



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, dnia 13.07.2004 r.

DOK3-421/3/04/MB

**DECYZJA nr DOK - 60/04**

Na podstawie art. 17 w związku z art. 12 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Żywiec Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, polegającej na przejściu przez Żywiec Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie kontroli nad „LOCO – Bożena Kolasińska” z siedzibą w Wołominie.

**UZASADNIENIE**

W dniu 2 marca 2004 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „organem antymonopolowym”, wszczął na wniosek Żywiec Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, zwanej dalej „Żywiec Trade”, 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. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.), zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji”, postępowanie antymonopolowe w sprawie koncentracji, polegającej na przejściu przez Żywiec Trade kontroli nad „LOCO – Bożena Kolasińska” z siedzibą w Wołominie, zwanej dalej „LOCO”.

Z uzyskanych od strony informacji wynika, że łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji - w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia zamiaru koncentracji - przekroczył 50 mln EURO, natomiast LOCO w każdym z dwóch lat poprzedzających zgłoszenie zamiaru koncentracji uzyskała na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej obrót przekraczający 10 mln EURO. Wobec spełnienia przesłanek art. 12 ust. 1 i ust.

2 pkt 2 oraz niewystąpienia przesłanek wymienionych w art. 13 ustawy o ochronie konkurencji, na przedsiębiorcy przejmującym kontrolę spoczywał obowiązek zgłoszenia organowi antymonopolowemu zamiaru niniejszej transakcji.

### **Organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:**

#### Uczestnicy koncentracji

**Żywiec Trade** należy do grupy Heineken, będącej międzynarodowym producentem i dystrybutorem piwa, na czele której stoi Heineken N.V. z siedzibą w Holandii. W Polsce grupa Heineken posiada bezpośrednio i pośrednio spółki zależne, tworzące Grupę Żywiec, które zajmują się produkcją piwa, tj.: Browary Żywiec S.A. w Warszawie, Elbrewery Company Ltd. Sp. z o.o. w Elblągu, Browary Warka Sp. z o.o. w Warce, Bracki Browar Zamkowy w Cieszynie Sp. z o.o. w Cieszynie oraz spółkę Brau Union Polska Sp. z o.o. w Warszawie, posiadającą browar „Kujawiak” Browary Bydgoskie Sp. z o.o. w Bydgoszczy, oraz kontrolującą Browary Warszawskie Królewskie S.A. w Warszawie, która prowadzi jeden browar.. Ponadto w ramach Grupy Żywiec prowadzi działalność 13 spółek dystrybucyjnych (zwanym „trades”) w tym m.in. Żywiec Trade, dostarczających produkty do wszystkich kanałów dystrybucyjnych i posiadających łącznie 64 oddziały zlokalizowane w całym kraju.

**Żywiec Trade** jest spółką bezpośrednio zależną od Żywiec Trade Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Żywcu i prowadzi działalność w zakresie dystrybucji piwa na obszarze województwa mazowieckiego, osiągając w 2003 r. ilościowy udział w tym rynku na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa]. Dodać należy, że System dystrybucji piwa stosowany przez Żywiec Trade nie ogranicza się do własnych marek, ale jest otwarty dla produktów innych browarów.

**LOCO** jest formą działalności gospodarczej prowadzonej przez osobę fizyczną – Panią Bożeną Kolasińską, nie należy do żadnej grupy kapitałowej ani nie posiada podmiotów zależnych. LOCO zajmuje się hurtową sprzedażą napojów alkoholowych, oferując piwo różnych producentów, w tym również Grupy Żywiec (sprzedaż produktów Grupy Żywiec stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] oferty LOCO) i Grupy Brau Union (sprzedaż produktów Grupy Brau Union stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] oferty LOCO). Działalność prowadzi głównie w obrębie województwa mazowieckiego, na którego obszarze szacunkowy ilościowy udział w rynku wyniósł w 2003 r. [tajemnica przedsiębiorstwa].

## Opis i przyczyny transakcji

Przedmiotowa transakcja polegać będzie na przejęciu przez Żywiec Trade kontroli nad LOCO poprzez nabycie części majątku (środki trwale używane do prowadzenia dystrybucji piwa) i części „prawa do rynku”, rozumianego jako prawo kontynuowania dotychczasowej działalności dystrybucyjnej, oraz wydzierżawienie magazynów i biur wraz z przyległymi placami manewrowo- składowymi.

Jak wskazuje zgłaszający transakcja jest [tajemnica przedsiębiorstwa].

W ocenie zgłaszającego zamiar, dokonanie planowanej koncentracji pozwoli [tajemnica przedsiębiorstwa].

## 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).

Przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji prowadzą działalność na wspólnym rynku produktowym, którym jest rynek sprzedaży piwa, jednakże na różnych szczeblach tej sprzedaży, a między uczestnikami istnieją wzajemne powiązania w zakresie kupna – sprzedaży. Natomiast wspólnym rynkiem geograficznym jest zarówno rynek krajowy, jak również rynek lokalny, obejmujący województwo mazowieckie.

Z danych i informacji przekazanych przez stronę postępowania wynika, iż w 2003 r. szacunkowy ilościowy udział uczestników koncentracji w krajowym rynku sprzedaży piwa kształtował się następująco:

[tajemnica przedsiębiorstwa]

natomiast szacunkowy ilościowy udział w rynku lokalnym, obejmującym województwo mazowieckie, w 2003 r., wyniósł:

[tajemnica przedsiębiorstwa]

Zaprezentowana wielkość udziału w rynku LOCO uwzględnia również sprzedaż produktów grupy Heineken. Z powyższego wynika, iż przedmiotowa koncentracja ma wpływ

na krajowy rynek piwa, przy czym wpływ ten ujawnia się w układzie wertykalnym (pionowym), gdyż przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji zaangażowani są na tym samym rynku produktowym, który dla uczestników koncentracji jest równocześnie rynkiem zakupu lub sprzedaży, a ich łączny udział na tak wyznaczonym rynku przekracza 30%.

Z uwagi na prowadzenie przez uczestników koncentracji działalności na różnych szczeblach obrotu, a także na fakt sprzedaży przez LOCO produktów Heinekena oraz zaopatrywanie się Żywiec Trade w produkty oferowane przez LOCO, wielkość udziału w rynku dystrybucji piwa grupy Heineken w wyniku omawianej koncentracji nie zwiększy się o udział LOCO.

#### Struktura rynku właściwego, na który koncentracja wywiera wpływ

W wyniku przekształceń własnościowych w krajowe browarnictwo zainwestowali inwestorzy zagraniczni, którzy kontrolują obecnie ponad 90% rynku produkcji piwa w Polsce. Inwestycje te przyczyniły się do podniesienia poziomu technologicznego produkcji i modernizacji branży, w wyniku czego produkcja piwa w Polsce w latach 1990-2001 wzrosła ponad dwukrotnie, co sprawiło, że krajowy rynek piwa znajduje się w zaawansowanej fazie rozwoju. Biorąc jednak pod uwagę obecny poziom rocznej konsumpcji piwa w Polsce – ok. 72 litry na osobę, będący na znacznie niższym poziomie niż w krajach sąsiednich (Czechy, Niemcy), należy przypuszczać, że rynek ten będzie się dalej rozwijał, ale ze zmniejszającą się dynamiką, wynoszącą kilka procent rocznie.

Z przeprowadzonego przez organ antymonopolowy w I półroczu 2003 r. badania rynku piwa wynika, iż browary w Polsce podzielić można na trzy grupy, w zależności od wielkości produkcji, tj.: **duże** produkujące powyżej 1000 tys. hl, **średnie** z produkcją między 101 tys. hl a 1000 tys. hl i **małe**, które produkują do 100 tys. hl piwa rocznie.

Do pierwszej grupy, która wyprodukowała w 2002 r. [tajemnica przedsiębiorstwa] piwa zaliczają się spółki:

- Grupa Żywiec z udziałem w krajowym rynku piwa wynoszącym w 2002 r. [tajemnica przedsiębiorstwa]
- Kompania Piwowarska S.A. w Poznaniu, należąca do południowoafrykańskiej Grupy SAB (South African Breweries), której udział w krajowym rynku piwa (wraz z podmiotami zależnymi) w 2002 r. wyniósł [tajemnica przedsiębiorstwa], a po nabyciu w I półroczu 2003 r. Browaru Dojlidy Sp. z o.o. w Białymstoku jej udział zwiększył się do [tajemnica przedsiębiorstwa],

- Carlsberg Okocim S.A. w Warszawie, należąca do duńskiej Grupy Carlsberg, która w 2002 r. wraz z podmiotami zależnymi posiadała [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w rynku piwa w Polsce,
- Brau Union Polska Sp. z o.o. w Warszawie (obecnie należąca do grupy Heineken) z udziałem w polskim rynku piwa wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa].

Łącznie grupa tzw. dużych browarów w 2002 r. posiadała [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w krajowym rynku piwa.

Grupa tzw. średnich producentów łącznie w 2002 r. wyprodukowała [tajemnica przedsiębiorstwa] piwa, co stanowiło [tajemnica przedsiębiorstwa] rynku. Największymi producentami piwa w tej grupie są: Browar Belgia Sp. z o.o. w Kielcach, Perła Browary Lubelskie S.A. w Lublinie i Browar Łomża Sp. z o.o. w Łomży.

Trzecią grupę producentów piwa stanowią tzw. małe browary, których roczna produkcja nie przekracza 100 tys. hl, przy czym w 2002 r. najmniejszy browar z tej grupy wyprodukował [tajemnica przedsiębiorstwa] piwa, największy zaś ok. 86 tys. hl. W 2002 r. browary te wyprodukowały [tajemnica przedsiębiorstwa] piwa. Łączny udział przedsiębiorców z tej grupy w krajowym rynku piwa nieznacznie przekracza [tajemnica przedsiębiorstwa].

Biorąc pod uwagę cechy produktu, rynek piwa w Polsce można podzielić na trzy segmenty: piwa regularne, piwa mocne oraz piwa specjalistyczne (owocowe). Piwa regularne stanowią ok. 80% rynku piwa w Polsce, piwa mocne ok. 18%, pozostałą część rynku stanowią piwa specjalistyczne, które systematycznie zyskują na popularności.

Intensywność sprzedaży piwa w kraju nie jest jednakowa w każdym regionie. I tak największa sprzedaż piwa ma miejsce w woj. śląskim (ok. 18%), woj. mazowieckim (ok. 17%), woj. małopolskim (ok. 7%) i woj. wielkopolskim (ok. 8%).

Krajowy rynek odbiorców piwa jest zróżnicowany i rozproszony. Szacuje się, że na rynku tym funkcjonuje około 1-2 tysięcy hurtowni, 100 tysięcy sklepów mających koncesję na sprzedaż piwa oraz kilkadziesiąt tysięcy lokali gastronomicznych. Podmioty te konkurują ze sobą, a stopień konkurencji jest przeważnie determinowany obszarem działania poszczególnych firm. Typowymi odbiorcami piwa są:

- duża hurtownia – dystrybucja na terenie od kilku powiatów do kilku województw, sprzedaż roczna od kilkudziesięciu do kilkuset tys. hl,
- mała hurtownia (tzw. podhurt) – dystrybucja na terenie do kilku powiatów, sprzedaż roczna od kilku do kilkudziesięciu tys. hl,

- sieci handlowe – kilka / kilkanaście punktów sprzedaży detalicznej, należącej do jednego właściciela lub powiązanych wzajemną umową, różny poziom sprzedaży rocznej w zależności od wielkości i zasięgu geograficznego sieci,
- gastronomia – puby i restauracje, oferujące głównie piwo w pojemnikach typu KEG, ale również w butelkach i puszkach, sprzedaż roczna od kilkudziesięciu do kilkuset hl.

Grupa Żywiec prowadzi dystrybucję własnych marek piwa za pośrednictwem swoich spółek zależnych działających na terenie całego kraju. Każda z tych spółek prowadzi działalność na wyznaczonym dla niej obszarze. Na terenie województwa mazowieckiego usługi dystrybucyjne świadczy Żywiec Trade.

Import piwa do Polski w 2002 r. był niewielki i wyniósł [tajemnica przedsiębiorstwa]. Najważniejszymi kierunkami importu piwa do Polski były: Dania (ok. 28%), Niemcy (ok. 26%), Czechy (ok. 23%) i Holandia (ok. 13%).

Zgodnie z art. 17 ustawy o ochronie konkurencji organ antymonopolowy 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. 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%.

Oceniając wpływ planowanej koncentracji na stan konkurencji na krajowym i lokalnym rynku dystrybucji piwa, organ antymonopolowy uwzględnił następujące przesłanki:

- strukturę podmiotową rynku - na rynku tym funkcjonuje kilkudziesięciu producentów piwa, w tym przedsiębiorcy o znacznym potencjale produkcyjnym, ok. 1-2 tysięcy hurtowni, ok. 100 tysięcy sklepów mających koncesję na sprzedaż piwa oraz kilkadziesiąt tysięcy lokali gastronomicznych co powoduje, iż konsumenci mają zapewnione alternatywne źródła zaopatrzenia i swobodę wyboru;
- udział w rynku łączących się przedsiębiorców - w wyniku planowanej koncentracji wielkość udziału w rynku dystrybucji piwa grupy Heineken nie zwiększy się o udział LOCO, a tym samym nie osiągnie w mazowieckim rynku dystrybucji piwa udziału rodzącego domniemanie uzyskania pozycji dominującej (ponad 40%);
- występowanie konkurencji zarówno w skali całego kraju, jak również na rynkach lokalnych, w tym na rynku mazowieckim.

W świetle powyższego brak jest podstaw do stwierdzenia, iż w wyniku przedmiotowej koncentracji konkurencja zarówno na krajowym jak i na lokalnym rynku dystrybucji piwa zostanie istotnie ograniczona, a Żywiec Trade osiągnie na rynku lokalnym pozycję umożliwiającą mu działanie w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów. Przedmiotowy zamiar koncentracji spełnia zatem przesłanki art. 17 ustawy o ochronie konkurencji, stąd orzeczono jak w sentencji.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. 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

Otrzymuje:  
**Żywiec Trade Sp. z o.o., Warszawa**