

**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DDF1-411/24/02/EP

Warszawa, dn. 29.08.2002 r.

DECYZJA nr DDF - 49/2002

Na podstawie art.17 w związku z art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje zgodę na dokonanie koncentracji polegającej na przejęciu przez Tesco PLC z siedzibą w Wielkiej Brytanii kontroli nad HIT Ausland Betriebsgesellschaften GmbH z siedzibą w Niemczech, poprzez nabycie wszystkich udziałów tej spółki przez Tesco Holdings B.V. z siedzibą w Holandii oraz nad 17 polskimi spółkami HIT Zarząd Majątkiem poprzez nabycie wszystkich udziałów tych spółek przez Tesco Polska Sp. z o. o. z siedzibą w Krakowie.

UZASADNIENIE

W dniu 11 lipca 2002 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej organem antymonopolowym, wszczął na podstawie art. 44 ust. 1 w związku z art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm.), zwanej dalej ustawą, na wniosek Tesco PLC z siedzibą w Wielkiej Brytanii (dalej Tesco), postępowanie antymonopolowe w sprawie koncentracji polegającej na przejęciu przez Tesco kontroli nad:

- HIT Ausland Betriebsgesellschaften GmbH z siedzibą w Niemczech, (dalej HIT) poprzez nabycie wszystkich udziałów w tej spółce przez Tesco Holdings B.V., oraz
- 17 polskimi spółkami HIT Zarząd Majątkiem poprzez nabycie wszystkich udziałów w tych spółkach przez Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie (dalej Tesco Polska).

Z przekazanych przez Tesco informacji wynika, że łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji przekroczył 50 mln. EURO, natomiast HIT oraz Grupa Dohle, do której należą udziały w 17 polskich spółkach HIT Zarząd Majątkiem, w każdym

z dwóch lat poprzedzających zgłoszenie zamiaru koncentracji uzyskała na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej obrót przekraczający 10 mln. EURO. Jednocześnie udział w rynku przedsiębiorców zamierzających dokonać koncentracji przekroczył 20%. Wobec spełnienia przesłanek art. 12 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy oraz niewystąpienia żadnej z przesłanek wymienionych w art.13 pkt 1 lit. a) i pkt 2 ustawy, na przedsiębiorcy przejmującym kontrolę spoczywał obowiązek zgłoszenia organowi antymonopolowemu zamiaru przedmiotowej koncentracji. Zgodnie z art. 94 ust.3 ustawy, w przypadku gdy koncentracji dokonuje przedsiębiorca dominujący za pośrednictwem co najmniej dwóch przedsiębiorców zależnych, zgłoszenia zamiaru koncentracji dokonuje przedsiębiorca dominujący, stąd obowiązek zgłoszenia przedmiotowej koncentracji spoczywał na Tesco.

Planowana koncentracja stanowi realizację [tajemnica przedsiębiorstwa]. Po stronie HIT przyczyną przystąpienia do przedmiotowej koncentracji jest natomiast [tajemnica przedsiębiorstwa]. Tesco jest spółką publiczną prawa angielskiego, a jej akcje dopuszczone są do obrotu publicznego na Giełdzie Papierów Wartościowych w Londynie. Tesco stoi na czele grupy kapitałowej, która prowadzi działalność gospodarczą w Europie na terenie Wielkiej Brytanii, Irlandii, Francji, Węgier, Polski, Czech, Słowacji oraz w Azji na terenie Tajlandii, Korei Południowej, Chin i Malezji. Głównym przedmiotem działalności Grupy Tesco jest sprzedaż detaliczna artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku prowadzona w 900 placówkach handlowych w ww. krajach. Artykuły konsumpcyjne codziennego użytku to przede wszystkim żywność, która stanowi około 70% sprzedaży Grupy, oraz artykuły nieżywnościowe, w tym środki czyszczące i higieniczne, jednorazowe artykuły papierowe, wyroby tytoniowe, a także artykuły gospodarstwa domowego, ubrania, obuwie i artykuły meblowe.

W Polsce Tesco prowadzi działalność za pośrednictwem spółki zależnej Tesco Polska Sp. z o. o. z siedzibą w Krakowie (zwanej dalej Tesco Polska), która zarządza 15 hipermarketami usytuowanymi głównie w południowo-zachodniej części kraju (Jelenia Góra, Wrocław, Kraków, Tychy, Gliwice, Częstochowa, Bielsko-Biała, Rzeszów, Lublin, Zielona Góra, Poznań, Bydgoszcz, Łódź (2), Warszawa). Placówki handlowe Tesco oferują około 50 tys. pozycji asortymentowych, w tym około 400 sprzedawanych pod własną marką „Tesco-Korzystny Zakup” i około 200 pod marką „Tesco”. Tesco Polska planuje otwarcie jeszcze 3 hipermarketów w 2002 r. Do Tesco Polska należy również sieć 32 supermarketów SAVIA, własność spółki zależnej Savia S.A. z siedzibą w Bielsku-Białej. Supermarkety SAVIA, znajdujące się na terenie województw: dolnośląskiego – 12, małopolskiego – 10,

śląskiego – 8 i opolskiego – 2, również sprzedają artykuły pod własną marką „SAVIA”. Tesco Polska posiada ponadto udziały 16 spółek zarządzających nieruchomościami, na których znajdują się placówki handlowe tej spółki.

HIT jest spółką holdingową, w której udziały należą do trzech osób fizycznych: [tajemnica przedsiębiorstwa]. Te same osoby są właścicielami spółki, która kontroluje 17 polskich spółek HIT Zarząd Majątkiem będących właścicielami lub użytkownikami działek, na których HIT ulokował swoje sklepy. Działalność koncernu HIT to sprzedaż detaliczna artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku prowadzona w Niemczech i od 1994 r. w Polsce. Sprzedaż żywności stanowi około 78% ogólnej wartości sprzedaży koncernu. W Polsce HIT posiada dwie spółki zależne: HIT Centrala Sp. z o. o. (zwaną dalej Hit Centrala) i HIT Hipermarket Sp. z o. o. (zwaną dalej HIT Hipermarket) z siedzibami w Warszawie. Aktualnie w Polsce działa 13 hipermarketów HIT zlokalizowanych następująco: Warszawa – 3, Poznań – 2 oraz po jednym w Olsztynie Gdyni, Szczecinie, Kaliszu, Gorzowie Wielkopolskim, Wrocławiu, Bytomiu i w Krakowie. Planowane są inwestycje w Legnicy, Włocławku Łodzi i w Piastowie.

Organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:

Przedmiotowa koncentracja polegać będzie na przejęciu przez Tesco kontroli nad działalnością HIT prowadzoną w Polsce. Działalność HIT prowadzona w Niemczech pozostanie nadal pod kontrolą tego koncernu.

Zgodnie z art. 17 ustawy Prezes Urzędu w drodze decyzji wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, w wyniku której nie powstanie lub nie umocni się pozycja dominująca na rynku i wskutek czego konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona. Ocena oddziaływania koncentracji na stan konkurencji wymaga określenia rynków właściwych zarówno w aspekcie produktowym, jak i geograficznym, na które koncentracja wywiera wpływ.

Organ antymonopolowy uznał, że rynkiem właściwym w sprawie jest krajowy rynek sprzedaży detalicznej artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku oraz wspólne dla uczestników koncentracji rynki lokalne. Za takim określeniem rynku w aspekcie produktowym przemawia fakt, że jest to rynek wspólny, na którym prowadzą działalność obaj uczestnicy koncentracji. Obaj uczestnicy koncentracji są również właścicielami spółek zarządzających nieruchomościami, jednak działalność ich prowadzona jest wyłącznie na

potrzeby spółek-matek, wobec czego przedmiotowa koncentracja nie wywrze wpływu na tę działalność ani nie spowoduje zmian na rynku usług zarządzania nieruchomościami.

Krajowy rynek sprzedaży detalicznej artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku charakteryzuje się rozdrobnieniem i dużą konkurencyjnością. Jego uczestnikami od strony popytowej są indywidualni klienci, którzy mogą dokonywać zakupów artykułów codziennego użytku w sklepach różnego formatu, począwszy od małych sklepików i bazarów, poprzez duże sklepy, supermarkety, a skończywszy na hipermarketach. Wszystkie te formy sprzedaży detalicznej artykułów codziennego użytku stanowią dla siebie konkurencję.

Badania rynku sprzedaży detalicznej użytku dokonuje corocznie firma CAL Company Assistance. W raporcie za 2001 r. wymieniono liczbę 117 200 sklepów spożywczych funkcjonujących w Polsce. Z tej liczby około 2000 to sklepy zakwalifikowane jako Nowoczesne Kanały Dystrybucji, do których zalicza się hipermarkety, supermarkety i sklepy dyskontowe. W 2001 r. zrealizowały one około 28-32% wartości sprzedaży żywności oraz papierosów i alkoholu. Taka struktura sprzedaży detalicznej artykułów codziennego użytku w porównaniu z innymi krajami europejskim pozwala na stwierdzenie, że rynek ten nie został jeszcze ostatecznie ukształtowany, jakkolwiek wyszedł z fazy początkowej. Doświadczenia krajów Unii Europejskiej wskazują, że na rynku sprzedaży detaliczną nasilają się procesy koncentracji i globalizacji. Procesy te najbardziej zaawansowane są w krajach skandynawskich, gdzie udział w rynku sprzedaży żywności 5 największych firm przekroczył w 2000 r. 90%. We Francji wynosił około 80%, a w Niemczech i Anglii około 60%. W Hiszpanii i Portugalii, do których porównywana jest Polska, wskaźnik ten wyniósł od 56% w Hiszpanii do 60% w Portugalii. W krajach postsocjalistycznych kandydujących do Unii Europejskiej udział Nowoczesnych Kanałów Dystrybucji w obrocie żywnością również przekroczył poziom osiągnięty przez sieci handlowe funkcjonujące na polskim rynku, w Czechach był prawie dwukrotnie wyższy, a na Węgrzech prawie pięciokrotnie.

Niski stopień koncentracji polskiego rynku sprzedaży żywności świadczy o dużej liczbie uczestników tego rynku. Obok dużej liczby tradycyjnych detalistów, do której CAL Company Assistance zalicza duże, średnie i małe sklepy detaliczne, na rynku tym obecnych jest kilkanaście spośród największych europejskich sieci handlowych, w tym uczestnicy koncentracji. Osiągnęły one, wg badań GfK Polonia, *Badania Konsumentów, dane za IV kwartał 2001 r.*, następujące udziały w rynku:

- sieć supermarketów Biedronka i hipermarketów Jumbo, należące do portugalskiego koncernu Jeronimo Martins – [tajemnica przedsiębiorstwa] %,

- sieć hipermarketów Real i Macro Cash & Carry należące do niemieckiej Grupy Metro AG - [tajemnica przedsiębiorstwa] %,
- sieć hipermarketów Geant i sklepów discountowych Leader Price należące do francuskiej Grupy Casino – [tajemnica przedsiębiorstwa] %,
- sieć hipermarketów Hypernova i supermarketów Albert należące do holenderskiego koncernu Royal Ahold – [tajemnica przedsiębiorstwa] %,
- sieć hipermarketów Auchan należąca do francuskiej Grupy Auchan – [tajemnica przedsiębiorstwa] %,
- sieć hipermarketów Carrefour i sieci supermarketów Champion oraz Globi, należące do Grupy Carrefour – [tajemnica przedsiębiorstwa] %,
- sieć Plus Discount, stanowiąca część koncernu Tengelmann – [tajemnica przedsiębiorstwa] %,
- sieć hipermarketów Tesco i supermarketów Savia, należąca do brytyjskiego koncernu Tesco – [tajemnica przedsiębiorstwa] %
- sieć HIT należąca do niemieckiej Grupy Dohle – [tajemnica przedsiębiorstwa] %,
- sieć hipermarketów Leclerc stanowiąca część francuskiej Grupy E. Leclerc – [tajemnica przedsiębiorstwa] %.

Pozostałe sieci, między innymi Minimal, Intermarche Selgros, Rema 1000, Billa, Marcpol, Spar, Edeka, posiadają udziały w rynku nieprzekraczające [tajemnica przedsiębiorstwa] %. Sieci: Carrefour, Geant, Real, Hypernova, Auchan i Leclerc planują [tajemnica przedsiębiorstwa].

Powyższe dane wskazują, że po dokonaniu koncentracji łączny udział uczestników koncentracji w rynku krajowym sprzedaży detalicznej artykułów codziennego użytku wyniesie niecałe 4%, a struktura rynku właściwego nie ulegnie istotnej zmianie. Nadal pozostanie na nim duża liczba konkurujących ze sobą podmiotów, a wobec planowanych przez uczestników tego rynku inwestycji jego struktura będzie ulegała zmianom.

Rynkami lokalnymi wspólnymi dla obu uczestników koncentracji są rynki miast i ich okolic w promieniu około 30 minut jazdy samochodem, w których zarówno Tesco, jak i HIT posiadają swoje obiekty handlowe. Do takiego wyznaczenia granic rynków lokalnych wykorzystano wyniki sondażowych badań konsumentów przeprowadzone przez Tesco. Zgodnie z powyższymi kryteriami rynkami właściwymi w aspekcie geograficznym są, obok rynku krajowego, rynki: Warszawy, Poznania, Wrocławia, Krakowa oraz obszar Górnego

Śląska. Wg. obliczeń dokonanych przez Tesco struktura tych rynków przedstawia się następująco:

- Warszawa - Tesco posiada 1 hipermarket i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział w rynku, natomiast HIT – 3 obiekty handlowe i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział,
- Poznań – Tesco 1 hipermarket i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział w rynku, HIT – 2 obiekty handlowe i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział,
- Wrocław - Tesco 1 hipermarket i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział w rynku, HIT – 1 obiekt handlowy i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział,
- Kraków - Tesco 1 hipermarket i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział w rynku, HIT – 1 obiekt handlowy i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział,
- Górny Śląsk - Tesco – 2 sklepy (Gliwice i Tychy) i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział w rynku, HIT – 1 obiekt handlowy (Bytom) i [tajemnica przedsiębiorstwa] % udział.

Powyższe dane wskazują, że na wymienionych wyżej rynkach lokalnych uczestnicy koncentracji spotykają się z istotną konkurencją zarówno ze strony tradycyjnych form sprzedaży detalicznej żywności, jak i ze strony innych sieci handlowych, z których część posiada silniejszą pozycje na ww. rynkach lokalnych. Jednocześnie dane te pozwalają stwierdzić, że w wyniku przedmiotowej koncentracji nie powstanie ani nie umocni się pozycja dominująca na żadnym z ww. wymienionych rynków lokalnych.

Biorąc powyższe pod uwagę należy przyjąć, iż brak jest podstaw do stwierdzenia, że w wyniku przedmiotowej koncentracji powstanie lub umocni się pozycja dominująca któregokolwiek z przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji, wobec czego dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku. Zatem przedmiotowy zamiar koncentracji spełnia przesłanki art. 17 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stąd orzeczono jak w sentencji.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do sądu antymonopolowego - za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów

Otrzymuje:

Tesco PLC
Cheshunt, Herts, Wlk. Brytania

za pośrednictwem pełnomocnika

Pani Małgorzaty Sz waj
Kancelaria „Wardyński i Wspólnicy”
al. Ujazdowskie 12
00-478 Warszawa