rynkach pod ich marką własną, np. produkowanych dla [tajemnica przedsiębiorstwa] czy [tajemnica przedsiębiorstwa]. Oznacza to, że dla LOB trudne byłoby znalezienie miejsca na tych rynkach i oferowanie tych samych produktów, ale pod marką LOB lub Yeti. Jednocześnie jednak inni producenci (szczególnie zagraniczni) sprzedając swoje cylindry w całości (AA, EVVA, Eco, GU) lub w dużym stopniu (Gerda, Wilka, Winkhaus, DOM) polegają na imporcie. Cylindry mechaniczne Grupy AA sprzedawane w Polsce i innych krajach europejskich są produkowane głównie w fabryce [tajemnica przedsiębiorstwa]. Ponadto wskazać należy duży import cylindrów z Chin w segmencie ekonomicznym.

Biorąc pod uwagę powyższe argumenty, a w szczególności, dominujące znaczenie produkcji krajowej, różnice cen pomiędzy krajami, znaczenie marek lokalnych i preferencji krajowych, Prezes Urzędu uznał, że rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych wkładek bębnekowych ma wymiar krajowy.

Tabela nr 1

Udział uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2016 r. w polskim rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych wkładek bębnekowych

	Udział w rynku w 2016 r. (w %)	
	ilościowo	wartościowo
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Gerda	[tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 1]	
Wilka		
Abus		
GU		
Lockpol		
Roztocze		
Winkhaus		
Dormakaba		
DOM		
EVVA		
Hafele		
Fana		
Eco		

Źródło: wyliczenia UOKiK na podstawie badania rynku.

Jak wynika z powyższej tabeli, łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych wkładek bębnekowych w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] zarówno w ujęciu ilościowym jak i wartościowym. Głównymi konkurentami AA i LOB są: Gerda z udziałem wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 2] oraz Wilka z udziałem wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 3] w obydwu ujęciach.

Dla kompletności analizy poniżej prezentowane są dane dotyczące sprzedaży europejskiej uczestników koncentracji.

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu mechanicznych wkładek bębnekowych na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DormaKaba	[tajemnica przedsiębiorstwa]
ABUS	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DOM	[tajemnica przedsiębiorstwa]
EVVA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Allegion (CISA)	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

2. Kłódki mechaniczne

Kłódka mechaniczna jest przenośnym mechanizmem zamykającym z obracającym lub wysuwającym pałąkiem (uchem), który wsuwany jest przez odpowiedni element okucia (tzw. wrzeciędz) lub ogniwo łańcucha, w celu zamknięcia.

Kłódki mechaniczne stanowią odrębny rynek produktowy ze względu na swoje zastosowanie oraz szczególną konstrukcję. Kłódki mechaniczne używane są przez nabywców do zamykania budynków lub pomieszczeń gospodarczych, drzwi magazynów, kontenerów, wagonów czy różnego rodzaju pojemników. W praktyce do takich pomieszczeń czy obiektów rzadko lub nigdy nie stosuje się innego typu zamknięcia. Kłódka mechaniczna jest jedynym przenośnym mechanizmem zamykającym (nie jest na stałe montowana do drzwi czy framugi i bez żadnych dodatkowych czynności ze strony właściciela, tj. bez odinstalowywania) może zostać zabrana i użyta w innym miejscu w celu zamknięcia innego obiektu. Mechaniczne kłódki są jednym z typów zamknięcia opartego na wkładce bębnekowej, ale jedynym, w którym wkładka jest stałym, nieusuwalnym komponentem całego produktu.

Mając na względzie powyższą argumentację zdaniem Prezesa Urzędu żaden inny typ zamka do drzwi nie może być uznany za substytut kłódki.

Grupa AA wprowadza na rynek polski również kłódki elektromechaniczne, jednakże nie mogą one zostać uznane za część tego samego rynku produktowego co kłódki mechaniczne. Po pierwsze, między kłódkami mechanicznymi a elektromechanicznymi zachodzą zasadnicze różnice technologiczne. Zarówno kłódka elektromechaniczna, jak i klucz do niej zawierają wbudowany komponent elektroniczny i bez interakcji obu komponentów, której skutkiem jest przesłanie odpowiedniego impulsu elektronicznego, kłódka nie może zostać otwarta. Po drugie, skutkiem zastosowania w kłódkach elektromechanicznych zaawansowanej technologii jest znacząca różnica w cenie - cena prostej kłódki mechanicznej wynosi od 2 do 10 euro, a ceny kłódek elektromechanicznych rozpoczynają się od 200 euro. Po trzecie, różnica cenowa powoduje, że oba typy kłódek nabywane są przez różne grupy klientów - kłódki mechaniczne często nabywane są przez konsumentów na potrzeby własne, a kłódki elektromechaniczne zazwyczaj przez klientów instytucjonalnych, np. operatorów telefonii komórkowej, dystrybutorów energii elektrycznej czy spółki wodociągowe w celu ochrony elementów ich infrastruktury sieciowej przy pomocy zamknięcia gwarantującego wysoki stopień bezpieczeństwa.

W zakresie geograficznego wymiaru rynku należy rozważyć następujące okoliczności. O wymiarze krajowym analizowanego rynku mogą świadczyć występujące różnice cen pomiędzy cenami tych samych kłódek oferowanych w Polsce i w innych krajach, które są skutkiem stosowania polityk cenowych ponadnarodowych graczy rynkowych dostosowujących je do istniejących konkurentów i siły nabywczej lokalnych klientów. Innym argumentem wspierającym tezę o krajowym zasięgu rynku kłódek mechanicznych są preferencje nabywców. AA i LOB wskazały na wysoki stopień lojalności klientów wobec tradycyjnych lokalnych marek na różnych rynkach krajowych. Przekłada się to na często odmienną strukturę rynków krajowych, gdzie silną pozycję mają producenci o uznanej lokalnej marce. Odmienność struktury rynkowej można zauważyć także na poziomie sieci dystrybucji, gdyż producenci mają różnych klientów (dystrybutorów) w każdym kraju.

Argumentem, który może przemawiać za szerszym wymiarem rynku jest proces certyfikacji. Obecnie nastąpiła harmonizacja certyfikacji w EOG poprzez wprowadzenie jednolitej normy EN 12320. Spowodowało to, że znaczenie norm

krajowych w sposób istotny zmalało. Ważnym argumentem, który może przemawiać za szerszym wymiarem rynku jest również poziom importu klódek mechanicznych do Polski, który wynosi blisko 75% sprzedaży krajowej. Wszyscy najwięksi producenci importują całość (AA, Abus, EVVA, GU), lub zdecydowaną większość ok. 95% (Gerda) sprzedawanych w kraju klódek mechanicznych. LOB w 2016 r. zaimportował z Chin ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk klódek mechanicznych wartych ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] (co stanowi około [tajemnica przedsiębiorstwa] całkowitej sprzedaży klódek mechanicznych LOB). Tak wysoki poziom importu nie występuje na pozostałych rynkach wprowadzania do obrotu rozwiązań z zakresu otwierania drzwi.

Również koszty transportu nie są istotnym czynnikiem brany pod uwagę przy decyzjach dotyczących importu lub eksportu klódek mechanicznych. Zgodnie z szacunkami AA, jeśli chodzi o zakupy w innych krajach UE, koszt transportu stanowi około [tajemnica przedsiębiorstwa] wartości zakupu. Ponadto, omawiane produkty są małe i nie wymagają specjalnych warunków podczas transportu, mogą one być transportowane na duże odległości. Jednakże, aby import był opłacalny, dostawy muszą obejmować określoną minimalną ilość produktów. Z tego punktu widzenia Polska jako duży rynek, na którym importerzy mogą stosunkowo łatwo znaleźć klientów, jest rynkiem do którego opłaca się importować.

Biorąc pod uwagę powyższe argumenty, a w szczególności, dominujące znaczenie importu i niewielką ilość produkcji krajowej, niskie koszty transportu, certyfikację na poziomie europejskim oraz brak większych różnic w zakresie preferencji krajowych, Prezes Urzędu uznał, że rynek wprowadzania do obrotu klódek mechanicznych ma wymiar co najmniej europejski.

Tabela nr 3

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w rynku wprowadzania do obrotu klódek mechanicznych obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Masterlock	[tajemnica przedsiębiorstwa]
ABUS	[tajemnica przedsiębiorstwa]

BurgWächter	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Allegion (CISA)	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

Jak wynika z powyższej tabeli uczestnicy koncentracji nie mają silnej pozycji na europejskim rynku wprowadzania do obrotu kłódek mechanicznych, a ich udział rynkowy kształtuje się poniżej 20%. Na rynku tym AA i LOB spotykają się z silną konkurencją w szczególności ze strony Masterlock i ABUS.

Dla kompletności analizy poniżej prezentowane są dane dotyczące sprzedaży krajowej uczestników koncentracji.

Tabela nr 4

Udziały uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu kłódek mechanicznych na obszarze Polski

	Udziały w rynku w 2016 r. (w %)	
	ilość	wartość
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Gerda	[tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 4]	
Abus		
Roztocze		
Dormakaba		
Winkhaus		
EVVA		
GU		
DOM		

Źródło: wyliczenia UOKiK na podstawie badania rynku.

Jak wynika z powyższej tabeli łączny udział uczestników koncentracji przy węższym ujęciu rynku wprowadzania do obrotu kłódek mechanicznych w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu ilościowym i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu wartościowym. Głównym konkurentem AA i LOB jest Gerda z udziałem wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 5].

3. Mechaniczne zamki wpuszczane

Wśród mechanicznych zamków do drzwi wyróżniamy zamki wpuszczane i wierzchnie. Zamek wpuszczany jest instalowany wewnątrz profilu drzwi (skrzydła drzwi) i wymaga specjalnego otworu (kieszeni), do którego zamek jest wsuwany i montowany. Zamek wierzchni montowany jest na powierzchni drzwi, a jego instalacja wymaga wywiercenia otworów (drzwi nie są przygotowywane w procesie produkcji do późniejszego przymocowania zamka wierzchniego). Ponadto zamek wierzchni często stosowany jest jedynie jako zamek dodatkowy (pomocniczy) przykręcany do drzwi, podczas gdy zamek wpuszczany to typowy i niejako „obowiązkowy” zamek w drzwiach, które są zamykane za pomocą wkładki bębnekowej. Zamek wierzchni to produkt przeznaczony na rynek wtórny - stary model zamka niewykorzystywany obecnie przy produkcji drzwi. W przeciwieństwie do zamków wpuszczanych czy cylindrów, zamki wierzchnie nie są kupowane przez producentów drzwi (tzw. klientów OEM), a głównie przez osoby fizyczne, często w celu wymiany innego, wcześniej zainstalowanego zamka wierzchniego.

Z uwagi na przedstawione powyżej argumenty, zamki wpuszczane i zamki wierzchnie nie mogą zostać zaliczone do jednego rynku produktowego.

Na rynku polskim oferowane są także elektromechaniczne i elektroniczne zamki wpuszczane, jednak w ocenie Prezesa Urzędu nie stanowią one jednego rynku produktowego ze swymi mechanicznymi odpowiednikami. Przemawiają za tym m.in. argumenty dotyczące istotnej różnicy technologicznej, znaczącej różnicy cenowej oraz odmiennych konsekwencji utraty klucza. Cena mechanicznych zamków wpuszczanych wynosi od 2 do 50 euro (od najprostszych wewnątrzlokalowych zamków aż do zapewniających wysoki stopień bezpieczeństwa zamków do drzwi zewnętrznych), zaś ceny elektromechanicznych i elektronicznych zamków wpuszczanych zaczynają się od 250 euro.

W zakresie geograficznego wymiaru rynku należy rozważyć następujące okoliczności. O wymiarze krajowym analizowanego rynku mogą świadczyć po pierwsze różnice cen, które występują pomiędzy cenami tych samych cylindrów oferowanych w Polsce i w innych krajach. [tajemnica przedsiębiorstwa] Na politykę cenową graczy rynkowych w poszczególnych krajach istotny wpływ wywierają silni lokalni producenci, którzy oferują historycznie wiodące marki na właściwych

rynkach krajowych. Dodatkowo, brana jest pod uwagę siła nabywcza lokalnych klientów - pod tym względem rynki mechanicznych zamków wpuszczanych w Europie Zachodniej są na innym stadium rozwoju niż takie rynki krajowe w Europie Środkowej i Wschodniej. Klienci z Europy Zachodniej dużo częściej kupują drogie zamki o wysokim stopniu bezpieczeństwa (produkty segmentu premium).

Kolejnym argumentem wspierającym tezę o krajowym zasięgu rynku mechanicznych zamków wpuszczanych są preferencje nabywców. AA i LOB wskazały na wysoki stopień lojalności klientów wobec tradycyjnych lokalnych marek na różnych rynkach krajowych. Przykładami takich marek są: Titan w Słowenii, Euro-Elzett na Węgrzech, FAB i Hobes w Czechach, Abloy w Finlandii, czy CISA we Włoszech. Tym samym, w wielu krajach europejskich często liderem rynkowym jest krajowy przedsiębiorca o długotrwałej tradycji produkcji na dany rynek krajowy, oferujący produkty pod znaną marką. Jest to rezultat lojalności klientów względem marek oferowanych na danym rynku lokalnym od dziesięcioleci. Na przykład LOB dokonał sprzedaży zamków wpuszczanych w krajach Europy Zachodniej głównie dlatego, że zamki te zostały sprzedane w tych krajach pod markami lokalnych producentów (np. produkcja LOB dla [tajemnica przedsiębiorstwa]). Wejście na te rynki z produktami marek własnych było niezwykle trudne dla LOB. Sytuacja wyglądała nieco inaczej w krajach takich jak [tajemnica przedsiębiorstwa], gdzie LOB dystrybuował swoje mechaniczne zamki wpuszczane pod marką LOB lub Yeti. Było to jednakże możliwe z uwagi na brak silnych marek lokalnych w tych krajach i niewielką skalę importu realizowanego przez LOB. Biorąc pod uwagę preferencje klientów i lokalne tradycje w sektorze rozwiązań zamykających, producenci do pewnego stopnia oferują inne produkty w różnych krajach lub takie same/podobne typy produktów o innych wymiarach (typowych dla niektórych rynków lokalnych). Na przykład, mechaniczny zamek wpuszczany ABLOY Abloy 4292 oferowany był przez Grupę AA w wielu krajach europejskich, ale nie był sprzedawany klientom w [tajemnica przedsiębiorstwa]. Kolejnym przykładem jest zamek wpuszczany Monoblock oferowany w Rumunii i Bułgarii, który nie jest powszechny w innych krajach. Ponadto, te same typy zamków są sprzedawane różnym typom klientów w poszczególnych krajach (zamek Grupy AA może w jednym kraju być sprzedany tylko klientom hurtowym, a w innym dystrybuowany poprzez sieci DIY).

Należy też wskazać, że struktura rynków krajowych jest często odmienna, gdyż w poszczególnych krajach działają różni przedsiębiorcy. Nawet jeśli niektóre podmioty, takie jak Dormakaba, DOM, Winkhaus, czy Hobes, działają w kilku państwach, to ich udziały rynkowe są różne w zależności od kraju. Na przykład DOM i Winkhaus mają znacznie silniejszą pozycję w Niemczech niż w Polsce, a udział Hobes jest znacznie wyższy w czeskim rynku mechanicznych zamków wpuszczanych niż w Polsce. Jednocześnie udziały LOB na jakimkolwiek rynku krajowym mechanicznych zamków wpuszczanych w Europie są znikome (znacznie poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa]). Odmienność struktury rynkowej można zauważyć także na poziomie sieci dystrybucji, gdyż producenci mają różnych klientów (dystrybutorów, klientów OEM) w każdym kraju.

Za krajowym wymiarem rynku przemawiać może potrzeba zorganizowania krajowej sieci dystrybucji. Z doświadczeń Grupy AA w Europie wynika, że sieci dystrybucyjne budowane są w poszczególnych krajach odrębnie dla każdego kraju europejskiego, w którym działa Grupa AA. Ponadto członkowie sieci dystrybucji (nawet ci najwięksi) działają na skalę krajową. Również najwięksi dystrybutorzy, którzy importują produkty segmentu ekonomicznego z Chin, co do zasady działają na szczeblu krajowym. Należy także wspomnieć, że w niektórych kanałach dystrybucji (np. lokalni producenci drzwi, tj. klienci OEM) elastyczność i szybkość dostaw stanowi kluczowy czynnik niezbędny do prowadzenia działalności i nie sposób ją osiągnąć bez krajowej sieci dystrybucji.

Argumentem, który może przemawiać zarówno za krajowym, jak i szerszym wymiarem rynku jest proces certyfikacji. Dla mechanicznych zamków wpuszczanych wprowadzono jednolity europejski standard EN 12209. Jednakże w wielu krajach zamki są atestowane również zgodnie ze standardami lokalnymi, takimi jak DIN w Niemczech, czy SKG w Holandii.

Innym argumentem, który przemawia za krajowym wymiarem rynku jest poziom eksportu i importu. Poziom eksportu mechanicznych zamków wpuszczanych z Polski jest bardzo niski. Dobrym przykładem w tym zakresie jest LOB, który jest jednym z głównych producentów, a którego eksport mechanicznych zamków wpuszczanych wynosi jedynie około [tajemnica przedsiębiorstwa], podczas gdy sprzedaż krajowa wyniosła [tajemnica przedsiębiorstwa]. Ponadto część eksportu LOB to produkty wytwarzane dla innych producentów lub sieci sklepów,

sprzedawane na krajowych rynkach pod ich marką własną (jak w przypadku mechanicznych zamków wpuszczanych produkowanych dla [tajemnica przedsiębiorstwa]). Podobnie poziom importu jest relatywnie niski i wynosi ok. 26%, co świadczy o tym, że to produkcja krajowa odgrywa podstawową rolę, a import ma jedynie charakter uzupełniający.

Biorąc zatem pod uwagę niski poziom importu (i jeszcze niższy poziom eksportu), istotne różnice cen pomiędzy krajami, czy odmienności preferencji krajowych w zakresie typów zamków oferowanych na danym rynku, Prezes Urzędu uznał, że rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wpuszczanych ma wymiar krajowy.

Tabela nr 5

Udziały uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2016 r. w krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wpuszczanych

	Udziały w rynku w 2016 r. (w %)	
	ilość	wartość
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Firma JANIA	[tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 6]	
Hobes		
DOM		
Gerda		
Winkhaus		
GU		
Wilka		
Lockpol		
Dormakaba		
Siegenia		
Hafele		
Fana		
Geze		

Źródło: wyliczenia UOKiK na podstawie badania rynku.

Jak wynika z powyższej tabeli łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wpuszczanych wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu ilościowym i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu wartościowym. Głównymi konkurentami AA i LOB są: Firma JANIA z udziałem wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik

pkt 7], DOM z udziałem wynoszącym odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 8] i Hobes z udziałem ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 9].

Dla kompletności analizy poniżej prezentowane są dane dotyczące sprzedaży europejskiej uczestników koncentracji.

Tabela nr 6

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wpuszczanych na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]
GU-BKS	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Allegion (CISA)	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Winkhaus	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DormaKaba	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DOM	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

4. Mechaniczne zamki wierzchnie

Zamek wierzchni to typ zamka mocowanego do powierzchni skrzydła drzwi, zazwyczaj po ich wewnętrznej stronie. Jako kompletne i samodzielne zamki nie mogą zostać uznane za należące do tego samego rynku produktowego co mechaniczne wkładki bębnekowe będące jedynie częścią zamka. Argumentacja za zdefiniowaniem mechanicznych zamków wierzchnich i mechanicznych zamków wpuszczanych jako odrębnych rynków produktowych przedstawiona została w części dotyczącej zamków wpuszczanych.

W zakresie geograficznego wymiaru rynku należy rozważyć następujące okoliczności. O wymiarze krajowym analizowanego rynku mogą świadczyć po pierwsze różnice cen, które występują pomiędzy cenami tych samych cylindrów oferowanych w Polsce i w innych krajach. [tajemnica przedsiębiorstwa]

Argumentem świadczącym o krajowym zasięgu rynku mechanicznych zamków wierzchnich są preferencje nabywców. w części krajów europejskich zamki

wierzchnie nie są popularnym typem i są bardzo rzadko montowane w drzwiach. Natomiast w pozostałych krajach klienci zwykle kupują zamki wierzchnie oferowane przez graczy lokalnych, takich jak Gerda czy LOB w Polsce. Preferencje nabywców są argumentem przemawiającym za krajowym zasięgiem rynku mechanicznych zamków wierzchnich. Strony transakcji zaobserwowały wysoki stopień lojalności klientów wobec tradycyjnych lokalnych marek na różnych rynkach krajowych. Przykładowo LOB dokonał sprzedaży zamków wierzchnich w krajach Europy Zachodniej głównie dlatego, że zamki produkowane te zostały sprzedane w tych krajach pod markami bardziej znanych producentów (np. produkcja LOB dla [tajemnica przedsiębiorstwa]). Wejście na te rynki z produktami marek własnych było niezwykle trudne dla LOB.

Biorąc pod uwagę preferencje klientów i lokalne tradycje w zakresie zamków wierzchnich, producenci międzynarodowi oferują odmienne produkty w zależności od kraju. Należy też wskazać, że struktura rynków krajowych jest często inna gdyż w poszczególnych krajach działają różni przedsiębiorcy. Ponadto w niektórych krajach europejskich rynek zamków wierzchnich w zasadzie nie istnieje, ponieważ ten typ zamka nie jest popularny wśród klientów (np. Niemcy, Austria). W innych krajach zamki wierzchnie oferowane są głównie przez lokalnych graczy. Podmioty działające na skalę europejską, o których mowa w kontekście innych rodzajów zamków drzwiowych czy cylindrów nie są tak aktywni na rynku mechanicznych zamków wierzchnich. Odmienność struktury rynkowej można zauważyć także na poziomie sieci dystrybucji, z uwagi na to, że rynek zamków wierzchnich to rynek zamienników dla starych, już zainstalowanych zamków wierzchnich, gdyż nowe drzwi wejściowe nie wymagają już instalacji tego typu zamków.

Argumentem, który może przemawiać zarówno za krajowym, jak i szerszym wymiarem rynku jest proces certyfikacji. Dla zamków wierzchnich wprowadzono ten sam ujednolicony standard europejski (tj. EN 12209), chociaż niektóre lokalne standardy są nadal stosowane (np. DIN w Niemczech, czy SKG w Holandii).

Innym argumentem, który może przemawiać zarówno za krajowym jak i szerszym wymiarem rynku jest poziom eksportu i importu. Z jednej strony poziom eksportu z Polski jest bardzo niski. Dobrym przykładem w tym zakresie jest LOB, który jest jednym z głównych producentów w Polsce, a którego eksport mechanicznych zamków wierzchnich wynosi zaledwie ok. [tajemnica

przedsiębiorstwa], podczas gdy sprzedaż krajowa w 2016 r. wyniosła ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Ponadto, jak już wspomniano, część eksportu LOB to wyroby produkowane dla innych producentów, sprzedawane na krajowych rynkach Europy Zachodniej pod ich marką własną (jak w przypadku mechanicznych zamków wierzchnich produkowanych dla [tajemnica przedsiębiorstwa]). Oznacza to, że znalezienie miejsca na tych rynkach i oferowanie tych samych produktów, ale pod marką LOB lub Yeti byłoby dla LOB trudne. Wszyscy najważniejsi producenci zamków wierzchnich produkują je w Polsce, a import jest niewielki. AA nie ma żadnych zakładów produkcyjnych w Polsce, a wszystkie zamki wierzchnie przez nią sprzedawane są importowane do Polski z Finlandii i Chin. LOB z kolei w 2016 r. importował ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] mechanicznych zamków wierzchnich (wartych ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]) z Chin, co stanowi nieznaczną część ogólnego rozmiaru sprzedaży tych wyrobów LOB wynoszącego [tajemnica przedsiębiorstwa].

Biorąc pod uwagę powyższe argumenty, a w szczególności dominujące znaczenie produkcji krajowej, różnice cen pomiędzy krajami, znaczenie marek lokalnych i preferencji krajowych, Prezes Urzędu uznał, że rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wierzchnich ma wymiar krajowy.

Tabela nr 7

Udziały uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2016 r. w krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wierzchnich

	Udział w rynku w 2016 r. (w %)	
	ilość	wartość
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Firma JANIA	[tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 10]	
Gerda		
Fana		
DOM		

Źródło: wyliczenia UOKiK na podstawie badania rynku.

Jak wynika z powyższej tabeli łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wierzchnich w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu ilościowym i ok. [tajemnica

przedsiębiorstwa]w ujęciu wartościowym. Głównymi konkurentami AA i LOB są: Gerda z udziałem wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 11] oraz Firma JANIA z udziałem wynoszącym odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 12].

Dla kompletności analizy poniżej prezentowane są dane dotyczące sprzedaży europejskiej uczestników koncentracji.

Tabela nr 8

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wierzchnich na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Allegion (CISA)	[tajemnica przedsiębiorstwa]
ISEO	[tajemnica przedsiębiorstwa]
ABUS	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Thirard (FTH ⁴)	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DOM	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

5. Mechaniczne zamki przemysłowe

Mechaniczne zamki przemysłowe są to niewielkie zamki oparte na mechanizmie cylindra z otworem na klucz z jednej strony oraz obracającym się ramieniem (dźwignią) z drugiej strony. Ramię ryglujące poruszane jest za pomocą obrotu klucza o 90 lub 180 stopni. Mają zastosowania przemysłowe i instalowane są w: maszynach ATM (bankomatach), parkometrach, maszynach vendingowych, pojemnikach na gotówkę, dyspozytorach kluczy czy małych sejfach. Tak więc używane są w zastosowaniach, w których istotna jest ich odporność na atak mechaniczny, a także na warunki pogodowe.

Z uwagi na przedstawione cechy oraz zastosowanie mechaniczne zamki przemysłowe stanowią odrębny rynek produktowy.

Biorąc pod uwagę kryterium substytucyjności popytowej, zamki przemysłowe nie mogą być uważane za substytut zamków do drzwi (wierzchnich czy

⁴ FTH to marka, pod którą oferowane są zamki produkowane przez Thirard

wpuszczanych) z uwagi na to, że nie są zaprojektowane jako rozwiązanie zamykające do drzwi. Nie są także substytutami mechanicznych wkładek bębnekowych, które funkcjonują jedynie jako element zamknięcia do drzwi.

Produktem, który przypomina mechaniczne zamki przemysłowe są zamki szafkowe oraz meblowe. Jednakże występują zasadnicze różnice pomiędzy zamkami przemysłowymi a szafkowymi i meblowymi, które uzasadniają zaliczenie ich do odrębnych rynków produktowych. Zamki szafkowe to produkt używany jako zamknięcie w różnego rodzaju szatniach (w szkołach, na basenach, w fabrykach itd.) czy szklanych gablotach, nie zapewniający zbyt wysokiego stopnia ochrony przed włamaniem. Podobnie zamki meblowe, używane jako zamknięcie do szuflad, szaf i innych rodzajów mebli, także nie zapewniają odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa wymaganego w bankomatach, parkomatach czy małych sejfach.

Mechaniczne zamki przemysłowe nie mogą być uznane za jeden rynek produktowy również z elektronicznymi lub cyfrowymi zamkami przemysłowymi. Argumentacja przedstawiona w zakresie rozróżnienia pomiędzy mechanicznymi a mechatronicznymi i elektronicznymi wkładkami bębnekowymi ma zastosowanie również w tym przypadku. Występuje bowiem zasadnicza różnica w technologii produkcji używanej w tych dwóch odrębnych grupach zamków przemysłowych. Różnica ta znajduje odzwierciedlenie w cenie zamków - podczas gdy standardowy zamek przemysłowy wykonany z metalu kosztuje od 3 do 10 euro, ceny elektronicznych i cyfrowych zamków przemysłowych wynoszą od 50 do 250 euro. Dodatkowo argument dotyczący konsekwencji utraty klucza, omawiany w odniesieniu do wkładek bębnekowych ma zastosowanie również w odniesieniu do mechanicznych zamków przemysłowych. W przypadku elektronicznych zamków przemysłowych fakt, że karta magnetyczna została zgubiona lub ukradzioną nie powoduje konieczności wymiany zamka (jak ma to miejsce w przypadku utraty kluczy do zamków mechanicznych) - dezaktywacja utraconej karty jest wystarczająca do zachowania niezmiennego poziomu bezpieczeństwa.

Mając na względzie powyższe argumenty, mechaniczne zamki przemysłowe należy traktować jako odrębny rynek przemysłowy.

W zakresie geograficznego wymiaru analizowanego rynku należy rozważyć następujące okoliczności. O wymiarze krajowym rynku mogą świadczyć odmienne preferencje klientów i tradycje krajowe. Można bowiem zauważyć znaczną różnicę

konstrukcji (kształt, rozmiar) pomiędzy mechanicznymi zamkami przemysłowymi montowanymi w Skandynawii, Szwajcarii czy Wielkiej Brytanii i zamkami montowanymi w innych krajach Europy. Dlatego też różne rodzaje mechanicznych zamków przemysłowych, z uwagi na lokalne preferencje i tradycje, nie są faktycznie wzajemnie substytucyjne.

Należy też wskazać, że struktura rynków krajowych jest często odmienna gdyż w poszczególnych krajach działają różni przedsiębiorcy. Nawet jeśli niektóre podmioty takie jak Grupa AA, Dormakaba czy Wilka działają w wielu państwach, ich udziały rynkowe są różne w zależności od kraju, np. Wilka ma znacznie silniejszą pozycję w Niemczech niż w Polsce, Abloy ma silniejszą pozycję w Finlandii niż w Polsce czy Niemczech. Jednocześnie udziały LOB w jakimkolwiek, innym niż polski, rynku krajowym mechanicznych zamków przemysłowych w Europie są znikome (znacznie poniżej [*tajemnica przedsiębiorstwa*]). Odmienność struktury rynkowej można zauważyć także na poziomie sieci dystrybucji, gdyż producenci mają różnych klientów (dystrybutorów) w każdym kraju.

Za krajowym wymiarem rynku przemawiać może także potrzeba zorganizowania krajowej sieci dystrybucji. Z doświadczeń Grupy AA w Europie wynika, że sieci dystrybucyjne budowane są w poszczególnych krajach odrębnie dla każdego z nich. Główni klienci na rynku mechanicznych zamków przemysłowych także działają na szczeblu krajowym - brak jest międzynarodowych nabywców, którzy dokonywaliby scentralizowanych zakupów transgranicznych w celu zaspokojenia u jednego polskiego dostawcy swojego zapotrzebowania w kilku krajach.

Argumentem, który może przemawiać zarówno za krajowym jak i szerszym wymiarem rynku jest proces certyfikacji. Obecnie nastąpiła harmonizacja procesu certyfikacji w EOG poprzez wprowadzenie jednolitej normy. Mimo to w części krajów zamki przemysłowe są atestowane zgodnie z lokalnymi standardami (normami), takimi jak DIN w Niemczech, SKG w Holandii, czy ČSN P EN 1627 w Czechach.

Innym argumentem, który może przemawiać zarówno za krajowym, jak i szerszym wymiarem rynku jest poziom eksportu i importu. Poziom eksportu z Polski jest bardzo niski. Przykładem w tym zakresie jest LOB, który jest jednym z głównych producentów w Polsce, a którego eksport mechanicznych zamków

przemysłowych wynosi jedynie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], podczas gdy sprzedaż krajowa wyniosła ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Podobnie inni najwięksi producenci mechanicznych zamków przemysłowych praktycznie wyłącznie polegają na produkcji krajowej, a tylko w nieznacznym zakresie uzupełniają ją importem. Wyjątkiem jest AA, która, nie posiadając zakładów wytwórczych w Polsce, wszystkie sprzedane w Polsce mechaniczne zamki przemysłowe importuje.

Biorąc pod uwagę powyższe argumenty, w szczególności, dominujące znaczenie produkcji krajowej, różnice cen pomiędzy krajami, znaczenie marek lokalnych i preferencji krajowych, Prezes Urzędu uznał, że rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków przemysłowych ma wymiar krajowy.

Tabela nr 9

Udziały uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2016 r. w krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków przemysłowych

	Udziały w rynku w 2016 r. (w %)	
	ilość	wartość
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Roztocze	[tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 13]	
Euro-Box		
Euro Locks		

Źródło: wyliczenia UOKiK na podstawie badania rynku.

Jak wynika z powyższej tabeli łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków przemysłowych w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu ilościowym i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu wartościowym. Głównymi konkurentami AA i LOB są: Roztocze z udziałem wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 14] oraz Euro Box z udziałem wynoszącym odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 15].

Dla kompletności analizy poniżej prezentowane są dane dotyczące sprzedaży europejskiej uczestników koncentracji.

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków przemysłowych na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DOM	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DormaKaba	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Allegion (CISA)	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Eurolocks	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

6. Mechaniczne zamki szafkowe i meblowe

Jak wyjaśniono w części opisowej dotyczącej mechanicznych zamków przemysłowych, mechaniczne zamki szafkowe używane są jako zamknięcie głównie w szatniach, a meblowe instalowane są w różnego rodzaju szufladach, szafach itp.

Mechaniczne zamki szafkowe i meblowe łącznie tworzą odrębny rynek produktowy. Nie mogą być uznane za produkt substytucyjny w stosunku do zamków do drzwi (wierzchnich, wpuszczanych) z uwagi na ich odmienne przeznaczenie. Zamki te nie są również substytucyjne względem mechanicznych cylindrów, które są jedynie elementem zamka.

Jednocześnie brak jest podstaw, by definiować zamki szafkowe i meblowe jako odrębne rynki produktowe. Należy podkreślić, że są one substytutami z punktu widzenia nabywcy. Ich podobny rozmiar, cena oraz konstrukcja powodują, że mogą zostać zainstalowane w tym samym obiekcie (np. szafie czy szafce), zarówno w domu, jak i w biurze. Jeśli chodzi o kwestię substytucyjności podażowej, zamki szafkowe i meblowe wytwarzane są na tych samych liniach produkcyjnych, oferowane są jednocześnie przez tych samych producentów, do ich produkcji wymagany jest podobny poziom wiedzy eksperckiej.

Mając na względzie powyższe, zamki szafkowe i meblowe stanowią jeden rynek produktowy.

Za krajowym zasięgiem rynku zamków szafkowych i meblowych będą przemawiały podobne argumenty, które zostały już zaprezentowane wcześniej w odniesieniu do rynku mechanicznych zamków przemysłowych. Bezpośrednie zastosowanie znajdą zwłaszcza argumenty dotyczące potrzeby krajowej sieci dystrybucji, odmiennych struktur rynku w poszczególnych krajach, niskiego poziomu eksportu z Polski, różnic cenowych pomiędzy krajami.

Jednocześnie jednak na rynku zamków szafkowych i meblowych zauważalny jest znacznie większy udział importu, który przekracza 80% krajowej sprzedaży. Sprzyja temu prosta konstrukcja zamków szafkowych i meblowych oraz niski koszt transportu wynoszący około [tajemnica przedsiębiorstwa] wartości zakupu. Ponadto omawiane produkty są niewielkich rozmiarów i nie wymagają specjalnych warunków podczas transportu, mogą więc być transportowane na duże odległości.

W odniesieniu do analizowanego rynku jego wymiar geograficzny może pozostać sprawą otwartą, gdyż bez względu na przyjętą definicję koncentracja nie prowadzi do negatywnych skutków rynkowych.

Tabela nr 11

Udziały uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków szafkowych i meblowych na obszarze Polski

	Udział w rynku w 2016 r. (w %)	
	Ilość	wartość
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Hafele	[tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 16]	
Roztocze		
DOM		
Euro Locks		
Gerda		
EVVA		
Dormakaba		

Źródło: wyliczenia UOKiK na podstawie badania rynku.

Jak wynika z powyższej tabeli łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków szafkowych i meblowych w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu ilościowym

i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]w ujęciu wartościowym. Głównym konkurentem AA i LOB jest Hafele z udziałem przekraczającym [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 17].

W przypadku uznania, iż rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków szafkowych i meblowych ma wymiar szerszy niż krajowy, udziały uczestników koncentracji przedstawia poniższa tabela.

Tabela nr 12

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków szafkowych i meblowych na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Hafele	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Eurolocks	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

7. Elektrozaczepty, zwory elektromagnetyczne i rygle elektromagnetyczne

Elektrozaczepty, zwory elektromagnetyczne i rygle elektromagnetyczne to zasilane prądem mechanizmy zamykające, stosowane do zamykania drzwi i bram (furtek). Często stanowią część instalacji domofonowej.

Elektrozaczep to mechanizm zamykający instalowany we framudze drzwi. Rygiel zaczepu zamka wpuszczanego utrzymywany przez elektrozaczep zainstalowany we framudze sprawia, że drzwi pozostają zamknięte. Dzięki impulsowi elektrycznemu wysyланemu do elektrozaczepu rygiel zostaje zwolniony, umożliwiając otwarcie drzwi od zewnątrz (po zewnętrznej stronie drzwi nie ma klamki, jest tylko gałka).

Zwora elektromagnetyczna jest mechanizmem zamykającym, zwykle montowanym na powierzchni framugi od wewnątrz budynku. Naprzeciw zwory w skrzydle drzwi montowany jest element stalowy. Rozwiązanie to działa w sposób ciągły przy przepływie prądu, który w wewnętrznym uzwojeniu wytwarza pole elektromagnetyczne. Zwora, dzięki swej właściwości magnetycznej, przyciąga

element stalowy w drzwiach. Aby otworzyć drzwi, impuls elektryczny jest wysyłany do przekaźnika, który przerywa dopływ prądu do zwory. Magnetyzm (siła zespalaająca zworę i element stalowy w drzwiach) znika i można otworzyć drzwi.

Rygiel elektromagnetyczny jest mechanizmem zamykającym, zwykle montowanym w skrzydle drzwi, który wsuwa się w profil drzwi lub odpowiedni element tam zamontowany. W zamku zwykle znajduje się solenoid (mały silnik elektryczny), który jest sprzężony z rygłem. Impulsy zamknięcia/otwarcia są podawane z zewnętrznych elementów sterujących (tak samo, jak w przypadku elektrozaczepów i zwory magnetycznej).

Na potrzeby niniejszej koncentracji elektrozaczepy, zwory elektromagnetyczne i rygle elektromagnetyczne tworzą jeden rynek produktowy. Mogą one być zamiennie używane przez potencjalnych nabywców poszukujących zamknięcia do drzwi wejściowych w budynku mieszkalnym lub biurowym, jak również do drzwi wewnętrznych w budynkach biurowych. Wszystkie trzy produkty są prostymi rozwiązaniami zamykającymi zasilanymi prądem, otwieranymi za pomocą kodu PIN lub karty magnetycznej. Mogą także funkcjonować jako część kompleksowego systemu kontroli dostępu w budynkach instytucjonalnych lub handlowych.

Występują również argumenty dotyczące substytucyjności podaźowej pozwalające zdefiniować elektrozaczepy, zwory i rygle elektromagnetyczne jako jeden rynek produktowy. Są one zazwyczaj wytwarzane przez tych samych wytwórców, z podobnych materiałów i komponentów oraz na tych samych liniach produkcyjnych. Omawiane zamknięcia zasilane są prądem i otwierane przy pomocy impulsu z urządzenia kontrolującego (czytnika obsługiwanej kartą magnetyczną lub przy pomocy kodu PIN, co odróżnia je od zamków mechanicznych otwieranych za pomocą mechanicznego klucza). Inna istotna różnica pomiędzy zamkami mechanicznymi a elektrozaczepami, zworami elektromagnetycznymi i ryglami elektromagnetycznymi odnosi się do sposobu ich instalacji. Montaż tych ostatnich jest bardziej skomplikowany i zazwyczaj wykonywany jest przez profesjonalnego instalatora lub ekipę montażową.

Mając na względzie powyższe, elektrozaczepy, zwory elektromagnetyczne i rygle elektromagnetyczne Prezes Urzędu uznał, że na potrzeby niniejszej koncentracji wyroby te stanowią odrębny rynek produktowy.

W zakresie geograficznego wymiaru omawianego rynku należy rozważyć następujące okoliczności. O wymiarze krajowym mogą świadczyć różnice cen, występujące pomiędzy takimi samymi wyrobami oferowanymi w Polsce i w innych krajach. [tajemnica przedsiębiorstwa]

Kolejnym argumentem wspierającym tezę o krajowym zasięgu tego rynku są preferencje nabywców. Biorąc pod uwagę preferencje klientów i lokalne tradycje w sektorze rozwiązań zamykających, a także lokalne regulacje w zakresie bezpieczeństwa (niektóre przepisy krajowe są w tym względzie surowsze od norm europejskich), producenci do pewnego stopnia oferują inne produkty w różnych krajach lub takie same (lub podobne typy) produktów o innych wymiarach (typowych dla niektórych rynków lokalnych). Przykładowo elektrozaczep FAB 31211 oferowany był przez Grupę AA w wielu krajach europejskich, ale nie był sprzedawany klientom w [tajemnica przedsiębiorstwa].

Należy też wskazać, że struktura krajowych rynków elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych różni się w zależności od państwa z uwagi na fakt, że w poszczególnych krajach działają różni przedsiębiorcy. Nawet jeśli niektóre podmioty, takie jak Geze, Grupa AA, O&C czy Dorcas działają w wielu państwach w Europie, ich udziały rynkowe są różne w zależności od kraju. Na przykład Grupa AA i Geze mają znacznie silniejszą pozycję w Niemczech niż w Polsce, a Dorcas jest znacznie silniejszy w Hiszpanii niż w pozostałych krajach.

Za krajowym wymiarem rynku przemawiać może potrzeba zorganizowania krajowej sieci dystrybucji. Z doświadczeń Grupy AA w Europie wynika, że sieci dystrybucyjne budowane są w poszczególnych krajach odrębnie dla każdego kraju europejskiego, w którym działa Grupa AA. Ponadto poszczególni członkowie sieci dystrybucji działają na skalę krajową. Nawet najwięksi dystrybutorzy (hurtownicy), którzy importują produkty segmentu ekonomicznego z Chin, działają na szczeblu krajowym (sprowadzone towary sprzedają w Polsce, tu posiadają infrastrukturę biurową, handlową, magazynową, a ich odbiorcami są klienci krajowi). W przypadku tego rynku bardzo ważną rolę odgrywają usługi posprzedażowe, które muszą być zorganizowane na terenie całego kraju i nie mogą być świadczone z zagranicy. Główni klienci na rynku elektrozaczepów także działają na szczeblu krajowym - brak jest międzynarodowych nabywców, którzy dokonywaliby

scentralizowanych zakupów transgranicznych w celu zaspokojenia u jednego polskiego dostawcy swojego zapotrzebowania w kilku krajach.

Innym argumentem, który może przemawiać zarówno za krajowym, jak i szerszym wymiarem rynku jest poziom eksportu i importu. Z jednej strony poziom eksportu z Polski jest bardzo niski. Przykładem w tym zakresie jest LOB, który jest doświadczonym graczem rynkowym, a którego eksport elektrozaczepów wyniósł jedynie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], podczas gdy sprzedaż krajowa wyniosła [tajemnica przedsiębiorstwa]. Jednocześnie należy podkreślić, że w przypadku elektrozaczepów import z Azji jest znacznie mniejszy niż wyrobów na innych rynkach wspólnych, ponieważ w przypadku elektrozaczepów, zwór i rygli elektromagnetycznych kluczową rolę odgrywa jakość produktu. Są to produkty zasilane elektrycznie i wymagające profesjonalnego montażu (kwestie regulacji z zakresu bezpieczeństwa są bardzo istotne). Dlatego też klienci preferują marki, do których mają zaufanie z uwagi na odpowiednie atesty. Ze względu na stopień złożoności produktów oraz skomplikowaną instalację, posprzedażowe usługi montażowe i naprawcze czy kwestia gwarancji są znacznie ważniejsze w przypadku elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych niż np. w przypadku mechanicznych zamków wpuszczanych czy cylindrów.

Biorąc pod uwagę powyższe argumenty, Prezes Urzędu uznał, że rynek wprowadzania do obrotu elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych ma wymiar krajowy.

Tabela nr 13

Udział uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2016 r. w krajowym rynku wprowadzania do obrotu elektrozaczepów, zwor elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych

	Udziały w rynku w 2016 r. (w %)	
	ilość	wartość
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Lockpol	[tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 18]	
Bira		
GU		
AAT		
Winkhaus		
Dormakaba		
Gerda		
Fana		
Geze		
DOM		
EVVA		
Eco		
Hafele		

Źródło: wyliczenia UOKiK na podstawie badania rynku.

Jak wynika z powyższej tabeli łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu elektrozaczepów, zwor elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu ilościowym i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu wartościowym. Głównymi konkurentami AA i LOB są: Lockpol z udziałem wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 19] oraz Bira z udziałem wynoszącym odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 20].

Dla kompletności analizy poniżej prezentowane są dane dotyczące sprzedaży europejskiej uczestników koncentracji.

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu elektrozaczepów, zwor elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DormaKaba	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Stendals EI AB	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Dorcas	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Sewosy	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DOM	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

8. Samozamykacze

Samozamykacz to mechaniczne urządzenie wymuszające zamknięcie drzwi po ich otwarciu przez przechodzącą osobę. Samozamykacze są integralną częścią drzwi montowanych w budynkach handlowych, pozwalającą spełniać swoją funkcję drzwiom przeciwpożarowym zamontowanym na trasach dróg ewakuacyjnych w budynkach publicznych. Samozamykająca funkcja zapewnia bezpieczeństwo drzwi wejściowych, zapobiegając ich gwałtownemu zatraskiwaniu się, pozostawianiu otwartymi czy gwałtownemu poruszaniu ich przez wiatr.

Samozamykacze najczęściej instalowane są przy drzwiach przeciwpożarowych, które muszą być zamknięte w przypadku pożaru, tak aby zapobiec rozprzestrzenianiu się ognia i dymu. Odgrywają także pewną rolę w utrzymaniu średniej temperatury chłodzenia, powodując, że chłodne powietrze nie ucieka przez zbyt długo otwarte drzwi.

Z powodu ich unikalnego przeznaczenia samozamykacze nie mogą być uznane za substytucyjne względem innych rozwiązań zamykających lub innych akcesoriów do drzwi opisanych w niniejszej decyzji. Fundamentalna różnica pomiędzy samozamykaczami a zamkami mechanicznymi czy np. elektrozaczepami polega na tym, że powodują one jedynie przyknięcie drzwi (ang. *closing*), nie zaś ich zamknięcie (ang. *locking*). Samozamykacze nie zapobiegają wejściu

nieupoważnionej osoby do budynku - sprawiają jedynie, że drzwi, w których są zamontowane nie pozostają otwarte.

Mając na uwadze powyższe należy uznać, że samozamykacze stanowią odrębny rynek produktowy.

W zakresie geograficznego wymiaru rynku samozamykaczy należy rozważyć następujące okoliczności. Za krajowym zasięgiem rynku przemawiają podobne argumenty, które zostały już zaprezentowane wcześniej w odniesieniu do rynku elektrozaczepów. Bezpośrednie zastosowanie znajdą zwłaszcza argumenty dotyczące potrzeby krajowej sieci dystrybucji, odmiennych struktur rynku w różnych krajach, niskiego poziomu eksportu z Polski, różnic cenowych pomiędzy poszczególnymi krajami oraz sposobu prowadzenia działalności biznesowej przez graczy międzynarodowych. Zarówno same argumenty, jak i ich szczegółowe rozwinięcie należy zastosować w odniesieniu do rynku samozamykaczy. Ponadto w przypadku samozamykaczy instalacja jest zwykle przeprowadzana przez zespół profesjonalistów, a usługi posprzedażowe (tak jak w przypadku elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych) są bardziej istotne niż w przypadku typowych zamków mechanicznych, gdyż prawidłowe funkcjonowanie samozamykaczy jest niezwykle istotne w sytuacjach awaryjnych (np. awaryjne opuszczenie budynku w przypadku pożaru itd.). Tym samym, zauważalna jest u klientów tendencja do kupowania certyfikowanych produktów marek o międzynarodowej renomie i rozbudowanej sieci dystrybucji.

Jednocześnie jednak na rynku samozamykaczy zauważalny jest wysoki udział importu, który przekracza 60% krajowej sprzedaży. Sprzyja temu niski koszt transportu wynoszący około [tajemnica przedsiębiorstwa] wartości zakupu. Ponadto w przypadku samozamykaczy istnieje w pełni jednolity standard (norma) europejski (EN 1154) i, w przeciwieństwie do cylindrów czy zamków wpuszczanych, nie ma standardów lokalnych i nie są wydawane lokalne certyfikaty. Samozamykacze to produkty ustandaryzowane na szczeblu EOG. Ponadto omawiane produkty cechują niewielkie rozmiary i nie wymagają specjalnych warunków podczas transportu, mogą być transportowane na duże odległości.

W odniesieniu do analizowanego rynku jego wymiar geograficzny może pozostać sprawą otwartą, gdyż bez względu na przyjętą definicję koncentracja nie prowadzi do żadnych negatywnych skutków rynkowych.

Tabela nr 15

Udział uczestników koncentracji i ich konkurentów w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu samozamykaczy w Polsce

	Łącznie (w %)	
	ilość	wartość
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Geze	[tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 21]	
Dormakaba		
GU		
DOM		
Winkhaus		
Hafele		
Gerda		
Hobes		

Źródło: wyliczenia UOKiK na podstawie badania rynku.

Jak wynika z powyższej tabeli łączne udziały uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu samozamykaczy w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu ilościowym i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ujęciu wartościowym. Głównym konkurentem AA i LOB na tym rynku jest Geze z udziałem wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 22].

W przypadku uznania, iż rynek wprowadzania do obrotu samozamykaczy ma wymiar szerszy niż krajowy udziały uczestników koncentracji przedstawia poniższa tabela.

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu samozamykaczy na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DormaKaba	[tajemnica przedsiębiorstwa]
GEZE	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

9. Klamki do drzwi

Klamka do drzwi to produkt przymocowany do skrzydła drzwi i używany do ich manualnego otwierania. Z uwagi na ich unikalną funkcję klamki do drzwi stanowią odrębny rynek produktowy względem innych rynków omawianych w niniejszej decyzji. Klamki do drzwi nie są również substytutem klamek do okien, jako że oba rodzaje klamek mogą zostać przymocowane jedynie do obiektu, do którego są przeznaczone (klamka do drzwi nie może zostać przymocowana i działać przy oknie i odwrotnie).,

W zakresie geograficznego wymiaru rynku należy rozważyć następujące okoliczności. Za krajowym zasięgiem rynku klamek do drzwi będą przemawiały podobne argumenty, które zostały już zaprezentowane wcześniej w odniesieniu do rynku zamków przemysłowych czy meblowych. Bezpośrednie zastosowanie znajdują zwłaszcza argumenty dotyczące potrzeby krajowej sieci dystrybucji, odmiennych struktur rynków krajowych, preferencji klientów, niskiego poziomu eksportu z Polski, różnic cenowych pomiędzy poszczególnymi krajami oraz sposobu prowadzenia działalności biznesowej przez graczy międzynarodowych. Zarówno same argumenty, jak i ich szczegółowe rozwinięcie należy odnieść do rynku klamek do drzwi.

Główni gracze na rynku klamek do drzwi to wyspecjalizowane spółki, dla których tego typu akcesoria stanowią główną działalność. Producenci zamków i innych rozwiązań zamykających nie są silnymi graczami na tym rynku.

Należy wskazać, że istnieje jednolita norma europejska opracowana dla klamek drzwiowych - EN 1906. Niektóre lokalne standardy nadal są jednak stosowane, np. DIN w Niemczech, SKG w Holandii czy ČSN P EN 1627 w Czechach.

W odniesieniu do kwestii preferencji klientów lokalnych należy stwierdzić, że rynki klamek do drzwi to rynki krajowe z punktu widzenia wyglądu (designu), na przykład klamki oferowane w Skandynawii, Niemczech, Wielkiej Brytanii czy we Włoszech różnią się od siebie pod względem kształtu czy wykończenia (wykorzystanych materiałów). Jednocześnie prosta konstrukcja klamek oraz niski koszt transportu, wynoszący ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] wartości zakupu, sprzyjają importowi i eksportowi. Ponadto omawiane produkty są niewielkich rozmiarów i nie wymagają specjalnych warunków podczas transportu, mogą być transportowane na duże odległości.

W odniesieniu do analizowanego rynku jego wymiar geograficzny może pozostać sprawą otwartą, gdyż bez względu na przyjętą definicję koncentracja nie prowadzi do negatywnych skutków rynkowych.

Tabela nr 17

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu klamek do drzwi na obszarze Polski

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Dane przedstawione przez AA.

Jak wynika z powyższej tabeli, łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu klamek do drzwi w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], co oznacza, że pozycja rynkowa uczestników koncentracji na tym rynku jest relatywnie słaba.

Natomiast w przypadku uznania, iż rynek wprowadzania do obrotu klamek do drzwi ma wymiar szerszy niż krajowy udziały uczestników koncentracji przedstawia poniższa tabela.

Tabela nr 18

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu klamek do drzwi na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

10. Wizjery cyfrowe

Wizjery umożliwiają szybki podgląd tego co dzieje się za drzwiami. Na rynku dostępnych jest wiele odmian wizjerów m.in. mechaniczne i cyfrowe. Wizjer cyfrowy zbudowany jest z dwóch komponentów - kamery zastępującej tradycyjny wizjer, która jest instalowana w drzwiach i niewielkiego monitora zasilanego baterią, montowanego wewnątrz domu lub mieszkania. Monitor połączony jest z kamerą i wyświetla obraz osoby stojącej za drzwiami.

Wizjery mechaniczne zbudowane są natomiast między innymi z obiektywu, szyny, soczewki i zasuwki i oprócz budowy różnią się od wizjerów cyfrowych w sposób istotny ceną. I tak, cena zakupu wizjera tradycyjnego to ok. 10-25 PLN, zaś wizjera cyfrowego to co najmniej 90 PLN.

Mając na względzie unikalną funkcję wizjerów cyfrowych oraz różnice w cenie należy uznać, że stanowią one odrębny rynek produktowy.

W zakresie geograficznego wymiaru rynku należy rozważyć następujące okoliczności. Za krajowym zasięgiem rynku cyfrowych wizjerów do drzwi będą przemawiały podobne argumenty, które zostały już zaprezentowane wcześniej odniesieniu do rynku zamków przemysłowych czy meblowych. Bezpośrednie zastosowanie znajdują zwłaszcza argumenty dotyczące potrzeby krajowej sieci dystrybucji, odmiennych struktur rynków krajowych, niskiego poziomu eksportu z Polski, różnic cenowych pomiędzy poszczególnymi krajami oraz sposobu prowadzenia działalności biznesowej przez graczy międzynarodowych. Zarówno same argumenty, jak i ich szczegółowe rozwinięcie należy odnieść do rynku cyfrowych wizjerów do drzwi.

Dodatkowo należy wspomnieć, że rynki cyfrowych wizjerów do drzwi są w różnych stadiach rozwoju w poszczególnych krajach w Europie. Z uwagi na wysoką cenę produktu (w porównaniu do prostego tradycyjnego wizjera), cyfrowe wizjery

do drzwi są zdecydowanie bardziej popularne w Europie Zachodniej niż w Europie Środkowej i Wschodniej.

W odniesieniu do analizowanego rynku jego wymiar geograficzny może pozostać sprawą otwartą, gdyż bez względu na przyjętą definicję koncentracja nie prowadzi do żadnych negatywnych skutków rynkowych.

Tabela nr 19

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu wizjerów cyfrowych w Polsce

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Dane przedstawione przez AA.

Jak wynika z powyższej tabeli łączne udziały uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu wizjerów do drzwi w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], co oznacza, że pozycja rynkowa uczestników koncentracji nie powinna wywoływać problemów rynkowych.

W przypadku uznania, iż rynek wprowadzania do obrotu wizjerów cyfrowych ma wymiar szerszy niż krajowy to udziały uczestników koncentracji prezentuje poniższa tabela.

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu wizjerów cyfrowych do drzwi na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

11. Blachy zaczepowe do zamków wpuszczanych i elektrozaczepów

Blacha zaczepowa do zamków wpuszczanych i elektrozaczepów to podłużny metalowy element przymocowany do futryny drzwi, posiadający otwór lub otwory na zapadki. Kiedy drzwi są zamknięte, zapadka lub zapadki umieszczone są w otworze blachy zaczepowej i dzięki temu drzwi pozostają zamknięte. Blacha zaczepowa chroni futrynę przed oddziaływaniem mechanicznym zapadek i zwiększa bezpieczeństwo w przypadku futryny wykonanej z materiału bardziej miękkiego niż sama blacha zaczepowa (takiego jak drewno).

Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przyjął, że blachy zaczepowe do zamków wpuszczanych i elektrozaczepów należą do jednego rynku produktowego.

W zakresie określenia aspektu geograficznego wymiaru rynku blach zaczepowych do zamków wpuszczanych i elektrozaczepów będą przemawiały podobne argumenty, które zostały już zaprezentowane wcześniej odniesieniu do rynku zamków przemysłowych czy meblowych. Jest to tym bardziej uzasadnione, że blachy zaczepowe są funkcjonalnie powiązane z zamkami wpuszczanymi i z elektrozaczepami i często sprzedawane są jako integralna część oryginalnego produktu (tj. w opakowaniu razem z zamkiem). Bezpośrednie zastosowanie znajdują zwłaszcza argumenty dotyczące potrzeby krajowej sieci dystrybucji, odmiennych struktur rynków krajowych, preferencji klientów, niskiego poziomu eksportu z Polski, różnic cenowych pomiędzy poszczególnymi krajami oraz sposobu prowadzenia działalności biznesowej przez graczy międzynarodowych. Zarówno same argumenty, jak i ich szczegółowe rozwinięcie należy zastosować w odniesieniu do rynku blach zaczepowych do zamków wpuszczanych i elektrozaczepów.

Omawiany rynek charakteryzuje się ponadto większym udziałem lokalnych producentów, gdyż proces produkcji nie jest zbyt skomplikowany i polega na prostej obróbce metalu.

W odniesieniu do analizowanego rynku jego wymiar geograficzny może pozostać sprawą otwartą, gdyż bez względu na przyjętą definicję koncentracja nie prowadzi do żadnych negatywnych skutków rynkowych.

Tabela nr 21

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu blach zaczepowych do zamków wpuszczanych i elektrozaczepów w Polsce

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Dane przedstawione przez AA.

Jak wynika z powyższej tabeli, łączne udziały uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu blach zaczepowych do zamków wpuszczanych i elektrozaczepów w 2016 r. wyniósł poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa], co oznacza, że pozycja rynkowa uczestników koncentracji na tym rynku jest bardzo słaba.

W przypadku uznania, iż omawiany rynek ma wymiar szerszy niż krajowy udziały uczestników koncentracji przedstawia poniższa tabela.

Tabela nr 22

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do blach zaczepowych do zamków wpuszczanych i elektrozaczepów na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

12. Pochwyty i szyldy

Szyld drzwiowy to duża dekoracyjna metalowa płytką zakrywająca otwór wywiercony w drzwiach, wyposażona w przymocowaną gałkę lub klamkę. Szyld zapewnia stabilność zamontowanej klamki/gałki, a także zakrywa otwór (funkcje bezpieczeństwa i estetyczna). Dodatkowo w środku szyldu znajduje się otwór, w którym się umieszcza i montuje cylinder. Natomiast pochwyt to metalowy podłużny element zwykle montowany w drzwiach wejściowych do budynków, umożliwiającą otwarcie drzwi poprzez szarpnięcie pochwytu przez uprawnione osoby. Pochwyt jest często montowany w drzwiach zamykanych na elektrozaczep.

Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu przyjął, że pochwyt i szyldy ze względu na swoje przeznaczenie i cechy należą do jednego rynku produktowego.

W zakresie oceny aspektu geograficznego wymiaru rynku pochwytów i szyldów zastosowanie będą miały argumenty, które zostały już wcześniej zaprezentowane w odniesieniu do rynku zamków przemysłowych czy meblowych. Bezpośrednie zastosowanie znajdują zwłaszcza argumenty dotyczące potrzeby krajowej sieci dystrybucji, odmiennych struktur rynków krajowych, preferencji klientów, niskiego poziomu eksportu z Polski, różnic cenowych pomiędzy poszczególnymi krajami oraz sposobu prowadzenia działalności biznesowej przez graczy międzynarodowych. Zarówno same argumenty, jak i ich szczegółowe rozwinięcie należy odnieść do rynku pochwytów i szyldów.

Analizując aktywnych uczestników tego rynku można zidentyfikować kilku producentów pochwytów i szyldów, którzy działają na skalę europejską. Są to: AXA Security, AMI, Rostex czy Hoppe. Pochwyty i szyldy oferowane pod wspomnianymi markami można kupić w większości krajów w Europie. Działalność graczy międzynarodowych aktywnych w wielu krajach europejskich, a także duży udział produktów importowanych z Chin do całej Europy, do pewnego stopnia wspierają tezę o szerszym (tj. EOG) zakresie rynku pochwytów i szyldów.

W odniesieniu do analizowanego rynku jego wymiar geograficzny może pozostać sprawą otwartą, gdyż bez względu na przyjętą definicję koncentracja nie prowadzi do żadnych negatywnych skutków rynkowych.

Tabela nr 23

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu pozostałych pochwyków i szyldów w Polsce

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Dane przedstawione przez AA.

Jak wynika z powyższej tabeli, łączne udziały uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu pochwyków i szyldów w 2016 r. wyniósł poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa], co oznacza, że pozycja rynkowa uczestników koncentracji na tym rynku jest bardzo słaba.

W przypadku uznania, że omawiany rynek ma wymiar szerszy niż krajowy udziały uczestników koncentracji prezentuje poniższa tabela.

Tabela nr 24

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu pochwyków i szyldów na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

13. Rozety

Rozeta to dekoracyjna, najczęściej okrągła, płytką przymocowana do klamki lub gałki, która zakrywa otwory wywiercone w drzwiach. Może być wykonana z metalu lub plastiku. Montuje się ją w drzwiach (wokół gałki lub klamki) ze względów estetycznych. Rozety zwykle sprzedawane są razem z klamką, aby zachować ten sam wygląd (*design*) produktów.

Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu przyjął, że ze względu na swoje przeznaczenie i cechy rozety stanowią jeden rynek produktowy.

Oceniając aspekt geograficzny rynku należy stwierdzić, iż zastosowanie będą miały argumenty, które zostały już zaprezentowane wcześniej w odniesieniu do

rynku zamków przemysłowych czy meblowych. Bezpośrednie zastosowanie znajdują zwłaszcza argumenty dotyczące potrzeby krajowej sieci dystrybucji, odmiennych struktur rynków krajowych, preferencji klientów, niskiego poziomu eksportu z Polski, różnic cenowych pomiędzy poszczególnymi krajami oraz sposobu prowadzenia działalności biznesowej przez graczy międzynarodowych. Zarówno same argumenty, jak i ich szczegółowe rozwinięcie należy odnieść do rynku rozet.

Należy wskazać również, że istnieje jednolita norma europejska, którą wprowadzono dla rozet EN 1906 (odnosząca się również do rynku klamek), jednakże nadal funkcjonują niektóre normy lokalne, np. DIN w Niemczech, SKG w Holandii czy ČSN P EN 1627 w Czechach.

W odniesieniu do analizowanego rynku jego wymiar geograficzny może pozostać sprawą otwartą, gdyż bez względu na przyjętą definicję koncentracja nie prowadzi do żadnych negatywnych skutków rynkowych.

Tabela nr 25

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu rozet w Polsce

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Dane przedstawione przez AA.

Jak wynika z powyższej tabeli, łączne udziały uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu rozet w 2016 r. wyniósł poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa], co oznacza, że pozycja rynkowa uczestników koncentracji na tym rynku jest bardzo słaba.

W przypadku uznania, iż omawiany rynek ma wymiar szerszy niż krajowy udziały uczestników koncentracji przedstawia poniższa tabela.

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu rozet na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

14. Rozwiązania w zakresie elektronicznej kontroli dostępu

Zarówno AA, jak i LOB prowadzą działalność na rynku produktowym rozwiązań w zakresie elektronicznej kontroli dostępu. Rynek ten składa się z dwóch segmentów: rozwiązań w zakresie identyfikacji i kontroli dostępu oraz produktów (rozwiązań) dla hoteli, które należy traktować jako jeden rynek produktowy.

Do segmentu identyfikacji i kontroli dostępu należą takie produkty, jak: czytniki, karty, poświadczenia, zamki autonomiczne (SMARTair oferowane przez Grupę AA), zamki przeznaczone do zintegrowania z systemem kontroli dostępu czy elektroniczne depozytory kluczy wraz z oprogramowaniem. Produkty dla hoteli obejmują zamki hotelowe oraz ich oprogramowanie. Obie grupy produktów często integrowane są w jeden elektroniczny system kontroli dostępu obsługiwany *online*. Omawiane rozwiązania zamykające zapewniają dostęp do budynku lub pomieszczenia tylko użytkownikowi karty zaprogramowanej przez administratora systemu.

Proces produkcji rozwiązań zamykających w obu segmentach jest taki sam, takie same są także używane materiały oraz instalowane komponenty. Produkty finalne różnią się jedynie wyglądem zewnętrznym, gdyż rozwiązania przeznaczone dla hoteli muszą sprostać wyższym wymaganiom estetycznym. Jako że udział Grupy AA w obu segmentach jest niewielki, zaś udział LOB marginalny (poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa]) transakcja nie wywrze żadnego wpływu na konkurencję niezależnie od przyjętej definicji rynku. Nawet gdyby oba segmenty potraktować jako odrębne rynki produktowe, łączny udział uczestników koncentracji w tych rynkach wynosiłby znacznie poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa] zarówno na obszarze Polski, jak i EOG. Zdaniem Prezesa Urzędu definicja w tym zakresie może

być pozostawiona otwartą, gdyż bez względu na definicję rynku udziały uczestników koncentracji nie budzą problemów rynkowych.

Ze względu na zaawansowaną technologię stosowaną w produktach należących do rynku rozwiązań w zakresie elektronicznej kontroli dostępu, znaczącą różnicę cenową oraz skomplikowany proces instalacji produkty te nie mogą być uznane za należące do tego samego rynku produktowego, co mechaniczne zamki wpuszczane, nawierzchniowe czy cylindry.

Natomiast oceniając wymiar geograficzny omawianego rynku należy stwierdzić, że będą miały tu zastosowanie podobne argumenty, które zostały już zaprezentowane wcześniej w odniesieniu do rynku zamków przemysłowych czy meblowych. Bezpośrednie zastosowanie znajdą zwłaszcza argumenty dotyczące potrzeby krajowej sieci dystrybucji, odmiennych struktur rynków krajowych, niskiego poziomu eksportu z Polski, różnic cenowych pomiędzy poszczególnymi krajami. Zarówno same argumenty, jak i ich szczegółowe rozwinięcie należy odnieść do rynku rozwiązań w zakresie elektronicznej kontroli dostępu.

Produkty oferowane na tym rynku często składane są w jeden system elektronicznej kontroli dostępu zarządzany i kontrolowany *online*. System ten opiera się na zaawansowanych technologicznie elementach (kontrolery, czytniki, karty), niestandardowym (dostosowanym do konkretnych potrzeb) oprogramowaniu, wymagającym skomplikowanej instalacji dokonywanej przez wyspecjalizowanych ekspertów. Dodatkowo wymagane jest dostosowanie oprogramowania do lokalnych wymagań (systemy czasu pracy i obecności w pracy), a usługi posprzedażowe oraz natychmiastowa reakcja serwisu (zespołu montażowego) są kluczowe. Z powyższych względów klienci preferują dobrze znanych dystrybutorów i dostawców.

Warto dodać, że można zidentyfikować kilku producentów rozwiązań w zakresie elektronicznej kontroli dostępu, którzy działają na skalę europejską. Są to: Dormakaba, PaxtonAccess, Bosch Security, Honeywell, UTC Fire&Security, Schneider Electric czy Grupa AA. Rozwiązania w dziedzinie elektronicznej kontroli dostępu oferowane pod wspomnianymi markami można kupić we wszystkich krajach w Europie, a nawet na całym świecie.

W odniesieniu do analizowanego rynku jego wymiar geograficzny może pozostać sprawą otwartą, gdyż bez względu na przyjętą definicję koncentracja nie prowadzi do żadnych negatywnych skutków rynkowych.

Tabela nr 27

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do rozwiązań w zakresie elektronicznej kontroli dostępu w Polsce

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Dane przedstawione przez AA.

Jak wynika z powyższej tabeli, łączne udziały uczestników koncentracji w krajowym rynku wprowadzania do obrotu rozwiązań w zakresie elektronicznej kontroli dostępu w 2016 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], co oznacza, że pozycja rynkowa uczestników koncentracji na tym rynku jest relatywnie słaba.

Natomiast w przypadku uznania, iż omawiany rynek ma wymiar szerszy niż krajowy udziały uczestników koncentracji przedstawia poniższa tabela.

Tabela nr 28

Udział uczestników koncentracji w 2016 r. w zakresie wprowadzania do obrotu rozwiązań w zakresie elektronicznej kontroli dostępu na obszarze obejmującym EOG + Szwajcarię

Spółka	Udział w rynku (w %)
AA	[tajemnica przedsiębiorstwa]
LOB	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane przedstawione przez AA.

Porównanie produktów AA i LOB

Grupa AA jest globalną grupą operującą na wielu rynkach krajowych. W Polsce AA nie produkuje żadnych rozwiązań mechanicznych i elektromechanicznych w dziedzinie zamykania. Wytwarzają je inne podmioty z Grupy AA zlokalizowane poza obszarem Polski (głównie w [tajemnica przedsiębiorstwa]) i są dystrybuowane

przez spółki zależne AA lub sprzedawane (w małych ilościach) bezpośrednio do poszczególnych producentów drzwi (najczęściej eksportujących drzwi na rynki skandynawskie). Jediną spółką zależną Grupy AA, która produkuje swoje wyroby w Polsce (oddzielenia przeciwpożarowe, a także wewnętrzne i zewnętrzne drzwi stalowe bez odporności ogniowej) jest ASSA ABLOY Mercor Doors sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku.

LOB jest jednym z największych producentów okuć budowlanych w Polsce. Posiada jeden zakład produkcyjny i hurtownię w Lesznie. Spółka jest właścicielem marki Yeti, która należy do najbardziej rozpoznawalnych w branży okuć budowlanych w Polsce (inne znane marki to LOB i VDV). LOB sprzedaje swoje produkty głównie w Polsce (eksport wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] łącznej wartości sprzedaży). Odbiorcami produktów LOB są sklepy z materiałami budowlanymi (DIY), takie jak OBI, Castorama, Leroy Merlin i Bricomarche, producenci drzwi (tzw. „kanał OEM”), a także hurtownie (dystrybutorzy współpracujący z LOB) i zakłady ślusarskie.

Grupa AA działa głównie w segmencie premium w zakresie mechanicznych systemów zamykania, rozwiązań elektromechanicznych, elektronicznych i cyfrowych. LOB natomiast oferuje głównie mechaniczne rozwiązania zamykające w segmencie ekonomicznym. Z tego względu produkty AA są bardziej zaawansowane pod względem technologicznym oraz droższe, niż ich odpowiedniki wprowadzane do obrotu przez LOB na zdefiniowanych (pokrywających się) rynkach. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Pozostali główni gracze na omawianych rynkach oferują produkty należące do segmentów od ekonomicznego (producenci krajowi) do premium (międzynarodowi/europejscy importerzy).

Dystrybucja

Dystrybucja na rynkach poszczególnych rozwiązań do otwierania drzwi jest wielokanałowa i w dużym stopniu skierowana do przedsiębiorców, a w mniejszym zakresie do konsumentów. Produkty LOB dostarczane są nabywcom we wszystkich kanałach sprzedaży z magazynów w Lesznie, a Grupy AA w Warszawie lub importowane bezpośrednio z zakładów produkcyjnych Grupy AA zlokalizowanych poza granicami Polski.

Zgłaszający podkreślił, że wszystkie kanały sprzedaży AA i LOB, niezależnie od ich charakteru (bezpośrednia sprzedaż do użytkowników końcowych, dystrybucja detaliczna lub hurtowa), mają dla nich istotne znaczenie, gdyż tworzą jeden efektywny system dystrybucji. Ich znaczenie dla Grupy AA i LOB może być oceniane na podstawie udziału w sprzedaży realizowanej poprzez każdy z kanałów w całkowitej sprzedaży uczestników koncentracji wszystkich rozwiązań w zakresie otwierania drzwi, co obrazuje poniższa tabela.

Tabela nr 29

Kanały sprzedaży uczestników koncentracji

AA		LOB	
Kanał sprzedaży	Udział w całkowitej sprzedaży (%)	Kanał sprzedaży	Udział w całkowitej sprzedaży (%)
Producenci drzwi („OEM”)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	Producenci drzwi („OEM”)	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Profesjonalni użytkownicy końcowi („PEU”)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	PEU (LOB Master Key)	[tajemnica przedsiębiorstwa]
DIY	[tajemnica przedsiębiorstwa]	DIY	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Hurtownicy	[tajemnica przedsiębiorstwa]	Dystrybucja tradycyjna	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Integratorzy Systemów	[tajemnica przedsiębiorstwa]		[tajemnica przedsiębiorstwa]
Zakłady ślusarskie	[tajemnica przedsiębiorstwa]		[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Informacje przekazane przez AA.

Główne kanały sprzedaży produktów Grupy AA obejmują:

- producentów drzwi (kanał OEM) - montują oni kupione mechanizmy zamykające w swoich wyrobach, a następnie dostarczają je do (i) generalnych wykonawców projektów budowy, (ii) salonów OEM, (iii) niezależnych dystrybutorów i sklepów. Ponadto duża liczba wyprodukowanych drzwi z zamkami jest eksportowana z Polski, głównie na inne rynki europejskie. Za pośrednictwem tego kanału odbywa się ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]sprzedaży AA w Polsce. Najważniejszym klientem w kanale OEM jest Mercor⁵, do którego sprzedaż stanowi ponad [tajemnica przedsiębiorstwa]całkowitej sprzedaży Grupy AA w Polsce;
- profesjonalnych użytkowników końcowych (ang. *Professional End Users* - „PEU”) - klientów z sektora energetycznego i sektora telekomunikacji o specjalnych potrzebach w dziedzinie bezpieczeństwa, bezpośrednio kupujących mechanizmy zamykające drzwi w celu ich montażu w swoich obiektach handlowych, oddalonych lokalizacjach, zakładach oraz budynkach biurowych. W tym kanale produkty AA są dostarczane i montowane bezpośrednio w lokalizacjach wskazanych przez klientów, tak by sprostać konkretnym wymogom dotyczącym bezpieczeństwa, stawianym przez klienta. Grupa AA sprzedaje w Polsce poprzez ten kanał ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]swoich wyrobów;
- hurtowników - odsprzedają produkty swoim klientom (małym sklepom, użytkownikom końcowym, małym klientom OEM czy małym integratorom systemów i zakładom ślusarskim). Za pośrednictwem tego kanału odbywa się ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] sprzedaży Grupy AA w Polsce;
- integratorów systemów (ang. *System Integrators* - „SI”) - klientów, którzy łączą części od różnych dostawców (w zakresie bezpieczeństwa, ochrony przeciwpożarowej, systemów wizyjnych itp.) w jeden system kontrolowany przez ich własne oprogramowanie. Taki system jest następnie sprzedawany użytkownikom jako rozwiązanie kompleksowe w zakresie kontroli dostępu, rejestru obecności, bezpieczeństwa czy ogrzewania w jednym budynku (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] sprzedaży Grupy AA w Polsce);
- zakłady ślusarskie - małe spółki oferujące produkty i usługi w dziedzinie zamykania i bezpieczeństwa (instalacja, naprawa i konserwacja). W Polsce

⁵ Ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] popytu Mercor na okucia do drzwi (różne typy zamków, klamek drzwiowych) zaspokajane jest przez produkty Grupy AA.

działa [tajemnica przedsiębiorstwa] autoryzowanych partnerów ABLOY i [tajemnica przedsiębiorstwa] autoryzowanych partnerów sieci ASSA/FAB. Sprzedaż do zakładów ślusarskich wynosi ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] sprzedaży Grupy AA w Polsce;

- kanał DIY - sieci sklepów, takich jak Castorama, Obi, Leroy Merlin, stanowi ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] w ogólnej sprzedaży Grupy AA w Polsce;

Główne kanały dystrybucji produktów LOB obejmują:

- PEU (LOB Master Key) - dostawy do profesjonalnych użytkowników końcowych (dystrybutorów energii, dystrybutorów gazu, spółek telekomunikacyjnych), profesjonalnych instalatorów, generalnych inwestorów (deweloperów), hoteli, moteli itp. Za pośrednictwem tego kanału LOB dystrybuje ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] swoich produktów;
- tradycyjną dystrybucję - obejmuje hurtownie ([tajemnica przedsiębiorstwa] partnerów oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] dystrybutorów LOB), a także bezpośrednią sprzedaż do najważniejszych klientów instytucjonalnych. Partnerzy i dystrybutorzy LOB odsprzedają produkty do sklepów z materiałami budowlanymi, zakładów ślusarskich oraz średniej wielkości producentów drzwi; sprzedaż za pośrednictwem tego kanału obejmuje ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] wyrobów LOB;
- kanał OEM - producenci stalowych, aluminiowych lub produkowanych z PCV drzwi wewnętrznych, którzy montują zakupione mechanizmy zamykające drzwi w swoich produktach; sprzedaż w tym kanale wynosi ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] sprzedaży ogółem LOB;
- DIY i sklepy specjalistyczne - sieci sklepów oraz pojedyncze placówki handlowe (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] sklepów). Za pośrednictwem tego kanału LOB wprowadza na rynek ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] swoich wyrobów.

Jak wynika z powyższego, głównym kanałem sprzedaży Grupy AA w Polsce są do producenci drzwi (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] sprzedaży), natomiast w przypadku LOB kanał PEU (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]). Ważnym kanałem LOB jest również sprzedaż poprzez dystrybucję tradycyjną (ok. [tajemnica

przedsiębiorstwa]), która w Grupie AA znajduje się na trzecim miejscu pod względem wartości sprzedaży (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]).

Omawiając kanały sprzedaży należy podkreślić, że uczestnicy koncentracji oferują swoje produkty prawie w całości klientom biznesowym (przedsiębiorstwom) i tylko niewielka część kierowana jest do konsumentów. Tym samym, po stronie popytu występują profesjonalni klienci, mający własne działy sprzedaży i wywierający presję cenową na dostawców, zmuszając ich do zaakceptowania ich warunków. Przeprowadzone badanie rynkowe wykazało jednoznacznie, że wszyscy uczestnicy rynków wprowadzania do obrotu rozwiązań w zakresie otwierania drzwi uważają, że są one rynkami odbiorców, którzy łatwo mogą zmieniać dostawców i często dysponują przewagą negocjacyjną. Na przykład klienci OEM lub profesjonalni użytkownicy końcowi mogą organizować przetargi czy konkursy ofert i w ten sposób przyczyniają się do tworzenia silnej konkurencji pomiędzy producentami poszczególnych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi. Co więcej, ważną pozycję zajmują duzi dystrybutorzy, którzy oprócz samej dystrybucji rozwiązań obcych samodzielnie oferują zamawiane przez siebie produkty pod swoją marką (marka prywatna) - jest to szczególnie zauważalne w przypadku prostszych i mniej skomplikowanych rozwiązań, gdzie serwis sprzedażowy i posprzedażowy nie odgrywa tak istotnej roli. Opisane zjawisko tworzy dodatkową presję cenową na producentów takich jak AA i LOB.

Omawiając zasady dystrybucji i sprzedaży należy również wskazać, że umowy zawierane przez uczestników koncentracji w przeważającej mierze nie zawierają klauzul wyłączności i nie są długoterminowe. Tym samym klienci mogą z łatwością zmieniać swoich dostawców, szczególnie w segmencie nie opartym na dużych dostawach (skali dostaw). Koszty związane ze zmianą dostawcy są niskie lub nie ma ich wcale. Poza tym często klienci kupują produkty od co najmniej dwóch producentów, co daje im możliwość zakończenia współpracy z jednym z nich. Jedynie w kanale zakładów ślusarskich koszty zmiany dostawcy mogą być nieco wyższe z uwagi na zapewniane wsparcie techniczne i części zapasowe.

Opinie uczestników rynku zebrane w toku badania rynkowego

Przeprowadzone badanie rynkowe objęło 37 konkurentów uczestników koncentracji (największych producentów i importerów poszczególnych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi w poszczególnych kategoriach wskazanych przez AA) i 28 największych odbiorców i dystrybutorów produktów wytwarzanych przez uczestników koncentracji. Badanie nie objęło wszystkich podmiotów działających na poszczególnych rynkach z powodu trudności w ustaleniu nazw i adresów wszystkich importerów produktów z Chin, którzy sprowadzają do Polski przede wszystkim rozwiązania prostsze i ekonomiczne nie objęte ochroną patentową. Badaniem nie objęto również podmiotów, dla których sprzedaż wybranych rodzajów okuć jest działalnością uboczną lub sezonową, tj. sieci handlu detalicznego (np. Biedronka, Lidl, Tesco czy Auchan).

Opinie odbiorców i dystrybutorów były generalnie zgodne, że produkty AA i LOB nie są zasadniczo bliskimi substytutami (np. Erkado, Kaprys, DRE). Są to bowiem, ich zdaniem, inne produkty o odmiennych cechach, a dodatkowo klienci często oczekują konkretnych marek i pojawia się sztywny popyt (ARBO). Taki popyt dotyczy producentów, którzy produkując na konkretne rynki muszą stosować przyjęte tam rozwiązania, np. produkując wyroby na rynki skandynawskie - muszą stosować skandynawskie rozwiązania. Rozwiązania takie posiada w swojej ofercie np. AA, a nie ma ich np. LOB (Wiśniowski). Ponadto dla producentów stolarki cena zamków nie musi odgrywać najważniejszej roli, gdyż zamki wpuszczane stanowią niewielki procent całego kosztu towaru, a w przypadku wadliwego działania zamka należy wymieniać całe skrzydło. Dlatego znaczenie ma jakość produktów, a tanie produkty nie zawsze się opłacają (Voster). Wśród opinii były również takie, które wskazywały, że produkty uczestników koncentracji są porównywalne i substytucyjne (np. Pol-Skone, Lieto).

Podkreślając brak substytucyjności wskazywano, że LOB robi proste, zaś AA zaawansowane produkty, często do nowych technologii. Co istotne, produkty LOB są dostępne praktycznie wszędzie, zaś produkty AA raczej tylko w specjalistycznych hurtowniach (JJ Okucia). Dlatego oferta AA i LOB jest komplementarna - jest to różna półka cenowa i jakościowa produktów obydwu firm (Castorama). Jednocześnie ankietowani operatorzy DIY (np. BricoMarche) wskazali, że głównym

kanałem zaopatrzenia dla konsumentów jest DIY. Potwierdzili to również inni producenci rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi, którzy wskazali, że zasadniczo swoją produkcję dostarczają bezpośrednio profesjonalnym odbiorcom końcowym lub hurtownikom, zaś sprzedaż do konsumentów jest minimalna lub żadna.

Praktycznie wszyscy ankietowani przedsiębiorcy wskazali na duży import produktów z Chin. Import z Chin jest zjawiskiem powszechnym, w którym może uczestniczyć każdy podmiot zajmujący się dystrybucją okuć (Wilka). Jak zauważono, próby wejścia firm spoza UE (z Chin) na polski rynek są widoczne i mogą one być konkurencyjne dla LOB ze względu na niską cenę, która stanowi istotną cechę produktów tej firmy. Produkty AA to wyższa półka cenowa niż LOB (DRE). Ponadto niektórzy polscy producenci częściowo lokują produkcję w Chinach, aby być konkurencyjnym na rynku polskim (Pryzmet). Badanie potwierdziło również, że na polskim rynku są obecni wszyscy znaczący producenci z UE, którzy udanie weszli na rynek w ciągu ostatnich kilku lub kilkunastu lat. Dlatego zasadnie można przyjąć, że rynek jest zdominowany przez import (Sparta). Co więcej, polski rynek sprzedaży okuć drzwiowych podlega nieustannej presji ze strony producentów z UE i spoza niej, usiłujących wejść na polski rynek (Lockpol).

Ankietowani dystrybutorzy wskazywali także na fakt, że polski rynek rozwiązań w zakresie zamykania drzwi jest konkurencyjny i zróżnicowany (Volta). Działa na nim wielu dystrybutorów i importerów, choć mniej producentów. Producenci często pomijają hurt i dostarczają swoje produkty bezpośrednio odbiorcom finalnym (Sparta).

W zgodnej opinii ankietowanych przedsiębiorców (zarówno dystrybutorów, jak i producentów) rynek rozwiązań w zakresie zamykania drzwi jest rynkiem zamawiającego, a producenci i dystrybutorzy mocno konkurują o zamówienia. To zamawiający dyktuje producentom warunki. Odbiorca ma możliwości sprawdzania oraz porównywania cen, jakości i zasad współpracy i on wybiera z kim chce współpracować (Jania). Producenci okien i drzwi zazwyczaj stosują okucia kilku dostawców, co gwarantuje im zarówno elastyczne podejście do różnych typów klientów, jak i możliwość negocjowania warunków handlowych z kilkoma dostawcami jednocześnie. Zmiana systemu okuciowego nie jest tak skomplikowana jak innych komponentów (np. profili) i wciąż spotykana jest na rynku. Dodatkowo

pozycję zamawiającego wzmacnia utrzymująca się wysoka dynamika wzrostu sprzedaży, szczególnie jeśli chodzi o eksport (GU).

Zdaniem niektórych odbiorców ewentualny wzrost cen lub wycofanie produktów LOB po koncentracji raczej nie będzie problemem, bo są łatwo dostępne zamienniki (Wiśniowski). Jednocześnie część kontrahentów uznała, że połączenie z AA jest szansą dla LOB w zakresie unowocześnienia produkcji oraz sposobu działania ([tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 23]). Koncentracja może „pchnąć” technologicznie LOB ([tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 24]).

Więcej obaw wobec zamiaru koncentracji wyrażali bezpośredni konkurenci AA i LOB, tj. producenci rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi, szczególnie w kontekście ewentualnego zdominowania polskiego rynku produktów do otwierania drzwi przez AA ([tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 25]). Największy krajowy konkurent uczestników koncentracji wskazał, że koncentracja może doprowadzić do wzrostu przewagi konkurencyjnej AA. Zwiększą się bariery wejścia i podwyższy poziom technologiczny konkurencji ([tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 26]).

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

Mając na uwadze definicję ustawową oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2014 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. z 2015 r. poz. 80 ze zm.), organ antymonopolowy uznał, iż:

- a. przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na krajowe rynki wprowadzania do obrotu:
 - i. mechanicznych wkładek bębnowych,
 - ii. mechanicznych zamków wpuszczanych,
 - iii. mechanicznych zamków wierzchnich,
 - iv. mechanicznych zamków przemysłowych,
 - v. elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych.

Krajowy rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych wkładek bębnowych

Indywidualny udział LOB i Grupy AA w rynku mechanicznych wkładek bębnowych pod względem ilości sprzedaży wynosi odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], a wartości sprzedaży odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Daje to łączny udział w rynku w wysokości ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem ilości oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem wartości sprzedaży.

Zgłaszający podkreśla, że na wysoki udział rynkowy Grupy AA składa się realizacja dużego, jednorazowego projektu dla [tajemnica przedsiębiorstwa]. Wyłączając wpływ tego projektu, udział AA w rynku pod względem wartości spadłby o [tajemnica przedsiębiorstwa], co skutkowałoby tym, że łączny udział uczestników koncentracji nie przekroczyłby 40%.

Zauważalna istotna różnica pomiędzy udziałem AA liczonym ilościowo i wartościowo wynika stąd, że AA oferuje drogie cylindry o wysokim poziomie bezpieczeństwa należące do segmentu premium analizowanego rynku. Jednocześnie udziały w rynku LOB mierzone wartością i ilością sprzedaży wykazują odwrotną zależność (choć różnica ta jest mniejsza niż w przypadku AA), co oznacza, że LOB oferuje produkty bardziej ekonomiczne (przystępne cenowo). Powoduje to również, że skala zwiększenia udziałów pod względem wielkości sprzedaży wynikająca z koncentracji nie jest znacząca, ponieważ liczba wkładek sprzedanych przez LOB jest [tajemnica przedsiębiorstwa] wyższa od liczby wkładek sprzedawanych przez AA ([tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk sprzedanych przez LOB vs. [tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk sprzedanych przez Grupę AA w 2016 r.). Wysoki łączny udział w rynku AA pod względem wartości sprzedaży wynika natomiast z wysokiej wartości sprzedaży cylindrów segmentu premium, które nie są oferowane przez LOB.

Najwięksi konkurenci LOB i AA na tym rynku to: Gerda z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 27] oraz Wilka z udziałem wynoszącym odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 28]. Ponadto na rynku prowadzi działalność wielu mniejszych konkurentów, jednakże ich udziały rynkowe nie przekraczają [tajemnica przedsiębiorstwa -

załącznik pkt 29]. Są to m.in.: Lockpol, Abus, GU, Winkhaus, Dormakaba, Rostocze, EVVA, DOM i in.

Koncentracja obejmuje lidera rynku oraz podmiot z czwartą pozycją rynkową. Po koncentracji rynek mechanicznych wkładek bębnekowych będzie miał zdecydowanego lidera. Jednakże funkcjonować na nim nadal będzie dwóch silnych, kilku średnich oraz wielu małych konkurentów. Ponadto należy wziąć pod uwagę fakt, iż na udział Zgłaszającego w rynku zdecydowany wpływ miał jednorazowy kontrakt zawarty z [tajemnica przedsiębiorstwa] (udział AA nie uwzględniając tego kontraktu spadłby o [tajemnica przedsiębiorstwa], a łączny udział uczestników koncentracji nie przekroczyłby 40%).

Ponadto w ocenie Prezesa Urzędu AA i LOB nie są bliskimi konkurentami, gdyż na rynku właściwym wprowadzają oni do obrotu raczej dość odległe, a nie bliskie substytuty. AA oferuje przede wszystkim drogie produkty zapewniające wysoki poziom bezpieczeństwa (tzw. *high security cylinders*) należące w dużej części do segmentu premium. Różnią się one od produktów LOB pod względem ceny, jakości i poziomu bezpieczeństwa. Średnia cena brutto cylindrów mechanicznych w przypadku LOB wynosi ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] PLN, zaś w przypadku AA ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] PLN.



Podział sprzedaży i poziom cen mechanicznych wkładek bębnekowych w
poszczególnych segmentach rynku

Cylindry mechaniczne		Produkty Grupy AA		Produkty LOB	
		Średnia cena (zł)	Udział w sprzedaży ogółem (%) (pod względem wartości)	Średnia cena (zł)	Udział w sprzedaży ogółem (%) (pod względem wartości)
Segment ekonomiczny	Pod-segment cylindrów niskiej jakości (< 15 zł)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
	Cylindry ekonomiczne typu standard (16-25 zł)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Segment średni	Atestowane cylindry mechaniczne Poziom I (26-45 zł)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
	Atestowane cylindry mechaniczne Poziom II (46-100 zł)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Segment premium	segment premium Poziom I (101-300 zł)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
	segment premium Poziom II (powyżej 301 zł)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Informacje przekazane przez AA.

Przedstawione dane potwierdzają, że zakres, w którym AA i LOB są bliskimi konkurentami na rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych wkładek bębnowych jest ograniczony. AA osiągnęła ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] swoich przychodów dzięki sprzedaży w segmencie premium, w którym LOB nie jest obecny. LOB z kolei osiągnął ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] przychodów ze sprzedaż produktów w segmencie ekonomicznym, w którym sprzedaż AA wyniosła zaledwie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] całkowitej wartości sprzedaży cylindrów.

Należy także wskazać, że cylindry segmentu ekonomicznego i średniego AA są jedynie teoretycznie substytutami cylindrów ekonomicznych LOB, co wynika z ich specyfiki. Sprzedaż cylindrów AA (w segmencie średnim i ekonomicznym AA wprowadza do obrotu m.in. cylindry Ruko i Trioing) w Polsce to bezpośrednie dostawy z Danii i Norwegii realizowane do klientów OEM ([tajemnica przedsiębiorstwa]), którzy montują je w swoich drzwiach i następnie eksportują z powrotem do krajów skandynawskich (głównie Norwegii i Danii). Wspomniane wyżej cylindry Ruko i Trioing to standardowe skandynawskie rozwiązania zamykające - nie są one produkowane, ani montowane w drzwiach przeznaczonych na rynek polski. Również [tajemnica przedsiębiorstwa] kupowane od AA cylindry Ruko montuje w skrzynkach pocztowych i eksportuje do Danii. LOB ani inni producenci aktywni na rynku krajowym nie produkują cylindrów typu skandynawskiego, ponieważ klienci z Polski nie są nimi zainteresowani. Dlatego też cylindry mechaniczne Ruko i Trioing, które stanowią znaczącą część sprzedaży AA w segmencie ekonomicznym i średnim (około [tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk sprzedanych w 2016 r. przy całkowitej sprzedaży Grupy AA wynoszącej [tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk) nie są faktycznie produktami konkurencyjnymi w stosunku do cylindrów LOB.

Krajowy rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wpuszczanych

Indywidualny udział LOB i AA w rynku mechanicznych zamków wpuszczanych pod względem wartości sprzedaży wynosi odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], natomiast pod względem ilości sprzedaży odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i ok. [tajemnica

przedsiębiorstwa]. Daje to łączny udział uczestników koncentracji w rynku w wysokości ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem wartości oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem ilości sprzedaży.

Najważniejsi konkurenci LOB i AA na tym rynku to: Jania z udziałem wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 30], DOM z udziałem odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 31], Hobes z udziałem odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 32] oraz GU z udziałem odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 33]. Oprócz tego istotną pozycję rynkową posiadają Gerda, Wilka i Winkhaus, których udziały rynkowe kształtują się na poziomie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 34] w ujęciu wartościowym. Istnieje także wielu mniejszych konkurentów, których udziały rynkowe nie przekraczają [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 35], np.: Lockpol, Fana, Dormakaba, Geze, Siegenia.

Koncentracja obejmuje lidera oraz podmiot z piątą pozycją rynkową. Po koncentracji Grupa AA nadal będzie liderem rynku zamków wpuszczanych i nadal będzie się spotykała z konkurencją ze strony dwóch silnych konkurentów, których udziały równoważą udziały AA po koncentracji, kilku średnich, a także wielu małych konkurentów.

Krajowy rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wierzchnich

Indywidualny udział LOB i AA w rynku mechanicznych zamków wierzchnich pod względem wartości sprzedaży wynosi odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], natomiast pod względem ilości sprzedaży odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Łączny udział uczestników koncentracji wynosi zatem ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem wartości oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem wielkości sprzedaży.

Najważniejsi konkurenci LOB i AA na tym rynku to: Gerda z udziałem ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 36] oraz Jania z udziałem w rynku wynoszącym odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 37]. Ponadto działa jeszcze co najmniej dwóch mniejszych konkurentów, jednakże ich

udziały rynkowe nie przekraczają [tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 38] biorąc pod uwagę zarówno kryterium ilościowe, jak i wartościowe, a mianowicie Fana i DOM.

Po przeprowadzeniu koncentracji AA stanie się wiceliderem rynku mechanicznych zamków wierzchnich. Jednocześnie bardzo mocną pozycję zachowają Gerda i Jania. Ponadto, biorąc pod uwagę bardzo słabą pozycję rynkową AA, wzrost jej udziału w rynku po koncentracji będzie wynikiem pozycji rynkowej LOB.

Krajowy rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków przemysłowych

Indywidualny udział LOB i AA w rynku mechanicznych zamków przemysłowych pod względem wartości sprzedaży wynosi odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], natomiast pod względem ilości sprzedaży odpowiednio ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Łączny udział uczestników koncentracji wynosi zatem ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem wartości oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem ilości sprzedaży.

Jednocześnie AA podkreśliła, że dużą część udziału AA w rynku (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] całości sprzedaży) stanowią bezpośrednie dostawy zamków przemysłowych z Ruko w Danii do jednego klienta, tj. [tajemnica przedsiębiorstwa] (zamki do skrzynek na listy), które są eksportowane przez [tajemnica przedsiębiorstwa] z Polski na całą Europę. W porównaniu do innych konkurentów, AA nie utworzyła kanału dystrybucji mechanicznych zamków przemysłowych w Polsce, ani zróżnicowanej bazy klientów. Zamki przemysłowe dostarczane do [tajemnica przedsiębiorstwa] są tanimi, prostymi konstrukcjami metalowymi (w standardzie stosowanym w państwach skandynawskich) sprzedawanymi po średniej cenie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] zł. LOB nie produkuje mechanicznych zamków przemysłowych w typie, który jest dostarczany do [tajemnica przedsiębiorstwa]. Zgodnie z najlepszą wiedzą uczestników koncentracji takich zamków nie produkuje żaden inny gracz na polskim rynku, ponieważ chodzi tu o typ zamka przemysłowego używanego jedynie w skrzynkach

pocztowych używanych w Skandynawii [*tajemnica przedsiębiorstwa*]. Z drugiej strony, pozostała część oferty AA to zamki przemysłowe segmentu premium, które są co najmniej dwukrotnie droższe od zamków przemysłowych LOB. Tym samym można uznać, że uczestnicy koncentracji nie są bliskimi konkurentami na rynku zamków przemysłowych.

Najważniejsi konkurenci LOB i AA to: Roztocze z udziałem wynoszącym ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 39*] oraz Euro-Box z udziałem odpowiednio ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 40*]. Ponadto istnieje jeszcze co najmniej jeden mniejszy konkurent, tj. Euro-Locks którego udział rynkowy nie przekracza [*tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 41*].

Biorąc powyższe pod uwagę należy stwierdzić, iż na rynku wprowadzania mechanicznych zamków przemysłowych Grupa AA będzie się spotykać z konkurencją, która będzie stanowiła przeciwwagę udziałów rynkowych AA i LOB po koncentracji, a liderem tego rynku nadal będzie Roztocze.

Krajowy rynek wprowadzania do obrotu elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych

Indywidualny udział LOB i AA w rynku elektrozaczepów, zwór magnetycznych i rygli elektromagnetycznych pod względem wartości sprzedaży wynosi odpowiednio ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa*] i ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa*], natomiast pod względem ilości sprzedaży odpowiednio ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa*] i ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa*]. Łączny udział uczestników koncentracji wynosi zatem ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa*] pod względem wartości oraz ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa*] pod względem ilości sprzedaży.

Najważniejsi konkurenci LOB i AA na tym rynku to: Lockpol z udziałem wynoszącym ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 42*] oraz Bira z udziałem ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 43*]. Ponadto istnieje wielu mniejszych konkurentów, których udziały rynkowe nie przekraczają [*tajemnica przedsiębiorstwa - załącznik pkt 44*], np.: GU, Dormakaba, AAT, Winkhaus, Gerda, Fana, Geze, EVVA i DOM.

Po przeprowadzeniu koncentracji AA pozostanie liderem rynku pod względem wartościowym. Pod względem ilościowym liderem rynku pozostanie

Lockpol. Jednocześnie pozycję rynkową zachowa Bira. Pozycja AA się znacząco nie zmieni, gdyż pozycja LOB na tym rynku jest bardzo słaba. Skala wzrostu udziału AA wyniesie jedynie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] (wartościowo), co pokazuje, że w odniesieniu do tego rynku przeprowadzenie koncentracji nie będzie miało istotnego wpływu.

Zaznaczyć należy, że AA oferuje drogie produkty wyposażone w bardzo zaawansowane technologie (takie jak odporność ogniowa, wodoodporność, dostosowanie do stref wybuchu). Produkty Grupy AA należą zatem do segmentu premium i/lub segmentu niszowego i różnią się od produktów LOB pod względem ceny, jakości i poziomu bezpieczeństwa. LOB oferuje rozwiązania bardziej ekonomiczne (przystępne). Średnia cena brutto produktów LOB wynosi ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] zł, podczas gdy Grupy AA ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] zł.

Podkreślić należy, że LOB działa na tym rynku jedynie jako importer i tylko odsprzedaje produkty [tajemnica przedsiębiorstwa], nie angażując się aktywnie w promocję produktów, a jego obecność na rynku jest bardzo ograniczona zarówno pod względem wielkości jak i wartości sprzedaży (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk o wartości ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] zł w 2016 r.). AA posiada tymczasem na omawianym rynku dobrze zorganizowaną sieć dystrybucji, prowadzi aktywną politykę marketingową i wspierania swoich produktów, zapewnia regularne szkolenia swoim dystrybutorom, itp.

b. koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym na rynki zakupów

1) mechanicznych wkładek bębnekowych; 2) mechanicznych zamków wpuszczanych; 3) elektrozaczepów, zwor elektromagnetycznych; 4) samozamykaczy oraz na hurtowy rynek dystrybucji rozwiązań do zamykania drzwi

Pomiędzy uczestnikami koncentracji nie istnieją bezpośrednie powiązania typu dostawca-odbiorca, ani nie ma między nimi żadnej bezpośredniej współpracy w zakresie dostaw poszczególnych rozwiązań w zakresie otwierania drzwi. koncentracji Istnieją pomiędzy nimi jedynie powiązania pośrednie. W 2016 r. Mercor zamontował w swoich drzwiach nieznaczącą liczbę cylindrów

mechanicznych LOB zakupionych od [tajemnica przedsiębiorstwa] o wartości ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] zł. AA poprzez spółkę Mercor prowadzi działalność w zakresie wprowadzania do obrotu oddzieleń przeciwpożarowych, jak również zewnętrznych i wewnętrznych drzwi stalowych nie posiadających atestów przeciwpożarowych. Udział Grupy AA na europejskim rynku wprowadzania do obrotu oddzieleń przeciwpożarowych wyniósł w 2016 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Prezentując pozycję Mercor na rynku zakupów poszczególnych rodzajów rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi należy wskazać, że Mercor w zdecydowanej części zaopatrywany jest przez inne spółki z Grupy AA. Jedynie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] zakupów Mercor dokonywanych jest u innych producentów. Przy czym zakupy te nie są zbyt znaczące z punktu widzenia całości sprzedaży na rynkach krajowych, a udział Mercor na żadnym rynku zakupowym nie przekracza [tajemnica przedsiębiorstwa].

Tabela nr 31

Główni dostawcy Mercor spoza grupy AA wraz z ich udziałem w całości zakupów Mercor

Produkt	Wartość całkowitych zakupów (w PLN)	Wartość zakupów od dostawców zewnętrznych (poza Grupą AA) (w PLN)	% dostaw zewnętrznych do Mercor w danej grupie produktów	Główny dostawca spoza Grupy AA	% zakupów Mercor w ogólnej sprzedaży w Polsce
Mechaniczne wkładki bębnekowe	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Mechaniczne zamki wpuszczane	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Elektrozaczepy, zwory	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]

elektromagnetyczne	przedsiębiorstwa]	przedsiębiorstwa]	stwa]	przedsiębiorstwa]	stwa]
Samozamykacze	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: Informacje przekazane przez AA.

W ocenie uczestników koncentracji możliwość relacji typu dostawca-odbiorca pomiędzy LOB, jako dostawcą różnego rodzaju zamków czy akcesoriów, a Mercor, jako producentem drzwi należącym do Grupy AA pozostaje dość ograniczona. Po pierwsze, ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] zamków oraz akcesoriów do drzwi nabywanych przez Mercor pochodzi od innych spółek z Grupy AA (zakupy wewnątrzgrupowe) i sytuacja w tym zakresie nie zmieni się również po transakcji. Część wyrobów nabywana jest od innych dostawców z uwagi na specyficzne preferencje nabywców drzwi, żądających np. zainstalowania samozamykaczy czy elektrozaczepów Dorma albo Geze. Kolejna część produktów nabywana jest przez Mercor z uwagi na określone wymagania przeciwpożarowe, np. certyfikowane zamki wpuszczane z [tajemnica przedsiębiorstwa], czy zawiasy do drzwi z [tajemnica przedsiębiorstwa] - przy czym ani Grupa AA ani LOB nie mają tego typu produktów w swoim portfolio. Po drugie, ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] drzwi produkowanych przez Mercor jest sprzedawanych za granicę. Nabywcy, szczególnie z Niemiec i Skandynawii, mają określone preferencje co do montowanych zamków, czy innych okuć drzwiowych. Często wymagają od Mercor zainstalowania w drzwiach specyficznych rozwiązań zamykających, typowych dla ich rynków geograficznych. Zamki i akcesoria, o których mowa, nie są produkowane przez polskich dostawców, dlatego też Mercor kupuje je za granicą od producentów niemieckich bądź skandynawskich wskazanych przez nabywców drzwi. Co jednak najistotniejsze, zakupy Mercor u zewnętrznych dostawców są bardzo ograniczone i mają niewielkie znaczenie z punktu widzenia całości sprzedaży na wybranych rynkach.

Biorąc powyższe pod uwagę, należy stwierdzić, że działalność Mercor po popytowej stronie rynków rozwiązań do zamykania drzwi w Polsce jest ograniczona

(i sprowadza się generalnie do zakupów w ramach Grupy AA) i sytuacja w tym zakresie nie zmienia się po transakcji.

Omawiając potencjalne relacje wertykalne pomiędzy uczestnikami koncentracji należy również wskazać, że choć obydwaj działają na polskich rynkach wprowadzania do obrotu poszczególnych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi, to jednocześnie LOB w ograniczonym zakresie działa na rynku hurtowym dystrybucji takich rozwiązań. Z punktu widzenia LOB działalność ta ma jednak charakter uzupełniający i uboczny i jest prowadzona wyłącznie z jednej lokalizacji w Lesznie, gdzie LOB posiada zarówno zakład produkcyjny, jak i magazyny produktów własnych, importowanych oraz nabytych w kraju od innych dostawców. Grupy produktowe, na których LOB jest aktywny jako hurtownik obejmują: mechaniczne zamki wpuszczane, mechaniczne zamki wierzchnie, mechaniczne zamki przemysłowe, zamki szafkowe i meblowe, samozamykacze, skrzynki pocztowe, kasetki na gotówkę, klamki do drzwi oraz zawiasy do drzwi. Łączna wartość sprzedaży hurtowej LOB wyniosła [tajemnica przedsiębiorstwa] zł, co stanowiło ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] ogólnej wartości sprzedaży tej Spółki. Co istotne, największy udział w sprzedaży hurtowej LOB miała sprzedaż skrzynek na listy ([tajemnica przedsiębiorstwa]i klamek do drzwi ([tajemnica przedsiębiorstwa]) - łącznie ponad [tajemnica przedsiębiorstwa]. Powoduje to, że większość (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]) sprzedaży hurtowej LOB dotyczy rynków, w których udział uczestników koncentracji kształtuje się znacznie poniżej 20% lub rynków niebędących rynkami wspólnymi dla uczestników koncentracji.

Zdecydowana większość sprzedaży LOB ma miejsce poprzez sieć hurtowni partnerskich LOB lub inne kanały dystrybucji. Natomiast za pośrednictwem hurtowni w Lesznie LOB sprzedaje prawie wyłącznie własne towary i jedynie pewną część stanowią produkty nabywane od innych producentów krajowych z zamiarem dalszej odsprzedaży. Produkty kupowane od innych polskich producentów stanowią uzupełnienie własnej oferty LOB, jako że LOB nabywa od ww. dostawców modele zamków i akcesoria do drzwi, których nie posiada w swoim portfolio produktowym z zamiarem ich odsprzedaży w ramach własnej sieci dystrybucji. AA nie dostarcza żadnych produktów do hurtowni LOB, ani też się w niej nie zaopatruje. AA generalnie opiera się na innych niż hurtowy kanałach sprzedaży swoich produktów, gdyż na kanał hurtowy przypada jedynie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] całości

sprzedaży AA. Cała sprzedaż hurtowa LOB realizowana jest z jednej hurtowni zlokalizowanej w Lesznie, a dostawy obejmują klientów na terytorium całej Polski. Zgodnie z informacjami AA, udział LOB w każdym z rynków hurtowej sprzedaży poszczególnych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi, a także w rynku hurtowej dystrybucji wszystkich rozwiązań do otwierania drzwi ogółem, kształtuje się poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa]. Ponadto udział LOB w rynkach zakupów poszczególnych rodzajów rozwiązań do otwierania drzwi są bardzo małe i wynoszą nie więcej niż [tajemnica przedsiębiorstwa] na każdym z rynków.

c. w toku przeprowadzonego postępowania zidentyfikowano dwa rynki, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym. Udział Grupy AA przekracza 40% w polskich rynkach wprowadzania do obrotu:

- 1. elektronicznych i mechatronicznych wkładek bębnekowych - ok. [tajemnica przedsiębiorstwa];**
- 2. elektromechanicznych, elektronicznych i cyfrowych zamków wpuszczanych - ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].**

Mechatroniczne i elektroniczne wkładki bębnekowe

Elektroniczne i mechatroniczne wkładki bębnekowe, tak jak i mechaniczne, spełniają podstawową funkcję systemu zamykającego - uniemożliwiają otwarcie drzwi przez nieuprawnione osoby. Wkładki elektroniczne i mechatroniczne również oparte są na mechanizmie cylindra i jednocześnie są podobne pod względem wizualnym do wkładek mechanicznych. Istnieją jednak znaczące różnice pomiędzy mechanicznymi i mechatronicznymi/elektronicznymi wkładkami bębnekowymi w zakresie wykorzystywanej technologii, procesu produkcji, cen, skutków utraty klucza i procesu instalacji.

Elektroniczne i mechatroniczne wkładki bębnekowe oparte są na mechanizmie cylindra, jednakże wyposażone są także w element elektroniczny (chip) i tylko uruchomienie funkcji elektronicznej, po rozpoznaniu przez cylinder użytego klucza (również z wbudowanym komponentem elektronicznym), pozwala na uzyskanie dostępu do budynku czy pomieszczenia poprzez wysłanie elektronicznego impulsu umożliwiającego otwarcie drzwi. Tym samym istnieje duża

różnica technologiczna pomiędzy mechanicznymi i elektronicznymi/mechatronicznymi wkładkami bębnowymi.

Dodatkowo komponent mechaniczny w przypadku wkładek mechatronicznych/elektronicznych jest produkowany z bardziej wytrzymałych i droższych materiałów (porównywalnych do tych, których używa się do produkcji mechanicznych wkładek bębnowych wysokiego bezpieczeństwa - tzw. *high security cylinders*).

Ze względu na bardziej zaawansowaną technologię oraz znaczącą różnicę cen w porównaniu z mechanicznymi wkładkami bębnowymi, wkładki elektroniczne i mechatroniczne kupowane są głównie przez przedsiębiorców lub instytucje publiczne w celu instalacji w budynkach handlowych, biurach lub hotelach.

Ceny cylindrów mechanicznych wahają się od 3 do 150 euro, podczas gdy ceny cylindrów mechatronicznych i elektronicznych rozpoczynają się od 200 euro.

Różnica pomiędzy mechanicznymi i mechatronicznymi/elektronicznymi wkładkami bębnowymi występuje także w przypadku utraty klucza. Utrata klucza do cylindra mechanicznego powoduje, że wkładka musi zostać wymieniona, żeby zapewnić ten sam poziom bezpieczeństwa. W przypadku zaś utraty klucza mechatronicznego, elektronicznego lub karty magnetycznej mogą one zostać zdezaktywowane (zastrzeżone) i zastąpione innymi - nie ma więc konieczności wymiany samej wkładki.

W związku z wykorzystaniem bardziej zaawansowanej technologii, proces instalacji mechatronicznych i elektronicznych wkładek bębnowych przeprowadzany jest przez ekipę montażową i wymaga specjalnych narzędzi do programowania kluczy. Wiąże się to także z kolejną cechą charakterystyczną tych - często funkcjonują one jako części składowe zintegrowanych systemów kontroli dostępu i identyfikacji, które rejestrują wszystkie wejścia/wyjścia do/z budynków lub pomieszczeń. W tym ostatnim przypadku mechatroniczne/elektroniczne wkładki bębnowe (jako element zintegrowanego systemu obejmującego całe biuro/budynek) zaspokajają inne potrzeby klientów, niż zwykłe mechaniczne wkładki bębnowe.

W przypadku mechatronicznych/elektronicznych wkładek bębnowych usługi posprzedażowe (konserwacja i naprawa) są istotniejsze niż w przypadku

mechanicznych rozwiązań w zakresie zamykania drzwi. Wynika to z faktu, iż są one oparte na zaawansowanej technologii i często funkcjonują jako część zintegrowanego systemu.

Elektromechaniczne, elektroniczne i cyfrowe zamki wpuszczane

Zamek wpuszczany jest typem zamka drzwiowego instalowanego w skrzydle drzwi - wymaga wycięcia otworu, w którym należy umieścić zamek. Poza mechanicznymi zamkami wpuszczanymi omówionymi wcześniej, na rynku oferowane są także elektromechaniczne, elektroniczne i cyfrowe zamki wpuszczane. Są to urządzenia do zamykania drzwi zasilane elektrycznie, co pozwala na ich zdalne monitorowanie i kontrolę.

Elektromechaniczne, elektroniczne i cyfrowe zamki wpuszczane stanowią odrębny rynek w stosunku do mechanicznych zamków wpuszczanych. Wynika to ze znaczących różnic pomiędzy mechanicznymi i mechatronicznymi/elektronicznymi zamkami wpuszczanymi w zakresie wykorzystywanej technologii, procesu produkcji, cen, skutków utraty klucza i procesu instalacji. W tym zakresie argumentacja dotycząca rynku mechatronicznych/elektronicznych wkładek bębnekowych odnosi się również do elektromechanicznych, elektronicznych i cyfrowych zamków wpuszczanych.

Cena mechanicznych zamków wpuszczanych wynosi od 2 do 50 euro, zaś ceny elektromechanicznych i elektronicznych zaczynają się od ok. 250 euro.

Tak jak w przypadku mechatronicznych i elektronicznych wkładek bębnekowych, elektromechaniczne, elektroniczne i cyfrowe zamki wpuszczane często funkcjonują jako części zintegrowanych systemów kontroli dostępu i identyfikacji, które rejestrują wszystkie wchodzące i wychodzące osoby. Będąc częścią zintegrowanych systemów, obejmujących całe biuro/budynek, zaspokajają inne potrzeby klientów niż proste mechaniczne zamki wpuszczane (tj. służą nie tylko jako prosty mechanizm bezpieczeństwa zamykający drzwi, ale też oferują dodatkowe funkcje).

Ocena skutków koncentracji

Przepis art. 18 ustawy o ochronie konkurencji stanowi, iż Prezes Urzędu wydaje zgodę, w drodze decyzji, na dokonanie koncentracji, w wyniku której konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku, przy czym zgodnie z art. 4 pkt 10 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%.

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.

Powyższe oznacza, że koncentracja jest dopuszczalna wówczas, gdy nie zakłóca skutecznej konkurencji na rynku właściwym, w szczególności w wyniku powstania lub umocnienia pozycji dominującej.

Jak wynika z przedstawionej powyżej analizy rynków, przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na krajowe rynki wprowadzania do obrotu:

- i. mechanicznych wkładek bębnekowych,
- iii. mechanicznych zamków wpuszczanych,
- iv. mechanicznych zamków wierzchnich,

- v. mechanicznych zamków przemysłowych,
- vi. elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych.

Oceniając wpływ koncentracji na krajowy rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych wkładek bębnekowych należy wskazać, że po koncentracji udział AA będzie oscylował wokół [tajemnica przedsiębiorstwa]. Jednakże, analizując wzrost udziału rynkowego AA po koncentracji należy wskazać, że będzie on wynikiem dotychczasowej silnej pozycji rynkowej LOB. Dodatkowo udział AA w 2016 r. jest w dużym stopniu wynikiem dużego kontraktu realizowanego przez tę Spółkę dla jednego klienta. Sama AA sprzedaje relatywnie mało mechanicznych wkładek mechanicznych, ale jednocześnie są to produkty o wiele droższe od oferowanych przez LOB. Jest to związane z faktem, że AA oferuje drogie wkładki bębnekowe o wysokim stopniu ochrony, należące do segmentu premium na rynku. Jednocześnie udziały LOB w rynku pod względem wartości i ilości sprzedaży ukazują sytuację odwrotną, co oznacza, że LOB oferuje produkty popularniejsze, ale bardziej ekonomiczne (tańsze). Tym samym AA i LOB nie są bliskimi konkurentami i dla wielu kupujących, którzy główną wagę przywiązują do ceny, wkładki bębnekowe oferowane przez AA nie są rzeczywistym zamiennikiem wkładek LOB.

Grupa AA po koncentracji będzie nadal spotykała się z konkurencją ze strony Gerdy, Wilka, Lockpol, Abus i GU, a także Winkhaus, Dormakaba, Roztocze, EVVA i DOM. Wielość i zróżnicowanie konkurencji powoduje, że będzie wywierała ona istotną presję konkurencyjną na AA również po transakcji.

Istotną dla oceny sytuacji na omawianym rynku okolicznością jest to, że uczestnicy koncentracji oferują mechaniczne wkładki bębnekowe tylko dla klientów biznesowych (przedsiębiorstw) i nie sprzedają ich do konsumentów. Klienci OEM (producenci drzwi) i profesjonalni użytkownicy końcowi (spółki energetyczne i telekomunikacyjne) regularnie organizują przetargi i w ten sposób przyczyniają się do tworzenia silnej konkurencji pomiędzy producentami mechanicznych wkładek bębnekowych. Ponadto kilku dużych dystrybutorów importuje duże ilości wkładek bębnekowych, zwłaszcza z Chin, sprzedając je następnie pod swoją marką (marka prywatna). Opisane zjawisko tworzy dodatkową presję cenową na producentów,

takich jak AA i LOB. Tym samym, po stronie popytu występują profesjonalni klienci mający własne działy sprzedaży, którzy, posiadając nierzadko znaczącą siłę negocjacyjną, wywierają presję cenową na dostawców.

Kolejną istotną okolicznością, mającą wpływ na ocenę niniejszej transakcji, jest fakt, że umowy zawierane przez uczestników koncentracji w przeważającej mierze nie zawierają klauzul wyłączności i nie są długoterminowe. Tym samym klienci mogą z łatwością zmieniać swoich dostawców, szczególnie w segmencie nie opartym na dużych dostawach (skali dostaw). Koszty związane ze zmianą dostawcy są niskie lub nie ma ich wcale. Poza tym wielu klientów we wszystkich kanałach dystrybucji kupuje wkładki bębnekowe od co najmniej dwóch producentów, co daje im możliwość zakończenia współpracy z jednym z nich. Jedynie w kanale zakładów ślusarskich koszty zmiany dostawcy mogą być nieco wyższe, z uwagi na zapewniane wsparcie techniczne i części zapasowe.

Biorąc powyższe pod uwagę należy przyjąć, że koncentracja nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych wkładek bębnekowych.

Oceniając wpływ koncentracji na krajowy rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wpuszczanych należy wskazać, że po koncentracji udział AA będzie oscylował wokół ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i będzie on wynikiem dotychczasowej pozycji rynkowej LOB. AA sprzedaje relatywnie mało zamków wpuszczanych, ale jednocześnie są to produkty o wiele droższe od oferowanych przez LOB. Jest to powiązane z faktem, że AA oferuje specyficzne modele zamków wpuszczanych, popularne na rynkach skandynawskich (różniące się znacznie pod względem technicznym od zamków wypuszczanych LOB przeznaczonych na rynek polski). Co szczególnie istotne, AA dostarcza na rynek polski zamki wpuszczane typu skandynawskiego do niewielkiej grupy producentów drzwi, którzy następnie eksportują je do krajów skandynawskich. Jednocześnie LOB oferuje rozwiązania bardziej ekonomiczne głównie do drewnianych drzwi wewnątrzlokalowych. Tym samym można uznać, że Grupa AA i LOB nie są bezpośrednimi konkurentami, a mechaniczne zamki wpuszczane oferowane przez strony koncentracji są bardziej produktami uzupełniającymi się, niż zamiennymi.

Biorąc powyższe pod uwagę można przyjąć, że koncentracja nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wpuszczanych.

Oceniając wpływ koncentracji na krajowy rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wierzchnich należy wskazać, że po koncentracji udział AA będzie oscylował wokół ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Po przeprowadzeniu koncentracji AA stanie się wiceliderem rynku pod względem ilościowym i wartościowym. Natomiast najwięksi konkurenci LOB i AA dysponują większymi udziałami pod względem wartości sprzedaży (Gerda) i ilości sprzedaży (Jania).

Należy zaznaczyć, że uczestnicy koncentracji oferują swoje mechaniczne zamki wierzchnie tylko do klientów biznesowych (przedsiębiorstw) i nie sprzedają ich do konsumentów. Tym samym strona popytu charakteryzuje się występowaniem silnych, profesjonalnych graczy: dużych hurtowników, sieci DIY czy producentów drzwi, którzy regularnie organizują przetargi. Umowy zawierane przez uczestników koncentracji w przeważającej mierze nie zawierają klauzul wyłączności i nie są długoterminowe. Tym samym klienci mogą z łatwością zmieniać swoich dostawców. Koszty związane ze zmianą dostawcy są niskie lub nie ma ich wcale.

Biorąc powyższe pod uwagę Prezes Urzędu uznał, że koncentracja nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków wierzchnich.

Oceniając wpływ koncentracji na krajowy rynek wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków przemysłowych należy wskazać, że po koncentracji udział AA będzie oscylował wokół ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Po przeprowadzeniu koncentracji AA pozostanie drugim graczem pod względem wartości sprzedaży i trzecim pod względem ilości sprzedaży mechanicznych zamków przemysłowych. Jednocześnie bardzo mocną pozycję zachowają Roztocze i Euro-Box (biorąc pod uwagę zarówno ilość, jak i wartość sprzedaży). Pozycja rynkowa AA po koncentracji będzie prawie w całości wynikiem silnej pozycji rynkowej LOB. Należy też podkreślić, że dużą część udziału AA w rynku stanowią bezpośrednie dostawy zamków przemysłowych z Danii do jednego klienta, który następnie eksportuje swoje produkty z Polski na całą Europę. Dlatego też w porównaniu do innych

konkurentów AA nie jest mocno zaangażowana na tym rynku, o czym świadczy to, że nie utworzyła ona kanału dystrybucji zamków przemysłowych w Polsce ani zróżnicowanej bazy klientów.

Biorąc powyższe pod uwagę można przyjąć, że koncentracja nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku wprowadzania do obrotu mechanicznych zamków przemysłowych.

Oceniając wpływ koncentracji na krajowy rynek wprowadzania do obrotu elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych należy wskazać, że po koncentracji udział AA będzie oscylował wokół ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem wartości oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] pod względem ilości sprzedaży. Po przeprowadzeniu koncentracji AA pozostanie liderem rynku pod względem wartościowym. Pod względem ilościowym liderem rynku pozostanie Lockpol. Pozycja rynkowa AA nie zmieni się znacząco (wzrost o ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]), gdyż pozycja LOB na tym rynku jest bardzo słaba. Wynika to z faktu, że LOB nie produkuje własnych elektrozaczepów, ale działa jako importer produktów wytwarzanych przez konkurenta AA. LOB nie angażuje się aktywnie w promocję produktów, a jego obecność na rynku jest bardzo ograniczona zarówno pod względem wielkości jak i wartości sprzedaży. Tymczasem AA posiada na omawianym rynku dobrze zorganizowaną sieć dystrybucji, prowadzi aktywną politykę marketingową i wspierania swoich produktów, zapewnia regularne szkolenia swoim dystrybutorom, itp.

Udział AA w rynku jest zdecydowanie większy pod względem wartości sprzedaży niż jej ilości. Jest to powiązane z faktem, że AA oferuje produkty drogie, zawansowane technicznie (odporność na ogień i wodę, przystosowane do obiektów w których może dochodzić do eksplozji). Produkty AA należą do segmentu premium, czy też pewnej niszy rynkowej (biorąc pod uwagę ich specyficzne zastosowania) i różnią się od produktów LOB pod względem ceny, jakości i poziomu bezpieczeństwa. Jednocześnie udział LOB w rynku pod względem wielkości sprzedaży jest kilkukrotnie wyższy niż pod względem wartości sprzedaży, co oznacza, że LOB oferuje rozwiązania bardziej ekonomiczne (tańsze). Tym samym AA i LOB nie są bliskimi konkurentami - oferują produkty uzupełniające się, a nie bliskie zamienniki na właściwym rynku, na który koncentracja wywiera wpływ.

Podczas gdy AA działa w segmencie premium, LOB oferuje swoje produkty w segmencie ekonomicznym na rynku właściwym.

Biorąc powyższe pod uwagę można przyjąć, że koncentracja nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku wprowadzania do obrotu elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych i rygli elektromagnetycznych.

Koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym na cztery krajowe rynki wprowadzania do obrotu: 1) mechanicznych wkładek bębnekowych; 2) mechanicznych zamków wpuszczanych; 3) elektrozaczepów, zwór elektromagnetycznych; 4) samozamykaczy, na których łączny udział uczestników koncentracji przekracza 30%, a jednocześnie AA jest obecna na rynku zakupów tych produktów poprzez swoją spółkę Mercor. Mając silną pozycję na rynku wyższego szczebla, teoretycznie mogłaby promować na rynku niższego szczebla podmioty należące do grupy kapitałowej, do której należy (Mercor), w celu osłabienia ich konkurentów. Praktyka taka polegałaby na odcięciu lub ograniczeniu im dostępu do produkowanych przez siebie popularnych produktów w celu podniesienia ich kosztów (np. z uwagi na konieczność zastosowania droższych produktów) lub pogorszenia jakości ich produktów (np. z uwagi na konieczność zastosowania gorszych jakościowo lub mniej popularnych wśród finalnych odbiorców produktów konkurentów). Osłabienie konkurentów na rynku niższego szczebla umożliwiłoby z kolei podniesienie cen produktów oferowanych na tym rynku .

Taki rozwój sytuacji jest jednak, w ocenie organu antymonopolowego, nieprawdopodobny, przede wszystkim z dwóch powodów. Po pierwsze, rynek niższego szczebla ma zasięg europejski⁶, w związku z czym rynku zakupowego nie można traktować wyłącznie jako krajowego, gdyż konkurenci Mercora mogą produkować swoje wyroby poza Polską i tam też mogą się zaopatrywać w potrzebne im produkty. Tymczasem pozycja AA w skali europejskiej wprowadzania do obrotu produktów na ww. czterech rynkach produktowych jest znacznie słabsza i zawsze jej udziały rynkowe kształtują się poniżej 20%. Po drugie, Mercor nie jest znaczącym uczestnikiem tego rynku, zaś produkty uczestników koncentracji są zastępowalne innymi produktami, w związku z czym uzasadnione jest przyjęcie, że

⁶ Rynek ten został tak zdefiniowany w sprawie przejęcia przez AA kontroli nad Mercor S.A. z siedzibą w Warszawie (DKK1-423/8/13/GG), gdzie Prezes Urzędu uznał, że rynek wprowadzania do obrotu oddzieleń przeciwpożarowych ma wymiar europejski.

istotne ograniczenie dostaw na rzecz konkurentów Mercor wiązałoby się dla uczestników koncentracji z utratą zysków znacznie większą od ewentualnych zysków, jakie mogłaby dodatkowo zrealizować za pośrednictwem Mercor w związku z ewentualnym osłabieniem presji wywieranej na niego przez konkurentów (wskutek podniesienia ich kosztów).

Koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym także na hurtowy rynek dystrybucji rozwiązań do zamykania drzwi, co wynika z udziałów rynkowych uczestników koncentracji w rynkach wprowadzania do obrotu wybranych rozwiązań w dziedzinie otwierania drzwi. Zdaniem Prezesa Urzędu, po koncentracji nie wystąpi zagrożenie, że AA będzie utrudniała innym hurtownikom dostęp do jej produktów z zakresu otwierania drzwi dążąc do wzmocnienia pozycji hurtowni LOB. Wynika to z relatywnie słabej pozycji LOB na rynku hurtowym, który większość swojej sprzedaży w tym kanale dokonuje przez sieć hurtowni partnerskich. Udział LOB w rynku hurtowej dystrybucji wszystkich rozwiązań do otwierania drzwi ogółem, kształtuje się poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa], zaś udział LOB w rynkach zakupów poszczególnych rodzajów rozwiązań do otwierania drzwi są bardzo małe i wynoszą nie więcej niż [tajemnica przedsiębiorstwa] na każdym z rynków. Powoduje to, że nie istnieje zagrożenie, że mogłaby ona zamknąć dostęp do kanału hurtowego innym producentom rozwiązań w zakresie zamykania drzwi. Co istotne, z punktu widzenia modelu biznesowego AA sprzedaż hurtowa ma ograniczone znaczenie z uwagi na koncentrację na innych kanałach dystrybucji. Ponadto należy dodać, że działalność hurtowa LOB ma również charakter ograniczony, ze względu na model biznesowy LOB, który zakłada, że jest ona producentem, a nie hurtownikiem (AA jest tylko producentem).

Analizując wpływ koncentracji na rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym zdaniem organu antymonopolowego nie istnieje ryzyko wystąpienia negatywnych efektów, które wynikałyby z siły rynkowej Grupy AA na rynkach (i) mechatronicznych i elektronicznych wkładek bębnekowych i (ii) elektromechanicznych elektronicznych/cyfrowych zamków wpuszczanych.

Rynki elektronicznych i cyfrowych rozwiązań w zakresie zamykania drzwi są w Polsce na początkowym etapie rozwoju (faza początkowa). Rynki

elektromechanicznych zamków wpuszczanych są bardziej zaawansowane, ale mimo to mogą nadal być określone jako rynki rozwijające się (faza rozwoju). Fakt, iż elektromechaniczne, elektroniczne i cyfrowe produkty zamykające pojawiły się na polskim rynku potwierdza również światową tendencję do coraz częstszego korzystania z produktów elektromechanicznych oraz powoli rosnącą popularność rozwiązań cyfrowych i mobilnych. Ten trend nie jest jednak w Europie Środkowo-Wschodniej tak silny, jak w Europie Zachodniej lub Azji, a dodatkowo jest opóźniony w czasie w porównaniu do tych regionów. Omawiane produkty nie są wśród klientów tak popularne jak ich mechaniczne odpowiedniki. Czynnikiem zniechęcającym może być przede wszystkim cena, która jest nieporównywalnie wyższa niż cena rozwiązań mechanicznych. Potwierdzeniem tego są wyniki sprzedaży AA, która w roku 2016 sprzedała blisko [tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk mechanicznych wkładek, [tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk elektronicznych i mechatronicznych wkładek bębnekowych, [tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk mechanicznych zamków wpuszczanych i [tajemnica przedsiębiorstwa] sztuk elektronicznych, cyfrowych i mechatronicznych zamków wpuszczanych.

Należy też mieć świadomość, że grupa potencjalnych użytkowników końcowych tych produktów jest znacznie mniejsza niż grupa końcowych użytkowników rozwiązań mechanicznych w zakresie zamykania. Użytkownicy końcowi elektromechanicznych/elektronicznych rozwiązań charakteryzują się znacznie wyższymi możliwościami finansowymi (zatem w pierwszym rzędzie są w stanie kupić ww. produkty). W przypadku rynków elektromechanicznych i elektronicznych/cyfrowych rozwiązań w zakresie zamykania drzwi przeważająca część sprzedaży (ilościowo i wartościowo) realizowana jest poprzez sprzedaż produktów elektromechanicznych. Ponadto decyzja użytkownika końcowego o zakupie elektromechanicznych/elektronicznych rozwiązań wynika z odmiennych preferencji i innych potrzeb, które te produkty mają zaspokoić w porównaniu z mechanicznymi cylindrami czy zamkami wpuszczanymi. Zamiarem użytkownika końcowego jest najczęściej instalacja elektromechanicznych/elektronicznych wkładek bębnekowych lub elektromechanicznych czy elektronicznych zamków wpuszczanych jako części zintegrowanego systemu kontroli dostępu (posiadającego opcje identyfikacji, rejestracji wejść/wyjść itd.) w ich biurach, budynkach handlowych czy hotelach. Powoduje to, że inne są grupy klientów, do których

kierowane są rozwiązania mechaniczne, do innych rozwiązania i mechatroniczne i elektroniczne.

Potwierdzeniem tego jest fakt, że znaczna część sprzedaży AA w zakresie elektronicznych i mechatronicznych wkładek bębnekowych to sprzedaż do jednego klienta z sektora telekomunikacyjnego. Tym samym to jeden podmiot tworzy znaczącą część popytu na omawianym rynku produktowym.

Ze względu na istotną różnicę technologiczną, mały całkowity rozmiar rynków, inne potrzeby zaspokajane przez produkty elektromechaniczne/elektroniczne i fakt, że znajdują się one w fazie początkowej lub fazie rozwoju, rynki (i) mechatronicznych i elektronicznych wkładek bębnekowych oraz (ii) elektromechanicznych, elektronicznych i cyfrowych zamków wpuszczanych nie są blisko powiązane z rynkami, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym.

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Zgłaszającego, Prezes Urzędu ustalił, że jak dotąd AA nie uzależniała sprzedaży elektromechanicznych czy elektronicznych rozwiązań w ten sposób, że łączyła te produkty z mechanicznymi rozwiązaniami w zakresie zamykania drzwi w jedną ofertę (tj. nie występowały przypadki praktyk sprzedaży pakietowej lub wiązanej). Ponadto potencjalne próby ograniczenia rynku przez sprzedaż wiązaną lub pakietową z wykorzystaniem silnej pozycji AA na tych rynkach nie byłaby skuteczna, gdyż nie istnieje duża wspólna grupa klientów skłonnych do kupowania obu grup produktów, tj. z jednej strony elektromechanicznych/elektronicznych rozwiązań zamykających i z drugiej strony produktów oferowanych na rynkach, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym. Całkowity rozmiar rynku elektromechanicznych i elektronicznych rozwiązań zamykających jest zbyt mały, aby umożliwić wykorzystanie siły rynkowej Grupy AA w tym zakresie, w celu zwiększenia sprzedaży na innych rynkach (rynkach rozwiązań mechanicznych). Występuje zatem istotna dysproporcja w wielkości bazy klientów (nabywców) pomiędzy produktami (potencjalnie) wiązanymi i wiążącymi, która skutkuje tym, że nawet maksymalne wykorzystanie siły rynkowej na rynku elektromechanicznych/elektronicznych rozwiązań w zakresie zamykania przez Grupę AA nie mogłoby doprowadzić do

ograniczeń na którymkolwiek z rynków, na które koncentracja wywiera wpływ horyzontalnie lub wertykalnie.

Kolejnym argumentem, który Prezes Urzędu uznał za istotny przy dokonywanej ocenie to okoliczność, iż AA i LOB nie są nieuniknionymi partnerami biznesowymi (ang. *unavoidable trading partners*), tj. jedynym możliwym dostawcą określonego rodzaju produktu, na żadnym z rozpatrywanych rynków produktowych. Jeżeli zatem AA hipotetycznie próbowałaby zmusić nabywców do zakupu, w ramach sprzedaży pakietowej/wiązanej określonych produktów, których klienci nie potrzebują, nabywcy z łatwością znaleźliby alternatywnego dostawcę. Ponadto należy podkreślić, że AA i LOB sprzedają swoje produkty jedynie klientom biznesowym, którzy jako profesjonalni przedsiębiorcy często posiadają własne komórki organizacyjne zajmujące się zakupami. W ocenie Prezesa Urzędu jest bardzo mało prawdopodobne, aby było możliwe wywarcie skutecznego nacisku na tego typu klientów tak by zakupili oni towar, którego nie potrzebują. Są to także rynki, na których aktywna jest tylko Grupa AA.

Biorąc wszystko powyższe pod uwagę, w ocenie organu antymonopolowego nie ma podstaw do uznania, iż niniejsza koncentracja spowoduje istotne ograniczenie konkurencji na polskich rynkach wprowadzania do obrotu poszczególnych rozwiązań w zakresie otwierania drzwi.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji* w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. *Kodeks postępowania cywilnego* (Dz. U. z 2016 r., poz. 1822 ze zm.) 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.

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

Otrzymuje:

**1.ASSA ABLOY Entrance Systems Poland
sp. z o.o.**