



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, dnia 26.02.2003 r.

DDF1-411/44/02/MP

DECYZJA nr DDF - 9/03

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 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Metsä Tissue Oyj z siedzibą w Finlandii pośredniej kontroli nad Krapex Sp. z o.o. z siedzibą w Krapkowicach.

UZASADNIENIE

W dniu 23 grudnia 2002 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „organem antymonopolowym”, wszczął na złożony w terminie wniosek, postępowanie antymonopolowe 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 ze zm.), zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji”, w sprawie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Metsä Tissue Oyj z siedzibą w Finlandii, zwaną dalej „Metsä” pośredniej kontroli nad „Krapex” Sp. z o.o. z siedzibą w Krapkowicach, zwaną dalej „Krapex”.

Z uzyskanych od Metsä informacji wynika, że łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji - w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia zamiaru koncentracji - przekroczył 50 mln EURO, natomiast Krapex w każdym z dwóch lat poprzedzających zgłoszenie zamiaru koncentracji uzyskał na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej obrót przekraczający 10 mln EURO. Jednocześnie udział w rynku przedsiębiorców zamierzających dokonać przedmiotowej koncentracji przekracza 20%. Wobec spełnienia przesłanek art. 12 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 oraz niewystąpienia żadnej z przesłanek wymienionych w art. 13 pkt 1 lit. a) i pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji, na przedsiębiorcy przejmującym kontrolę spoczywał obowiązek zgłoszenia organowi antymonopolowemu zamiaru niniejszej transakcji.

W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

Uczestnicy koncentracji

Metsä prowadzi działalność na następujących rynkach:

- produktów z bibułki (papier toaletowy, ręczniki papierowe, chusteczki higieniczne i kosmetyczne, chusteczki do rąk, ściereczki do czyszczenia, serwetki), które sprzedaje w krajach Unii Europejskiej i krajach Europy Środkowo – Wschodniej,
- papierów tłuszczoodpornych (papierów do pieczenia i gotowania), które sprzedaje na całym świecie. Głównymi rynkami zbytu są kraje skandynawskie oraz kraje Europy Kontynentalnej.

W Polsce Metsä prowadzi działalność za pośrednictwem czterech spółek zależnych: Metsä Tissue S.A. w Konstancinie – Jeziornej i Zakładów Papierniczych w Krapkowicach S.A., zajmujących się produkcją artykułów z bibułki, Metsä Tissue Sales S.A. prowadzącej sprzedaż produktów Metsä oraz Metsä Service Sp. z o.o. w Konstancinie – Jeziornej świadczącej usługi serwisowe dla spółek z grupy kapitałowej.

Krapex nie należy do żadnej grupy kapitałowej ani nie posiada spółek zależnych. Działa na krajowym rynku produktów z bibułki (papier toaletowy, ręczniki papierowe, chusteczki higieniczne).

Opis i przyczyny transakcji

Przedmiotowa transakcja polegać będzie na przejęciu przez Metsä pośredniej kontroli nad Krapex, poprzez zwiększenie posiadanej (pośrednio) ilości udziałów spółki Krapex z 47% do 85%. Obecnie Metsä posiada za pośrednictwem spółki zależnej ZP Krapkowice 47% kapitału zakładowego Krapex. W wyniku przedmiotowej koncentracji nabędzie poprzez spółkę zależną Metsä Tissue S.A. dodatkowe 38% kapitału zakładowego Krapex od pięciu dotychczasowych wspólników.

Po dokonaniu koncentracji struktura własności w Krapex będzie wyglądała następująco:

- ZP Krapkowice – 47%,
- Metsä Tissue S.A. – 38%,
- Janusz Fałek – 15%.

Jak podaje Metsä przedmiotowa koncentracja pozwoli na uporządkowanie stanu stosunków własnościowych w Krapex, umożliwiając obniżenie kosztów operacyjnych jej uczestników. Ponadto przyczyni się do rozwoju kompleksowej oferty dla klientów instytucjonalnych na rynku produktów z bibułki, których potrzeby są często bardzo zindywidualizowane w zakresie specyfikacji wyrobów.

Rynek właściwy, na który koncentracja wywiera wpływ

W myśl art. 4 pkt 8 ustawy o ochronie konkurencji, 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 dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

Biorąc pod uwagę określone wyżej kryteria ustawowe organ antymonopolowy uznał, iż rynkiem właściwym w aspekcie produktowym jest rynek produktów z bibułki ogółem wraz z wchodzącym w jego skład subrynkiem papieru toaletowego, zaś w aspekcie geograficznym rynek krajowy. Wprawdzie polski rynek produktów z bibułki nie jest chroniony cłami, co może być przejawem otwartości tego rynku, jednakże z uwagi na niewielki import tych asortymentów (ok. 5% łącznego importu branży papierniczej) oraz odmienność preferencji konsumentów, która przejawia się niskim zużyciem (ok. 25% zużycia krajów Unii Europejskiej), za rynek właściwy w aspekcie geograficznym należy uznać rynek krajowy.

Z danych i informacji dostarczonych przez stronę przedmiotowego postępowania wynika, iż udział w rynku (w ujęciu ilościowym) uczestników postępowania w 2001 r. kształtował się następująco:

| Wyszczególnienie | Metsä | Krapex | Udział łączny |
|---------------------------|------------------------------|--------|---------------|
| produkty z bibułki ogółem | [tajemnica przedsiębiorstwa] | | |
| papier toaletowy | | | |

Z powyższego wynika, iż przedmiotowa koncentracja ma wpływ na krajowy rynek produktów z bibułki, w szczególności subrynek papieru toaletowego. Wpływ ten ujawnia się w układzie horyzontalnym (poziomym), gdyż przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji

zaangażowani są na tym samym rynku produktowym, a łączny udział przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji na tak wyznaczonym rynku przekracza 20%.

Struktura rynku właściwego, na który koncentracja wywiera wpływ

Najbardziej znaczącą kategorią rynku artykułów z bibułki jest papier toaletowy, stanowiący w ujęciu wartościowym 57% rynku (według danych firmy MEMRB), kolejną są chusteczki jednorazowe osiągające 25% udziału pod względem wartości sprzedaży, zaś pozostałe kategorie nie przekraczają progu 10% - ręczniki kuchenne obejmują 7% rynku, a serwetki 5%.

W segmencie papierów higienicznych potencjał polskich fabryk przewyższa popyt krajowego rynku. Jednocześnie zarówno produkcja jak i zużycie tych artykułów należą do najniższych w Europie - statystyczny Polak zużywa ok. 3,5 kg papierowych wyrobów higienicznych rocznie, podczas gdy np. w Niemczech i we Francji zużycie to sięga 15 kg, a w krajach skandynawskich 18 kg. Rynek produktów z bibułki charakteryzuje niewielka lojalność w stosunku do marek produktów. Podczas podejmowania decyzji klienci kierują się głównie jakością oraz ceną, natomiast w znacznie mniejszym stopniu popularną marką bądź producentem. Rynek ten charakteryzuje ciągły wzrost, oprócz ilościowego rozwoju następuje również rozwój w zakresie jakości produktów. Coraz większą część sprzedaży stanowią produkty o wyższej jakości. Według opinii ekspertów tej branży w kolejnych latach należy spodziewać się dalszej tendencji wzrostowej, co ilustruje poniższa tabela:

Zużycie papierów higienicznych w Polsce (w tys. ton)

| Wyszczególnienie | 2000 r. | 2005 r. | 2010 r. |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| papiery higieniczne | 149 | 203 | 278 |

Źródło: Stowarzyszenie Papierników Polskich, prognoza z września 2000 r.

Niski popyt w Polsce na wyroby z bibułki spowodował nasilenie eksportu, mimo jego niższej rentowności. Dynamika eksportu znacznie przewyższała dynamikę importu. Według danych firmy BOSS eksport artykułów z bibułki stanowi ok. 25% łącznego eksportu branży papierniczej, zaś import ok. 5%. Wyroby z bibułki importowane są do Polski z krajów Unii Europejskiej (m.in. Niemiec, Włoch, Szwecji, Austrii, Belgii i Holandii) oraz ze Słowacji i Czech.

W wyniku koncentracji w latach poprzednich krajowe zakłady papiernicze zostały przejęte przez działające w skali międzynarodowej koncerny papiernicze. Konkurencję dla uczestników koncentracji stanowią więc następujący przedsiębiorcy:

- **International Paper** (International Paper - Klucze S.A., Klucze), producent wyrobów pod marką Velvet – według danych MEMRB ma ok. 25% udziału w rynku produktów z bibułki ogółem i ok. 17% w rynku papieru toaletowego,
- **SCA Hygiene Products** (SCA Hygiene Products Sp. z o.o., Warszawa), producent wyrobów pod marką Zewa, posiadający 16% udziału w rynku (według danych MEMRB z marca - kwietnia 2000 r.). Udział grupy w rynku papieru toaletowego wyniósł w 2001 r. ok. 6% (według danych MEMRB). SCA Hygiene Products rozbudowuje fabrykę w Oławie, budując jeden z największych i najnowocześniejszych zakładów produkujących chusteczki higieniczne,
- **Hanke Tissue** (Hanke Tissue Sp. z o.o., Kostrzyn n. Odrą) - według danych MEMRB ma 6% udziału w rynku i jest producentem wyrobów z bibułki pod marką Aha, który jako pierwszy wprowadził na rynek kolorowe papiery perfumowane,
- Fabryka S.A., Miechowice, producent papieru toaletowego pod marką OCH w różnych kolorach oraz asortyment produktów pod marką Ufne (papier toaletowy i ręczniki papierowe). Spółka posiada 6% udziału w rynku produktów z bibułki (dane według MEMRB).

Ponadto na tym rynku prowadzą działalność małe lokalne zakłady papiernicze produkujące głównie produkty na bazie makulatury.

Na podstawie materiału zebranego w sprawie i powyższych ustaleń organ antymonopolowy zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 17 ustawy o ochronie konkurencji organ antymonopolowy 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 tym rynku nie zostanie istotnie ograniczona. Zgodnie z art. 4 pkt 9 tej ustawy przez pozycję dominującą rozumie się 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%.

Dokonane ustalenia wskazują, że w wyniku planowanej koncentracji jej uczestnicy osiągną udział w rynku produktów z bibułki wynoszący ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], zaś w subryнку papieru toaletowego ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Przedmiotowa koncentracja spowoduje umocnienie pozycji na rynku produktów z bibułki o [tajemnica przedsiębiorstwa], a na subryнку papieru toaletowego o ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Zaprezentowana struktura podmiotowa rynku właściwego wskazuje, iż obecne są na nim, obok małych lokalnych zakładów, silne międzynarodowe koncerny działające w branży papierniczej, mogące zwiększyć poziom sprzedaży w odpowiedzi na próbę stosowania zawyżonych cen czy ograniczania dostaw przez łączących się przedsiębiorców. Zatem na omawianym rynku uczestnicy koncentracji stykają się z istotną konkurencją. Ponadto rynek wyrobów z bibułki wykazuje tendencję wzrostową i ma przed sobą duże perspektywy rozwoju, a wejścia na ten rynek nie ograniczają bariery prawne, celne ani brak dostępu do źródeł zaopatrzenia (celuloza będąca podstawowym surowcem do produkcji jest ogólnodostępna). Zatem przedmiotowa koncentracja nie wpłynie na znaczną zmianę struktury tego rynku, a w konsekwencji nie powstanie pozycja dominująca i nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji.

Biorąc powyższe pod uwagę należy przyjąć, iż przedmiotowy zamiar koncentracji spełnia przesłanki art. 17 ustawy o ochronie konkurencji, stąd orzeczono jak w sentencji.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji 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 daty jej doręczenia.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor
Departamentu Instytucji Finansowych
Usług i Rolnictwa
Marek Wojtkiewicz

Otrzymuje:
Metsä Tissue Oyj, Finlandia