



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DDI-2-411-23/541/01/AK

Warszawa, dn. 17 maja 2002r.

DECYZJA Nr DDI -39/2002

Na podstawie art. 17 w związku z art. 12 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. 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 utworzeniu przez BROKER FM S.A. z siedzibą w Warszawie i RMS Radio Marketing Service GmbH & KG z siedzibą w Hamburgu wspólnego przedsiębiorcy - spółki RMS Polska Sp. z o.o.

UZASADNIENIE

W dniu 10 grudnia 2001r. Prezes Urzędu Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej Prezesem Urzędu) wszczął z urzędu, na podstawie art. 99 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm.), zwanej dalej ustawą antymonopolową, postępowanie antymonopolowe w sprawie dokonania koncentracji przez spółki Broker FM S.A. z siedzibą w Warszawie (zwaną dalej Broker) i RMS Radio Marketing Service GmbH & Co KG z siedzibą w Hamburgu (zwaną dalej RMS).

Przedmiotowa koncentracja polegała na utworzeniu przez ww. podmioty wspólnego przedsiębiorcy - RMS Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (zwaną dalej RMS Polska). Zamiar koncentracji podlegał zgłoszeniu Prezesowi Urzędu, z uwagi na to, iż:

- a) spełniona została przesłanka wskazana w art. 12 ust. 1 ustawy - łączny obrót grup kapitałowych, do których należą przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekraczał równowartość 50 mln EURO, a jednocześnie
- b) nie zachodziła żadna z przesłanek wyłączających spod obowiązku zgłoszenia - określonych w art. 13 ustawy.

W wyniku postępowania antymonopolowego Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny.

Broker jest spółką akcyjną. Prowadzi ona działalność jako pośrednik w zakresie sprzedaży czasu i miejsca na cele reklamowe w środkach masowego przekazu (sprzedaż czasu antenowego, imprez sponsorowanych, powierzchni reklamowej). Spółka posiada podmiot zależny RMF Sp. z o.o.. Podmiot ten prowadzi działalność radiową, obejmującą produkcję i nadawanie ogólnopolskiego programu radiowego. Radio *RMF FM* obok Radia Zet oraz Polskiego Radia S.A. jest największym nadawcą w Polsce o zasięgu ogólnokrajowym.

RMS to spółka prawa niemieckiego, tworzy ona grupę kapitałową (5 spółek prawa niemieckiego i 1 austriackiego), której przedmiotem działalności jest:

- planowanie, organizacja i prowadzenie marketingu, sprzedaży, promocji, reklamy, public relations w zakresie działalności radiowej,
- świadczenie usług w zakresie uroczystości i targów,
- sprzedaż powierzchni reklamowych,
- zamówienia złożone przez Internet,
- działalność w zakresie e-commerce,
- sprzedaż prywatnych stacji radiowych w Austrii,
- zarządzanie czasem reklamowym.

Utworzenie RMS Polska było pierwszą inwestycją w Polsce ww. grupy kapitałowej.

Umowa Spółki RMS Polska została podpisana 15 marca 2001 r. Założycielami RMS Polska były spółki Broker i RMS, które objęły po 50% udziałów nowo utworzonej spółki. 5 czerwca 2001 r. dokonano wpisu spółki RMS Polska do Krajowego Rejestru Sądowego.

RMS Polska to spółka zajmująca się działalnością na rynku sprzedaży czasu radiowego. Jak wynika z zapisów w Krajowym Rejestrze Sądowym, przedmiotem działania spółki jest również prowadzenie badań rynkowych. RMS Polska została stworzona przede wszystkim w celu wejścia jej założycieli na rynek brokerów radiowych, w szczególności w zakresie sprzedaży czasu antenowego radiowych stacji lokalnych.

W Polsce działa ponad 200 stacji radiowych. RMS Polska oferuje na rynku czas radiowy poszczególnych stacji radiowych.

Największymi dostawcami RMS Polska są pod tym względem Radio Pogoda, Radio Karolina, Radio Parada, Radio Eska Warszawa, Radio Kolor Warszawa, Polskie Radio Olsztyn, Radio POP Poznań, Radio Kolor Wrocław, Radio Eska Poznań, Radio Eska Łódź, Radio Eska Wrocław, Polskie Radio Szczecin, Polskie Radio Merkury.

Jedynymi rynkowymi konkurentami RMS Polska są:

- CR Media Sp. z o.o.,
- B52 (Dział Brokerski RRM - Eurozet).

Większość obrotów brokerów radiowych, w tym i RMS Polska, osiągane jest dzięki domom mediowym, stanowiącym grupę klientów, którym oferowany jest

czas radiowy. Domy mediowe zajmują się planowaniem i umieszczaniem reklam w mediach oraz zakupem czasu i powierzchni reklamowej. Oferta brokerów radiowych, łączących w pakiety ofertę małych stacji, daje szansę właścicielom lokalnych stacji radiowych, aby trafiły do nich reklamy dużych koncernów. Brokerzy radiowi pośredniczą pomiędzy nimi a domami mediowymi. Największymi odbiorcami oferty RMS Polska są pod tym względem:

- Universal McCann,
- Mindshare Polska,
- The Media Edge,
- CIA Poland oraz
- Broker FM.

Przedsiębiorcy deklarujący zamiar wejścia na rynek brokerów radiowych muszą liczyć się z koniecznością poczynienia znacznych nakładów finansowych w okresie rozwoju działalności. Są one związane z koniecznością nabycia niezbędnych narzędzi (oprogramowania), jak również wiedzy dotyczącej prowadzenia działalności oraz wiedzy o specyfice rynku. Muszą także liczyć się z koniecznością finansowania działalności do chwili zdobycia odpowiedniego portfela zamówień.

Koszty związane z wyjściem z rynku wiążą się z koniecznością wywiązania się z zawartych długoterminowych kontraktów oraz z utratą prestiżu i marki firmy.

Organ antymonopolowy zważył, co następuje:

Za wydaniem przez Prezesa Urzędu zgody na utworzenie spółki RMS Polska przemawiają następujące względy:

- Na polskim rynku brokerów radiowych działają jedynie dwa podmioty konkurencyjne wobec RMS Polska. W związku z powyższym utworzenie RMS Polska ma z pewnością korzystny wpływ na wzrost konkurencyjności na powyższym rynku.
- Brokerzy radiowi są dla małych nadawców radiowych jedyną szansą otrzymania reklamy od dużych koncernów. Oferty pakietowe umożliwiały prowadzenie kampanii ogólnopolskich jako uzupełnienie, a w szczególnych przypadkach alternatywa, dla kampanii ogólnokrajowych. Ponadto pakiety dawały możliwość dobierania stacji w zależności od grupy docelowej klientów i założeń kampanii.

Prezes Urzędu po przeanalizowaniu informacji zgromadzonych w trakcie postępowania stwierdził, iż utworzenie spółki RMS Polska nie stanowiło zagrożenia dla konkurencji na rynku brokerów radiowych. W jego wyniku nie powstała ani nie umocniła się pozycja dominująca na ww. rynku żadnego z uczestników przedmiotowej koncentracji. Dlatego, zgodnie z art. 17 ustawy antymonopolowej, Prezes Urzędu wydaje zgodę na dokonanie koncentracji.

Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu stwierdza jak w sentencji.

Od niniejszej decyzji - na podstawie art. 78 ust. 1 ustawy antymonopolowej - stronie przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Antymonopolowego za pośrednictwem Prezesa Urzędu w terminie dwóch tygodni od dnia doręczenia.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów

DYREKTOR
Departamentu Przemysłu i Infrastruktury

Andrzej Grudziński

Otrzymuje:

Pan
Marek Dworak
Prezes Zarządu Broker FM S.A.
ul. Towarowa 30
00-831 Warszawa

Pan
Jarosław Sroczyński
Pełnomocnik RMS Radio Marketing
Service GmbH & Co KG

S. Sołtysiński, A. Kawecki, & A. Szlęzak
ul. Wawelska 15B
02-034 Warszawa