



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, dnia 16 sierpnia 2010 r.

DKK1/421/48/10/IT

DECYZJA nr DKK - 83 /2010

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. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Lotte Holdings Co., Ltd z siedzibą w Tokio (Japonia), **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Lotte Holdings Co., Ltd z siedzibą w Tokio (Japonia) kontroli nad E. Wedel Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

UZASADNIENIE

W dniu 6 lipca 2010 r. do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej „Prezesem Urzędu” lub „organem antymonopolowym”, wpłynęło zgłoszenie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Lotte Holdings Co., Ltd z siedzibą w Tokio (Japonia), zwaną dalej „Lotte Holdings” lub „wnioskodawca”, kontroli nad E. Wedel Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, zwaną dalej „E. Wedel”.

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. Nr 50, poz. 331 ze zm.), zwanej dalej także „ustawą antymonopolową”, 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 przedsiębiorcę kontroli nad innym przedsiębiorcą poprzez nabycie udziałów 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 wymienionych w art. 14 ustawy antymonopolowej, powodująca odstąpienie od konieczności zgłoszenia zamiaru koncentracji,

zostało wszczęte postępowanie antymonopolowe, o czym - zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.) - Prezes Urzędu zawiadomił stronę pismem z dnia 14 lipca 2010 r.

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

Uczestnicy koncentracji

I. Aktywny uczestnik koncentracji - **Lotte Holdings** jest podmiotem dominującym grupy Lotte. Grupa Lotte prowadzi działalność głównie w zakresie produkcji i sprzedaży produktów spożywczych, takich jak wyroby cukiernicze i mrożone desery. Działalność ta prowadzona jest głównie na terytorium Azji.

Grupa Lotte nie posiada spółek zależnych w Polsce, a swoje obroty na terytorium RP w 2009 r. osiągnęła za pośrednictwem spółki zależnej Chocolaterie Guylian NV z siedzibą w Sint-Niklaas, Belgia (dalej „Guylian”).

Poza sprzedażą produktów żywnościowych grupa Lotte prowadzi działalność na rynku usług budowlanych, produkcji chemikaliów, usług finansowych, inwestycyjnych oraz turystycznych.

II. Pasywny uczestnik koncentracji – **E. Wedel** należy do grupy kapitałowej Kraft, na czele której stoi spółka Kraft Foods Inc. z siedzibą w Northfield, Illinois, USA („Kraft”). Grupa Kraft prowadzi światową działalność w zakresie produkcji i sprzedaży napojów i żywności. W Polsce grupa Kraft obecna jest poprzez:

- Kraft Foods Polska S.A. z siedzibą w Warszawie – produkcja wyrobów czekoladowych i cukierniczych,
- Kraft Foods Poland Sp. z o.o. (poprzednio działająca pod firmą – Kraft Foods Packaging Polska Sp. z o.o.) z siedzibą w Warszawie – obecnie nie prowadzi działalności,

- Kraft Foods Poland Sp. z o.o. IP sp. k. z siedzibą w Warszawie – zarządzanie prawami własności przemysłowej i intelektualnej wykorzystywanymi przez Kraft Foods Polska Sp. z o.o. (pobieranie opłat licencyjnych),
- LU Polska S.A. z siedzibą w Warszawie – produkcja wyrobów czekoladowych i cukierniczych,
- Cadbury Wedel Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej „Cadbury Wedel”) – produkcja wyrobów czekoladowych i cukierniczych.

E. Wedel została zarejestrowana przez Cadbury Netherlands International Holdings B.V. z siedzibą w Breda, Niderlandy (dalej „Cadbury Netherlands”) w listopadzie 2009 r. i nie ma spółek zależnych.

Opis i przyczyny koncentracji

Planowana koncentracja została zgłoszona w trybie art. 13 ust. 2 pkt 2 ustawy antymonopolowej i polega na przejęciu przez Lotte Holdings kontroli nad E. Wedel poprzez nabycie 100 % udziałów w kapitale zakładowym tej Spółki.

Podstawę zgłoszenia transakcji stanowi umowa przedwstępna zawarta w dniu 25 czerwca 2010 r. pomiędzy Cadbury Netherlands, Lotte Netherlands Holdings B.V. i Lotte Holdings, dotycząca sprzedaży i kupna całości wyemitowanego kapitału zakładowego spółki E. Wedel oraz pewnych aktywów spółki Cadbury Wedel.

Deklarowaną przyczyną koncentracji jest budowa światowej bazy produkcyjnej opartej na produkcji w Europie Wschodniej w celu zasilenia belgijskiej spółki Guylian, jak również zapewnienie możliwości rozwoju sieci sprzedaży w Europie. Transakcja stanowi realizację warunku nałożonego decyzją Komisji Europejskiej z dnia 6 stycznia 2010 r. (COMP/M. 5644 Kraft Foods/Cadbury) w sprawie przejęcia przez Kraft kontroli nad Cadbury PLC z siedzibą w Uxbridge (Wielka Brytania). W celu spełnienia tego warunku Cadbury Wedel w wyniku przeprowadzonego podziału spółki, dokonanego na podstawie art. 529 § 1 pkt 4 ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (Dz. U. Nr 94, poz. 1037 ze zm.) przeniosła zorganizowaną część przedsiębiorstwa związanego z marką Wedel na utworzoną w październiku 2009 r. spółkę E. Wedel.

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

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

Mając na względzie definicję rynku właściwego oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. Nr 134, poz. 937), organ antymonopolowy uznał, iż:

a) koncentracja będzie wywierała wpływ w ***układzie horyzontalnym*** na krajowy rynek sprzedaży pralinek czekoladowych.

E. Wedel, z chwilą rejestracji podziału Cadbury Wedel i przeniesienia aktywów związanych z marką Wedel (dnia 2 sierpnia 2010 r.), przejęła działalność w zakresie produkcji i sprzedaży wyrobów czekoladowych i cukierniczych. Grupa Lotte także zajmuje się produkcją i sprzedażą wyrobów czekoladowych, skupiając jednak swą działalność w Azji (Japonii, Korei Południowej, Filipinach, Chinach, Indonezji, Wietnamie). W Europie reprezentowana jest przez grupę Guylian. W Polsce jedynym rynkiem, na którym obecna jest Lotte poprzez swoją belgijską spółkę zależną Guylian, jest rynek sprzedaży pralinek czekoladowych.

Rynek pralinek czekoladowych w aspekcie produktowym

Pralinki czekoladowe stanowią część szeroko rozumianego rynku wyrobów czekoladowych. Takie stanowisko jest zgodne z orzecznictwem Prezesa Urzędu (decyzja z dnia 26 maja 2010 r. nr DKK – 49/2010; decyzja z dnia 14 listopada 2007 r. nr DKK-50/07), który z rynku wyrobów czekoladowych wyodrębnił m.in. rynki: a) tabliczek czekolady, b) batoników czekoladowych, c) pralinek czekoladowych oraz d) cukierków czekoladowych. Podobnie rynek wyrobów czekoladowych podzieliła Komisja Europejska (decyzje COMP/M.4824 Kraft/Danone Biscuits i COMP/M.5644 Kraft Foods/Cadbury).

Pralinki czekoladowe zdefiniowane zostały przez Komisję Europejską jako czekolada o intensywnym smaku i lepszej jakości, wyższej cenie i zazwyczaj w formie bardziej złożonej

niż tabliczki czy batony. Pralinki zazwyczaj są sprzedawane w dość ozdobnych opakowaniach, najczęściej pudełkach, ale mogą być sprzedawane w innej formie, np. torebkach. Najczęściej kupowane są jako prezent i dlatego też ich sprzedaż waha się w zależności od sezonu. Wyroby te są najdroższe spośród produktów czekoladowych i nie są tak powszechne jak np. tabliczki i batony.

Rynek pralinek produkcji krajowej reprezentowany jest przez produkty Wedla np. Ptasie Mleczko, które stanowi polską specyfikę w segmencie pralinek (lekka pianka w polewie czekoladowej). Grupa Lotte jest obecna na polskim rynku pralinek czekoladowych poprzez swoją markę „Guylian”, która obejmuje takie produkty, jak: Sea Shells, Opus oraz La trufflina. Jak wskazuje wnioskodawca są to produkty luksusowe, o wysokiej cenie, sprzedawane w opakowaniach służących wręczaniu ich w charakterze prezentu.

Rynek pralinek czekoladowych w aspekcie geograficznym

W aspekcie geograficznym rynek sprzedaży pralinek czekoladowych ma charakter krajowy, co jest zgodne zarówno z orzecznictwem Prezesa Urzędu, jak i Komisji Europejskiej. Definiując ten rynek w swych decyzjach Komisja podkreśliła:

- a) znaczenie krajowych marek w państwach członkowskich mimo wzrostu znaczenia niektórych marek międzynarodowych,
- b) rozbieżność w udziałach rynkowych właściwych dostawców w różnych państwach członkowskich,
- c) cena tych produktów ustalana jest w zależności od kraju.

Na tak określonym rynku, udziały uczestników koncentracji w 2009 r. kształtowały się w sposób następujący:

sprzedaż w	wyroby czekoladowe		pralinki czekoladowe	
	wartościowo [%]	ilościowo [%]	wartościowo [%]	ilościowo [%]
Polsce				
Wedel	[tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 1 załącznika do notatki] %			
Lotte				

Źródło: dane własne Zgłaszającego

Struktura podmiotowa rynku pralinek czekoladowych w Polsce

Ze zgłoszenia wynika, że zarówno w ujęciu ilościowym, jak i wartościowym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 2 załącznika do notatki] % udziału w rynku sprzedaży pralinek czekoladowych mają: Wedel, Kraft (w tym Cadbury), Nestle, Mars, Ferrero, Jutrzenka (Goplana), Solidarność, Storck oraz marki własne sprzedawców.

Większość sprzedaży pralinek czekoladowych dokonywana jest na rzecz sprzedawców hurtowych i dystrybutorów. Część sprzedaży kierowana jest do dużych sprzedawców detalicznych, z których większość stanowi międzynarodowe sieci super- i hipermarketów. Stopień koncentracji ww. odbiorców pralinek czekoladowych jest niewielki w porównaniu z innymi państwami, szacunkowy udział rynkowy 5 największych odbiorców wyrobów czekoladowych wynosi bowiem poniżej 25%.

Bariery wejścia na rynek pralinek czekoladowych w Polsce

Poza Rozporządzeniem (WE) Nr 852/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie higieny środków spożywczych, wymagającym od producentów żywności zgłoszenia ich zakładów odpowiednim władzom, nie ma szczególnych barier prawnych wejścia na rynek wyrobów cukierniczych i czekoladowych. Jak wskazuje wnioskodawca, jedynymi kosztami wejścia na rynek są koszty związane z marketingiem i opłatami na rzecz detalistów.

b) koncentracja nie wywiera wpływu na żaden rynek w układzie wertykalnym

W toku przeprowadzonego postępowania nie zidentyfikowano żadnych rynków, na które przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym (pionowym), bowiem przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji nie prowadzą działalności na rynkach będących jednocześnie rynkami poprzedniego bądź następnego szczebla obrotu oraz w których indywidualny lub łączny udział tych przedsiębiorców przekraczałby 30%.

c) koncentracja nie wywiera wpływu na żaden rynek w układzie konglomeratowym

Uzasadniając powyższe należy wskazać, iż w toku przeprowadzonego postępowania nie zidentyfikowano żadnych rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym. Brak jest bowiem rynków, na których między przedsiębiorcami uczestniczącymi w koncentracji nie istnieją powiązania (układy) horyzontalne i wertykalne oraz w których przynajmniej jeden przedsiębiorca uczestniczący w koncentracji posiadałby udział wyższy niż 40%.

Ocena skutków koncentracji

Zgodnie z art. 18 ustawy antymonopolowej Prezes Urzędu, w drodze decyzji, wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, w wyniku której konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku, przez którą rozumie się, zgodnie z art. 4 pkt 10 tej ustawy, 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 zatem 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.

Koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na krajowy rynek sprzedaży pralinek czekoladowych i nie wywiera wpływu na żaden rynek właściwy w układzie wertykalnym lub konglomeratowym. Oceniając wpływ planowanej koncentracji na stan konkurencji na krajowym rynku sprzedaży pralinek czekoladowych Prezes Urzędu wziął pod uwagę kryterium dopuszczalności koncentracji, jakim jest brak istotnego ograniczenia konkurencji na rynku właściwym wskutek jej dokonania. W ocenie tej Prezes Urzędu uwzględnił przede wszystkim strukturę podmiotową rynku sprzedaży pralinek czekoladowych, na którym funkcjonują przedsiębiorcy o ustabilizowanej pozycji rynkowej, jak i brak barier wejścia na ten rynek. Jak wykazało niniejsze postępowanie, w wyniku planowanej koncentracji łączny udział stron koncentracji w polskim rynku sprzedaży pralinek czekoladowych osiągnie wielkość na poziomie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 3 załącznika do notatki] % w ujęciu ilościowym i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 4 załącznika do notatki] % w ujęciu wartościowym (w tym udział Lotte Holdings ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 5 załącznika do notatki] %) i tym samym nie przekroczy progu rodzącego domniemanie uzyskania pozycji dominującej (ponad 40%). Podkreślić w tym miejscu należy, iż choć marka Wedel dysponuje największą siłą rynkową na rynku pralinek czekoladowych w Polsce to, w ocenie organu antymonopolowego, niniejsza koncentracja nie spowoduje radykalnych zmian w strukturze tego rynku, które mogłyby spowodować istotne ograniczenie konkurencji na tym rynku. W wyniku koncentracji nastąpi wzrost udziału rynkowego o ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 6 załącznika do notatki] %, a zatem wzrost ten będzie nieznaczny.

W świetle powyższego brak jest podstaw do stwierdzenia, iż w wyniku przedmiotowej koncentracji konkurencja na krajowym rynku sprzedaży pralinek czekoladowych zostanie istotnie ograniczona. Koncentracja spełnia zatem przesłanki art. 18 ustawy antymonopolowej.

Wobec powyższego orzeczono, jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy antymonopolowej oraz art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 1964 r. Nr 43, poz. 296 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 dwutygodniowym od dnia jej doręczenia.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

DYREKTOR
Departamentu Kontroli Koncentracji

Robert Kamiński

Otrzymuje:

Lotte Holdings Co., Ltd z siedzibą w Tokio (Japonia)

za pośrednictwem:

Pani Małgorzaty Grzelak
i Pana Marcina Wnukowskiego
Squire Sanders Świącicki Krześniak Sp. k.
Rondo ONZ 1
00-124 Warszawa
(decyzja wraz z załącznikiem)