



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DDI-2-411-29/959/01/ML

Warszawa, dn. 27.11.2001 r.

DECYZJA DDI Nr 61/2001

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) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu kontroli przez ZPR-Express Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nad spółką Media Express Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, poprzez nabycie udziałów.

UZASADNIENIE

W dniu 29 września 2001 r. do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wpłynęło zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegające na przejęciu kontroli przez ZPR-Express Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej ZPR) nad spółką Media Express Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej Media Express), poprzez nabycie udziałów, tj. łączenia polegającego na przejęciu bezpośredniej kontroli nad przedsiębiorcą, określonego w art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319), zwanej dalej ustawą antymonopolową.

ZPR-Express nabywa udziały od dotychczasowego współwłaściciela, czyli od Tidnings AB Marieberg.

Przedmiotem działalności spółki ZPR-Express jest:

- wydawanie czasopism i wydawnictw periodycznych (np. „Jestem”, „Zdrowie”, „Podróże – Magazyn Turystyczny”, „Magazyn Sportów Wodnych - Żagle”, „WWW”, „Miesięcznik Gier Komputerowych - Reset”),
- obsługa nieruchomości,
- reklama.

Spółka nabywana Media Express wydaje dziennik o zasięgu ogólnokrajowym – Super Express oraz miesięcznik Super Linia.

Strona podała następujące przyczyny łączenia:

- dotychczas współwłaścicielami spółki Media-Express były spółki ZPR-Express Sp. z o.o. 49,99%, ZPR S.A. 0,01%, Tidnings AB Marieberg 50%. Taki układ własnościowy, ze względu na rozbieżności, co do koncepcji działalności i strate-

- gii rozwoju spółki, znacząco obniżał ekonomiczną efektywność działalności prowadzonej przez Media Express,
- zgłaszający oczekuje, że w wyniku zamierzonej koncentracji nastąpi podwyższenie poziomu ekonomicznej efektywności działalności prowadzonej przez spółkę Media Express,
 - rosnąca efektywność gospodarowania powinna wpłynąć korzystnie na współpracę z reklamodawcami oraz powinny ulec obniżeniu koszty ponoszone przez czytelników.

Organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:

1. Na rynku dzienników o charakterze ogólnym o zasięgu ogólnokrajowym działa kilku wydawców. Najwięksi z nich to: Agora S.A. - Gazeta Wyborcza, Media Express - Super Express, Presspublica Sp. z o.o.(współwłaścicielem jest Orkla) – Rzeczpospolita, Dom Wydawniczy Wolne Słowo SA - Życie, Ad Novum Sp. z o.o. - Trybuna,
2. Biorąc pod uwagę przychód¹ ze sprzedaży egzemplarzowej, udział w rynku wydawców dzienników o charakterze ogólnym o zasięgu krajowym wyniósł w 2000 r. odpowiednio: Agora S.A. – 45%, Media Express – 29%, Ad Novum Sp. z o.o. – 3%, Presspublica Sp. z o.o. – 23%,
3. Biorąc pod uwagę średnią sprzedaż egzemplarzową w 2001 r. (na podstawie danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy –dane od stycznia do sierpnia) udział wydawców w rynku dzienników o charakterze ogólnym o zasięgu krajowym wyniósł odpowiednio: Agora S.A.– 44%, Super Express – 37%, Presspublica Sp. z o.o. – 10%, Ad Novum Sp. z o.o. – 5%, Dom Wydawniczy Wolne Słowo S.A. – 4%,
4. Konieczne jest spojrzenie na rynek prasowy nie tylko w ujęciu ogólnopolskim, na co wskazywałby zakup gazety o zasięgu ogólnopolskim, ale także regionalnym, ponieważ istotny jest stan posiadania czterech największych krajowych wydawców (Agora - silna gazeta ogólnokrajowa z wkładkami regionalnymi, Orkla - jedna gazeta ogólnokrajowa i 13 regionalnych, Polskapresse - 9 gazet regionalnych, Media Express - gazeta ogólnokrajowa),
5. Niezbędne jest ocenianie rynku wydawców prasy codziennej (wydawcy gazet o zasięgu ogólnokrajowym i regionalnym) ze względu na sprzedaż nakładu zarówno w ujęciu ilościowym jak i wartościowym, ale także z punktu widzenia osiąganego przychodu z reklamy. O ile przychód ze sprzedaży nakładu w 2000 r. rozkładał się mniej więcej równomiernie na czterech największych wydawców: Agora **Tajemnica przedsiębiorstwa**, Orkla **Tajemnica przedsiębiorstwa**, Polskapresse **Tajemnica przedsiębiorstwa**, Media Express **Tajemnica przedsiębiorstwa**, o tyle największy przychód z reklamy osiągnęła Agora – ponad **Tajemnica przedsiębiorstwa**,

¹ Bez gazety codziennej Życie.

6. Zamierzona transakcja polega na nabyciu udziałów od dotychczasowego współwłaściciela spółki Media Express, zatem wskutek zamierzonej transakcji, nie zmienia się znacząco układ właścicielski na szeroko rozumianym rynku wydawców gazet codziennych,
7. Na rynku wydawców dzienników o charakterze ogólnym działa kilku dużych wydawców, istnieje zatem silna konkurencja,
8. Zdaniem Urzędu antymonopolowego rynkiem właściwym w rozpatrywanej koncentracji jest krajowy rynek dzienników o charakterze ogólnym.

Wobec powyższego orzeczono jak w sentencji.

Na niniejszą decyzję na podstawie art. 78 ust. 1 ustawy antymonopolowej, stronie przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Antymonopolowego za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia doręczenia.

Z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów
Podpisał
p.o. Dyrektora Departamentu Infrastruktury
Andrzej Graduszyński

Otrzymuje:

1. Pani
Emilia Zakrzewska
Prezes Zarządu ZPR – Express Sp. z o.o.
2. Pani
Aldona Kühn
Członek Zarządu ZPR –Express Sp. z o.o.

ul. Senatorska 13/15
00-075 Warszawa