



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

DOK-2-421-3/04/ML

Warszawa, dn. 1 września.2004 r.

DECYZJA Nr DOK - 83/2004

I. Na podstawie art. 17 w związku z art. 12 ust. 1 oraz art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Dolnośląskiego Wydawnictwa Prasowego Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **wyraża zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu bezpośredniej kontroli przez Dolnośląskie Wydawnictwo Prasowe Sp. z o.o. nad spółką Słowo Media Sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach poprzez nabycie 100 % udziałów.

II. Na podstawie art. 17 w związku z art. 12 ust. 1 oraz art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Dolnośląskiego Wydawnictwa Prasowego Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **wyraża zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu bezpośredniej kontroli przez Dolnośląskie Wydawnictwo Prasowe Sp. z o.o. nad spółką Echo Media Sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach poprzez nabycie 100 % udziałów.

UZASADNIENIE

W dniu 29 kwietnia 2004 r. do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej Prezes Urzędu, bądź organ antymonopolowy) wpłynęło zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegającej na przejęciu bezpośredniej kontroli przez Dolnośląskie Wydawnictwo Prasowe Sp. z o.o. (dalej DWP) nad spółkami Słowo Media Sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach (dalej Słowo Media) i Echo Media Sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach (dalej Echo Media).

W związku z tym, iż:

- spełnione zostały niezbędne przesłanki uzasadniające obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji, bowiem łączny obrót grup kapitałowych biorących udział w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył wartość określoną w art. 12 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* (dalej zwanej też ustawą antymonopolową), tj. 50 mln euro,

- nabycie udziałów innego przedsiębiorcy, powodujące przejście nad nim bezpośredniej kontroli jest jednym ze sposobów koncentracji, określonym w art. 12 ust. 2 pkt 2 ww. ustawy,
- nie występuje w tej sprawie, żadna okoliczność z katalogu przesłanek wymienionych w art. 13 ww. ustawy, powodująca odstępianie od konieczności zgłoszenia koncentracji.

Prezes Urzędu wszczął postępowanie w powyższej sprawie, o czym powiadomił stronę pismem z dnia 19 maja 2004 r.

Opis koncentracji i przyczyny koncentracji

Zamierzona koncentracja polega na nabyciu 100% udziałów przez DWP (spółka należąca do grupy kapitałowej Orkla) w spółkach Słowo Media i Echo Media (grupa kapitałowa Pana Michała Sołowowa). Na skutek niniejszej transakcji DWP nabędzie prawo do wydawania dwóch tytułów regionalnych gazet codziennych *Słowo Ludu* i *Echo Dnia* na obszarze:

- woj. świętokrzyskiego,
- woj. mazowieckiego, powiaty: grójecki, białobrzegi, kozienicki, przysuski, radomski, zwoleński, lipski, szydłowiecki oraz miasto Radom,
- woj. podkarpackiego, powiaty: stalowowolski, kolbuszowski i niżniański.

Zgodnie z twierdzeniem Zgłaszającego, przyczyną przeprowadzenia przedmiotowej koncentracji jest rozwój grupy kapitałowej Orkla na terenie RP poprzez rozwój wydawanych dzienników, polepszenie jakości produktu, uzyskanie synergii w zakresie kosztów, przekazanie know-how.

Opis przedsiębiorców biorących udział w koncentracji

1/ Grupa Orkla

1.1 Działalność w Europie i w Polsce

Koncern Orkla specjalizuje się w produkcji szerokiej gamy produktów konsumpcyjnych, żywności, chemikaliów. Zajmuje się także inwestycjami finansowymi i mediami. Orkla Media AS (należąca do grupy kapitałowej Orkla) jest dużym koncernem prasowym w Norwegii. Działa także w Szwecji, Danii, państwach nadbałtyckich i Ukrainie.

Orkla działa w Polsce na rynku mediów – prasa, radio oraz na rynku drukarskim. Grupa obecnie posiada drukarnie w Raszynie- Jaworznie i Koninku k/Poznania, Bydgoszczy, Koszalinie, Zielonej Górze, Białymstoku i w Opolu. Ponadto Orkla posiada pośrednio, poprzez GP Media udziały w spółce Radio Gra działającej w Toruniu (*tajemnica przedsiębiorcy* głosów).

Orkla posiada także *tajemnica przedsiębiorcy* udziałów w spółce Media Tak Sp. z o.o. działającej na rynku reklamy i reprezentującej prasę regionalną na rynku reklamy ogólnopolskiej. Pozostałe udziały posiada Polskapresse (*tajemnica przedsiębiorcy*) oraz spółka Lanzelot Hirtreiter Unternehmensberater GmbH, które stanowią jej własność powierniczą w rozumieniu prawa niemieckiego.

Poza rynkiem medialnym, grupa Orkla działa w Polsce na rynku przetwórstwa spożywczego (grupa Orkla Foods).

1.2 Działalność Orkla na terenie Polski na rynku wydawnictw prasowych

Norweska spółka Orkla Media AS z siedzibą w Norwegii oraz jej podmiot zależny Orkla Press Polen AS z siedzibą w Norwegii są, poprzez spółki zależne udziałowcami w 10 regionalnych

polskich gazetach codziennych, w jednym dzienniku ogólnopolskim - „Rzeczpospolita” oraz w dwóch tygodnikach lokalnych - tabela poniżej.

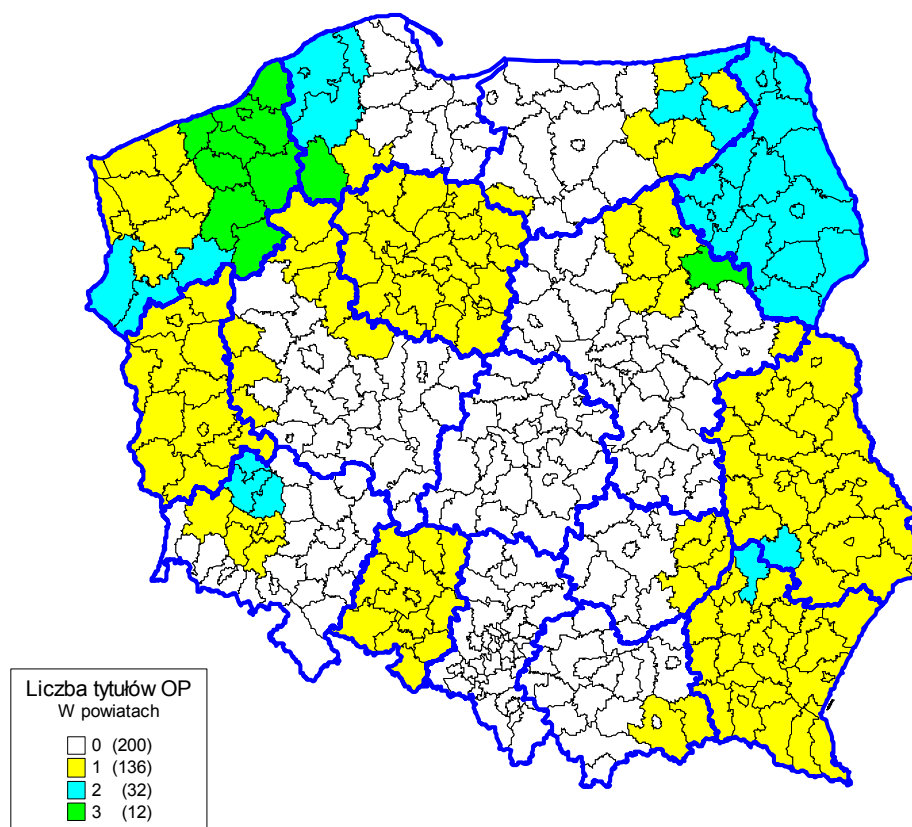
Tabela 1

Wykaz wydawanych tytułów przez grupę Orkla

Lp.	Wydawnictwo (posiadany udział w %)	Nazwa tytułu	Częstotliwość	Zasięg
1.	„Presspublika” Sp. z o.o. <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Rzeczpospolita	dziennik ogólnopolski	ogólnokrajowy
	Edytor Press Sp. z o.o. <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Dziennik Wschodni	dziennik regionalny	woj. lubelskie
	Agencja Wydawniczo – Handlowa „Edytor” SA <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Kurier Poranny	dziennik regionalny	woj. podlaskie oraz częściowo warmińsko-mazurskie
	Gazeta Pomorska Media Sp. z o.o. <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Gazeta Pomorska	dziennik regionalny	woj. kujawsko-pomorskie, częściowo pomorskie, wielkopolskie i warmińsko mazurskie
	Kresy BO Sp. z o.o. <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Gazeta Współczesna	dziennik regionalny	woj. podlaskie, powiat giżycki, olecki, Ełk, Pisz, Kętrzyn, Mrągowo
	R-Press Sp. z o.o. (65%)	Nowiny	dziennik regionalny	woj. podkarpackie, świętokrzyskie, małopolskie, lubelskie
	Pro Media Sp. z o.o. <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Nowa Trybuna Opolska	dziennik regionalny	woj. opolskie
	Wydawnictwo Lubpress (pośrednio i bezpośrednio) <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Gazeta Lubuska	dziennik regionalny	woj. lubuskie oraz powiaty graniczące z nim w woj. zachodnio-pomorskim, wielkopolskim i dolnośląskim
	Tygodnik Ostrołęcki <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Tygodnik Ostrołęcki	tygodnik regionalny	woj. mazowieckie
	Szczecin Press Sp. z o.o. <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Głos Szczeciński i Głos Pomorza	dziennik regionalny	woj. zachodnio-pomorskie i pomorskie
	Dziennikarska Oficyna Wydawnicza Rondo Sp. z o.o. <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Głos Koszaliński/Słupski	dziennik regionalny	woj. pomorskie i zachodniopomorskie
	Śląski Dom Wydawniczy Media & Press Sp. z o.o. <i>(tajemnica przedsiębiorcy)</i>	Konkrety	tygodnik regionalny	woj. dolnośląskie

Schemat 1 Schemat grupy kapitałowej Orkla – część medialna tajemnica przedsiębiorcy

Obszar, na którym obecnie są wydawane gazety regionalne należące do grupy kapitałowej Orkla w ujęciu powiatowym



Wykres 1 tajemnica przedsiębiorcy

Wykres 2 tajemnica przedsiębiorcy

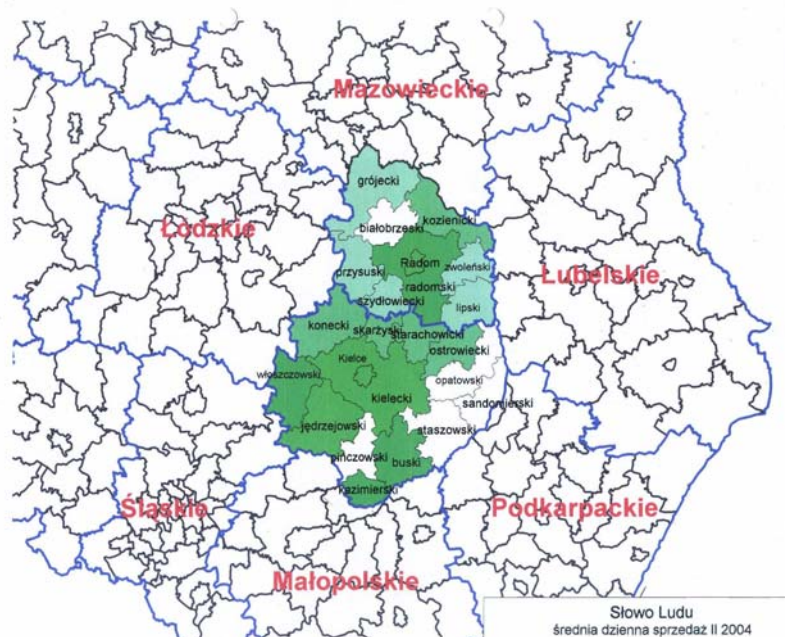
2/ Grupa Kapitałowa Pana Michała Sołowowa

Przedsiębiorcy kontrolowani przez Pana Michała Sołowowa:

tajemnica przedsiębiorcy

Tabela 2

Rok	Tytuł pisma	
	Słowo Ludu	Echo Dnia
Sprzedaż egzemplarzy ilościowo		
2001	4.335.730	10.198.399
2002	4.313.273	10.409.983
2003	3.764.620	10.285.788
Przychód ze sprzedaży gazet		
2001	<i>tajemnica przedsiębiorcy</i>	<i>tajemnica przedsiębiorcy</i>
2002	<i>tajemnica przedsiębiorcy</i>	<i>tajemnica przedsiębiorcy</i>
2003	<i>tajemnica przedsiębiorcy</i>	<i>tajemnica przedsiębiorcy</i>

Obszar sprzedaży Słowa Ludu w układzie powiatowym

Obszar wydawania Echa Dnia i Słowa Ludu wykracza poza zasięg woj. świętokrzyskiego, jednakże na potrzeby niniejszej koncentracji będziemy posługiwali się umownie określeniem rynku geograficznego, jako rynku województwa świętokrzyskiego.

Grupa Pana Michała Sołowowa, poprzez spółkę Dom Prasowy Sp. z o.o. jest wydawcą dziennika Życie Warszawy ukazującego się na obszarze woj. mazowieckiego oraz tygodnika Kulisy ukazującego się na obszarze całego kraju. Poniżej przedstawiono dane dotyczące tej spółki.

Tabela 3 tajemnica przedsiębiorcy**Organ antymonopolowy zważył, co następuje:**

Rynek dzienników można podzielić na następujące segmenty:

- rynek dzienników o zasięgu ogólnokrajowym,
- rynek dzienników o zasięgu regionalnym.

Podział taki jest uzasadniony przede wszystkim ze względu na różnice wynikające z treści gazet ogólnokrajowych i regionalnych. Gazety codzienne o zasięgu regionalnym w zasadniczej części zawierają informacje lokalne - dotyczące regionu, na którym się ukazuje dany tytuł. Oprócz takich informacji gazety regionalne zawierają również opis najważniejszych wydarzeń krajowych, ale w zdecydowanie mniejszym zakresie niż dzienniki ogólnopolskie. Dodatkowo należy zauważyć, iż codzienna gazeta regionalna nie może być porównywana z codzienną gazetą ogólnokrajową z uwagi na ograniczony zasięg ukazywania się. Jest ona dostępna jedynie na niewielkim obszarze kraju, z reguły odpowiadającemu powierzchni jednego województwa, bądź regionu charakteryzującego się np. odrębną historią, tradycjami bądź kulturą. Tym samym należy stwierdzić, iż zarówno zawartość, jak i obszar ukazywania się, /a co za tym idzie ograniczony krąg odbiorców/ danych tytułów prasowych pozwala na określenie na rynku dzienników dwóch odrębnych produktowo i geograficznie rynków właściwych.

Podobnym podziałom podlega bardzo ściśle powiązany z rynkiem prasy, rynek sprzedaży reklamy prasowej. Również w tym przypadku należy oddzielić rynek sprzedaży powierzchni

reklamowej w dziennikach regionalnych od rynku sprzedaży powierzchni reklamowej w dziennikach o zasięgu krajowym. Wynika to przede wszystkim z faktu, iż inni reklamodawcy zainteresowani są zakupem powierzchni reklamowej, która dotrze do różnych grup docelowych w całym kraju, natomiast inni będą zainteresowani tym, aby reklama ich produktu dotarła jedynie do odbiorców z danego regionu. Wiąże się to też bardzo ściśle z wysokością budżetu reklamowego, który trafia do poszczególnych wydawców. Zdecydowana większość dużych kampanii reklamowych przeznaczona jest do gazet ogólnokrajowych.

Najsilniejszymi grupami kapitałowymi wydającymi dzienniki są:

- Agora (Gazeta Wyborcza – dziennik o zasięgu ogólnopolskim zawierający dodatki regionalne),
- Orkla (10 dzienników regionalnych + Rzeczpospolita - dziennik ogólnopolski),
- Polskapersse (wydawca lub współwydawca 10 dzienników regionalnych),
- ZPR (Super Express - dziennik ogólnopolski),
- Axel Springer - od niedawna działający na rynku dzienników w Polsce (wydawca Faktu).

Obecnie w Polsce jest wydawanych kilkanaście dzienników o zasięgu ogólnokrajowym, zajmujących się różnorodną tematyką – od tematyki ogólnej, polityki, ekonomii, gospodarki, prawa - do sportu. Poniższa tabela przedstawia wykaz tytułów, wydawców i tematykę gazet.

Tabela 4

Dzienniki o zasięgu ogólnokrajowym

Lp.	Wydawnictwo	Tytuł	Tematyka
1.	Agora S.A.	Gazeta Wyborcza	Ogólna, polityka, ekonomia
2.	Wydawnictwo Spes Sp. z o.o.	Nasz Dziennik	Ogólna, polityka, Kościół Rzymskokatolicki
3.	Parkiet Sp. z o.o.	Gazeta Giełdy Parkiet	Gospodarka, biznes, handel, ekonomia
4.	Bonnier Business Polska Sp. z o.o.	Puls Biznesu	Gospodarka, biznes, handel, ekonomia
5.	Presspublica Sp. z o.o.	Rzeczpospolita	Ogólna, polityka, ekonomia
6.	Marquard Sport Media Sp. z o.o.	Dziennik Sportowy – Przegląd Sportowy Dziennik Sportowy – Tempo Sport	Sport
7.	Media Express Sp. z o.o.	Super Express	Ogólna, polityka, ekonomia
8.	Ad Novum Sp. z o.o.	Trybuna	Ogólna, polityka, ekonomia
9.	Dom Wydawniczy Życie Sp. z o.o.	Życie	Ogólna, polityka, ekonomia
10.	Wydawnictwo Infor Sp. z o.o.	Gazeta Prawna	Prawo, ekonomia, gospodarka
12.	Axel Springer	Fakt ¹	Ogólna, polityka, ekonomia

Na rynku prasy codziennej regionalnej, obok niewielkich wydawców, działają dwie duże grupy kapitałowe norweska Orkla, wydawca 10 dzienników o zasięgu regionalnym, oraz niemiecka Polskapersse, wydawca 10 dzienników regionalnych.

Porównanie niektórych danych ekonomicznych czterech największych wydawców prasy codziennej o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym.

Istotnym, z punktu widzenia oceny rynku prasy codziennej w Polsce, jest porównanie niektórych danych dotyczących największych wydawców gazet – Agory, Orkli, Polskapersse

¹ Od października 2003 r.

Wykres 6 Sprzedaż dzienników (wartościowo) czterech największych wydawców w 2002 r. tajemnica przedsiębiorcy

Wykres 7 Przychód z reklamy czterech największych wydawców dzienników w 2002 r. tajemnica przedsiębiorcy

Należy także nadmienić, iż zarówno na rynku dzienników o zasięgu krajowym, jak i rynku dzienników o zasięgu regionalnym pojawiają się zauważalne zmiany związane z ekspansywnym wejściem nowego tytułu - gazety Fakt, dziennika o zasięgu ogólnokrajowym, która spowodowała znaczny spadek sprzedaży dzienników nie tylko ogólnokrajowych, ale także regionalnych.

	II kwartał 2004 r.	II kwartał 2003	
Fakt	522,9 tys.	–	
Gazeta Wyborcza	465,0 tys.	403,4 tys.	(15,3 proc.)
Rzeczpospolita	184,8 tys.	188,5 tys.	(-2 proc.)
SuperExpress	230,4 tys.	262,4 tys.	(-12,2 proc.)
Tytuły Polskapresse	436,4 tys.	530,5 tys.	(-17,7 proc.)
Tytuły Orkli	333,5 tys.	350,0 tys.	(-4,7 proc.)

Łączna sprzedaż gazet lokalnych i regionalnych spadła w pierwszym półroczu tego roku o ponad 17 proc. (z 1,29 mln egzemplarzy do 1,07 mln egzemplarzy).

źródło: Gazeta Wyborcza

Poniżej przedstawiono dane porównujące średnią sprzedaż dzienną w styczniu i lutym 2003 i 2004 roku. Dane te obrazują, w jakim stopniu ukazanie się nowego dziennika ogólnopolskiego wpłynęło na poziom sprzedaży gazet z regionu woj. świętokrzyskiego. Gazeta Fakt weszła na rynek pod koniec 2003 r.

Tabela 5

Tytuł	I-II 2003	I-II 2004
woj. podkarpackie		
Gazeta Codzienna Nowiny	35.281	36.997
Echo Dnia	3.031	2.633
woj. świętokrzyskie		
Gazeta Codzienna Nowiny	103	80
Echo Dnia	25.143	23.039
Słowo Ludu	10.157	7.976
woj. mazowieckie		
Gazeta Codzienna Nowiny	47	38
Echo Dnia	5.08.	4.402
Słowo Ludu	3.406	2.741

Mając na uwadze, iż przedmiotowa transakcja dotyczy rynku województwa świętokrzyskiego, poniżej zostają przedstawione dane dotyczące rynku dzienników w tym województwie.

Tabela 6

Rynek gazet codziennych na obszarze województwa świętokrzyskiego

Tytuł gazety	Rozpowszechnianie – średnia dzienna sprzedaż		
	2001	2002	2003
Echo Dnia	25.195	26.107	25.851
Słowo Ludu	12.085	10.998	9.573
Gazeta Wyborcza	8.524	7.938	7.964
Świętokrzyska Gazeta Bezpłatnych Ogłoszeń - Anonse	0	4.023	10.976
Super Nowości	554	831	53
Gazeta Codzienna Nowiny	184	135	103
Gazeta Krakowska	184	174	9
Sport	61	56	48
Radomska Gazeta Bezpłatnych Ogłoszeń - Anonse	0	5	13
Lubelska Gazeta Bezpłatnych Ogłoszeń - Anonse	0	3	13
Życie Warszawy	6	5	1
Podkarpacka Gazeta Bezpłatnych Ogłoszeń - Anonse	0	0	9

Tabela 7

Tytuł gazety	udziały w rynku mierzone średnią dzienną sprzedażą w 2003 r.
Echo Dnia	59,5%
Słowo Ludu	22%
Gazeta Wyborcza	18,5%

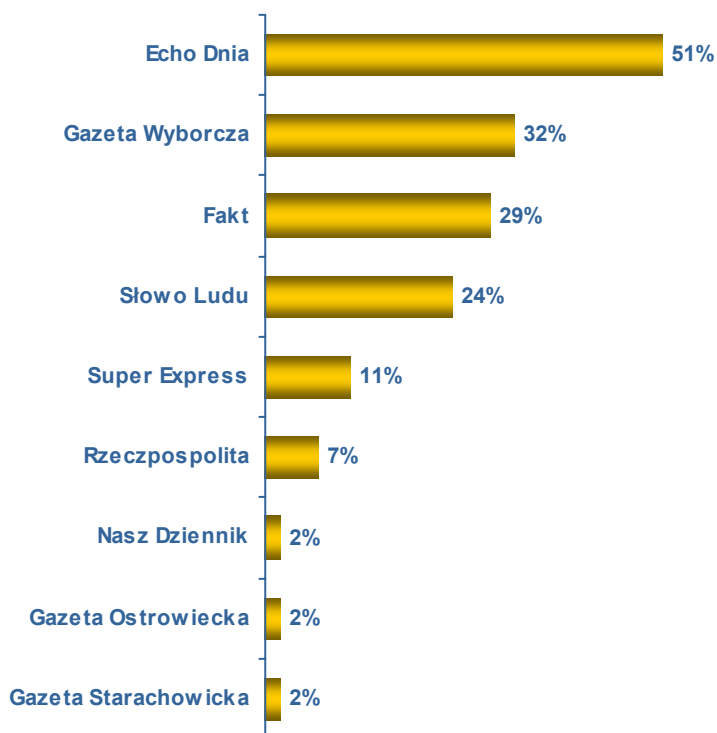
Rynek reklamy prasowej na obszarze województwa świętokrzyskiego.

Udział procentowy w rynku reklamy w województwie świętokrzyskim w roku 2003 wyniósł dla Słowa Ludu *tajemnica przedsiębiorcy*, a dla Echa Dnia *tajemnica przedsiębiorcy*.

Wykres 8 Przychód z reklamy na obszarze województwa świętokrzyskiego² tajemnica przedsiębiorcy

² Na podstawie danych zebranych przez Delegaturę UOKiK w Łodzi

**Czytelnictwo dzienników na obszarze woj. świętokrzyskiego (badanie Pentor)
/czerwiec 2004/**



Organ antymonopolowy zważył, co następuje:

I. Rynki, na które koncentracja wywiera wpływ.

Mając na uwadze definicje rynków, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w załączniku do rozporządzenia Rady Ministrów w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. z 2002r., Nr 86, poz. 334), organ antymonopolowy uznał, iż:

A/ Brak jest rynków, na które przedmiotowa koncentracja wywierałaby wpływ **w układzie horyzontalnym**.

Orkla oraz dwie spółki należące do grupy Pana Michała Sołowowa – Słowo Media i Echo Media nie prowadzą działalności na wspólnych rynkach geograficznych. Zasadniczym obszarem działalności Słowa Media i Echa Media jest woj. świętokrzyskie, wraz z ościennymi powiatami należącymi do województw mazowieckiego i podkarpackiego. Dotychczasowy zasięg działalności Orkli pokrywa się z obszarem dystrybucji Echa Dnia i Słowa Ludu jedynie na terytorium 7 powiatów woj. świętokrzyskiego i podkarpackiego.

B/ Zgodnie z twierdzeniami Zgłaszającego, mając na uwadze zakres działalności zarówno Orkli, jak i spółek Słowo Media oraz Echo Media, należy stwierdzić, iż w powyższej transakcji nie ma rynku właściwego, na który ta koncentracja wywierałaby wpływ **w układzie wertykalnym**.

C/ Istnieją rynki, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym, są to rynki dzienników regionalnych ukazujących się na obszarze poniżej wymienionych województw.

1. Województwo podlaskie

Czytelnictwo gazet:

Tytuł	2003	2004
Kurier Poranny	24,15%	22,19%
Gazeta Współczesna	26,11%	38,10%
Gazeta Wyborcza	13,46%	16,45%

Średnia sprzedaż dzienna – dzienniki należące do Orkli oraz konkurenci

Tytuł	2001	2002	2003	udział w rynku dzienników regionalnych w 2003 r.
Kurier Poranny	19.968	19.347	17.692	82,6%
Gazeta Współczesna	16.903	19.456	18.170	
Gazeta Wyborcza	8.992	7.769	7.552	17,4%

2. Województwo opolskie

Czytelnictwo gazet:

Tytuł	2003	2004
Nowa Trybuna Opolska	46,18%	50,67%
Dziennik Zachodni	1,16%	0,33%
Gazeta Wyborcza	13,25%	17,32%

Średnia sprzedaż dzienna – dzienniki należące do Orkli oraz konkurenci

Tytuł	2001	2002	2003	udział w rynku dzienników regionalnych w 2003 r.
Nowa Trybuna Opolska	37.947	36.719	37.286	83,6%
Dziennik Zachodni	118	73	101	0,2%
Gazeta Wyborcza	8.241	7.263	7.118	16,0%

3. Województwo lubuskie

Czytelnictwo gazet:

Tytuł	2003	2004
Gazeta Lubuska	47,36%	59,07%
Gazeta Wyborcza	11,68%	12,55%

Średnia sprzedaż dzienna – dzienniki należące do Orkli oraz konkurenci

Tytuł	2001	2002	2003	udział w rynku dzienników regionalnych w 2003 r.
Gazeta Lubuska	52.387	49.908	48.019	82,6%
Gazeta Wyborcza	7.784	7.132	7.048	17,4%

4. Województwo kujawsko-pomorskie

Czytelnictwo gazet:

Tytuł	2003	2004
Gazeta Pomorska	46,8%	40,71%
Nowości Gazeta Pomorza i Kujaw	16,37%	16,73%
Express Bydgoski	22,70%	14,85%
Gazeta Wyborcza	15,02%	16,56%

Średnia sprzedaż dzienna – dzienniki należące do Orkli oraz konkurenci

Tytuł	2001	2002	2003	udział w rynku dzienników regionalnych w 2003 r.
Gazeta Pomorska	98.800	88.020	93.937	72,4%
Nowości Gazeta Pomorza i Kujaw	40.768	40.188	36.267	
Express Bydgoski	32.940	32.187	28.874	16,1%
Gazeta Wyborcza	18.002	18.352	20.797	11,5%

5. Woj. Lubelskie

Średnia sprzedaż dzienna – dzienniki należące do Orkli oraz konkurenci

Tytuł	2001	2002	2003	udział w rynku dzienników regionalnych w 2003 r.
Dziennik Wschodni	25.443	25.906	22.065	44,2%
Kurier Lubelski	18.787	16.478	14.168	28,4%
Gazeta Wyborcza	15.888	13.917	13.716	27,4%

6. Woj. Zachodniopomorskie

Średnia sprzedaż dzienna – dzienniki należące do Orkli oraz konkurenci

Tytuł	2001	2002	2003	udział w rynku dzienników regionalnych w 2003 r.
Kurier Szczeciński	37.775	36.910	34.047	33,3%
Głos Koszaliński/ Głos Słupski	25.924	24.440	22.659	49,4%
Głos Szczeciński	21.376	21.133	19.332	
Głos Pomorza	8.170	7.914	7.800	
Gazeta Lubuska	1.046	904	756	16,6%
Gazeta Wyborcza	18.310	16.994	16.933	
Dziennik Bałtycki	460	599	741	

7. Woj. Podkarpackie

Średnia sprzedaż dzienna – dzienniki należące do Orkli oraz konkurenci

Tytuł	2001	2002	2003	udział w rynku dzienników regionalnych w 2003 r.
Gazeta Codzienna Nowiny	36.552	37.747	34.581	49,1%
Super Nowości	25.040	35.033	26.601	37,7%
Gazeta Wyborcza	10.472	9.248	9.265	13,2%

II. Ocena skutków koncentracji.

Przepis art. 17 ustawy antymonopolowej stanowi, że Prezes UOKiK wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, w wyniku której konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji na rynku.

Organ antymonopolowy uznał, że przedmiotowa koncentracja spełnia wskazane powyżej kryteria ustawowe. Przyjmując niniejsze stanowisko, Prezes UOKiK miał na względzie w szczególności, iż:

- brak jest rynków właściwych, na które koncentracja mogłaby wywierać wpływ w ujęciu horyzontalnym i wertykalnym,
- koncentracja polega na nabyciu przez Orklę udziałów w spółkach, które wydają dwa dzienniki regionalne na obszarze woj. świętokrzyskiego oraz niektórych powiatów ościennych. Stan konkurencji na tak wyznaczonym obszarze nie ulegnie zasadniczo zmianie, ponieważ prawo do wydawania Słowa Ludu i Echa Dnia nabędzie wydawca, który nie posiada dziennika regionalnego, ukazującego się na obszarze woj. świętokrzyskiego. **Status quo na obszarze woj. świętokrzyskiego zostanie utrzymane na takim poziomie jak sprzed koncentracji.**
- istnieje wprawdzie 7 rynków konglomeratowych; jednakże brak jest dowodów wskazujących na to, iż zgłoszona koncentracja negatywnie wpłynie na konkurencję na obszarze tych 7 województw. Przy ocenie wpływu transakcji na rynki konglomeratowe, należy podkreślić odmiennosc dzienników regionalnych ukazujących się w różnych województwach. Wpływ na taki stan ma fakt, iż w gazetach regionalnych umieszczane są przede wszystkim wiadomości o charakterze lokalnym oraz ogłoszenia i reklamy dotyczące danego regionu, które nie będą w obrębie zainteresowań osób z innych regionów. Innym aspektem sprawy jest możliwość umieszczania reklam o charakterze ogólnopolskim w gazetach regionalnych. Analizując sytuację na rynku reklamy prasowej widać silną pozycję Agory (wykres 7). Pozycja dwóch głównych przedsiębiorców działających na rynku prasy codziennej regionalnej, czyli Orkli i Polskapresse, jest dużo słabsza. Przyczyn takiej sytuacji można doszukiwać się także w fakcie, iż reklama ogólnopolska jest umieszczana przez reklamodawców chętniej w gazetach o zasięgu krajowym niż regionalnym. Odpowiedzią na taki stan jest poszukiwanie przez wydawców prasy regionalnej sposobów zachęcenia reklamodawców do umieszczania reklam w ich gazetach. Z tego powodu Polskapresse i Orkla założyły spółkę **Media Tak Sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie. Oferuje ona możliwość umieszczania reklam ogólnopolskich w kilkudziesięciu gazetach regionalnych (nie tylko należących do tych dwóch grup kapitałowych). Przychód z reklamy ogólnopolskiej uzyskiwanej dzięki Media Tak sp. z o.o. w przypadku Orkli wyniósł w 2001 r. niecałe *tajemnica przedsiębiorcy*, w 2002 r. ok. *tajemnica przedsiębiorcy*, a w 2003 r. ok. *tajemnica przedsiębiorcy*. Zatem głównym źródłem przychodu z reklamy w gazetach regionalnych należących do Orkli ciągle jest przychód z reklamy regionalnej.

Pomimo bardzo wysokiego poziomu wskaźnika czytelnictwa dzienników regionalnych³, w dalszym ciągu dotarcie gazet regionalnych do reklamodawców ogólnopolskich jest trudne. Mimo tego, iż wydawcy dzienników regionalnych występują z łączną ofertą reklamową do reklamodawców ogólnopolskich, ich przychód z tego rodzaju sprzedaży jest nadal na niskim poziomie.

³ Czytelnictwo gazet regionalnych w Polsce wśród osób stale czytających gazety codzienne wynosi 51% (badanie Pentor). We wszystkich województwach z wyjątkiem mazowieckiego pierwszym tytułem jest dziennik regionalny.

Wobec powyższego orzeczono jak w sentencji.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

*Z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów*

podpisał
Dyrektor
Departamentu Ochrony Konkurencji
Piotr Mück

Otrzymuje:

Pan

Dariusz Krupa

Orkla Press Polska Sp. z o.o.

ul. Domaniewska 41 Budynek Orion III p.

02-672 Warszawa

pełnomocnik:

Dolnośląskiego Wydawnictwa Prasowego Sp. z o.o.

ul Podwale 53 A

50-039 Wrocław