

**Prezes
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów**

Delegatura Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
w m. st. Warszawie

RWA- 54/15/1354/2000/IP

Warszawa, dn. 27 kwietnia 2001r.

DECYZJA Nr RWA – 28/2001

Na podstawie art. 85 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2000 r. Nr. 122, poz. 1319), w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, **odmawia się** wszczęcia na wniosek Pana Włodzimierza Kalabarczyka prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Hurtownia Książek „Power” z siedzibą w Toruniu postępowania antymonopolowego przeciwko spółce Polanglo Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

UZASADNIENIE

W dniu 18 grudnia 2000 r. do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury w m.st. Warszawie wpłynął wniosek Pana Włodzimierza Kalabarczyka zam. w Toruniu, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwa Hurtownia Książek „Power” (zwanego dalej Wnioskodawcą) o wszczęcie postępowania administracyjnego w sprawie stosowania przez spółkę POLANGLO Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (zwaną dalej również Spółką) praktyk monopolistycznych polegających na nadużywaniu pozycji dominującej na rynku poprzez:

- podział rynku według kryteriów terytorialnych;
- sprzedaż książek w sposób powodujący uprzywilejowanie niektórych przedsiębiorców;
- narzucanie uciążliwych warunków umów, przynoszących Spółce, nieuzasadnione korzyści;
- uzależnianie zawarcia umowy od przyjęcia lub spełnienia przez drugą stronę innego świadczenia nie związanego z przedmiotem umowy, którego nie przyjęłaby lub nie spełniłaby mając zapewnioną możliwość wyboru;
- nieuczciwe oddziaływanie na kształtowanie cen, w tym cen odsprzedaży, oraz sprzedaż poniżej kosztów w celu eliminacji konkurentów, co może stanowić naruszenie art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 24 lutego 1990 roku o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym i ochronie interesów konsumentów (Dz. U. Nr 52, poz. 547 z późn. zm.)** Z dniem 1 kwietnia 2001 roku

weszła w życie ustawa z dnia 15 grudnia 2000 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319). Zgodnie z art. 117 tej ustawy traci moc ustawa z dnia 24 lutego 1990 roku o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym i ochronie interesów konsumentów..

W uzasadnieniu wniosku Wnioskodawca podnosi, że POLANGLO Sp. z o.o. jest jedynym i wyłącznym importerem na rynek polski materiałów do nauki języka angielskiego Oxford Press English Language Teaching wydawnictwa Oxford University Press.

Spółka jako wyłączny importer podzieliła kraj na rejony pokrywające się z województwami i zawiera umowy z dealerami na wyłączną dystrybucję produktów ww. wydawnictwa. Będąc wyłącznym importerem przedmiotowego wydawnictwa, spółka POLANGLO Sp. z o.o. steruje rynkiem stosując przywileje dla podmiotów powiązanych z nią kapitałowo.

Zdaniem Wnioskodawcy, Spółka wykorzystuje swoją silną pozycję na rynku wydawniczym do narzucania uciążliwych warunków umów dla swoich kontrahentów. Czyni to między innymi poprzez zobowiązanie dealerów do stosowania sztywnych stawek rabatów, gdy tymczasem sama stosuje rabaty dowolne. Dealer ma do wyboru przyjąć narzucone mu warunki albo utracić źródło zaopatrzenia w książki wydawnictwa Oxford University Press. Spółka ogranicza również zamówienia dla podmiotów niezależnych. W ten sposób m.in. doprowadziła do tego, że Wnioskodawca w okresie od 1 września 2000 r. do 3 września 2000 r. nie posiadał na składzie najbardziej popularnych tytułów, pomimo tego że pozycje te zalegały w magazynach Spółki. Wnioskodawcy ograniczono nawet zakup towarów za gotówkę.

Wnioskodawca podnosi ponadto, iż spółka POLANGLO Sp. z o.o. będąc powiązana kapitałowo ze spółką LANGPOL Sp. z o.o. uzależnia swoją sprzedaż od dokonania zakupów w spółce LANGPOL Sp. z o.o. W celu eliminacji podmiotów nie stosujących się do narzucanych przez Importera warunków, udziela on spółkom zależnym rabaty okazjonalne nawet dla indywidualnych odbiorców, sięgające 40 % wartości katalogowej.

W opinii Wnioskodawcy powyższe praktyki monopolistyczne stosowane przez Spółkę godzą w konkurencję na rynku wydawnictw do nauki języków obcych i zagrażają przedsiębiorcom funkcjonującym na tym rynku. Poprzez sterowanie rynkiem zagrażają bezpośrednio interesom konsumentów, którzy nie mają możliwości nabywania wyrobów spoza struktur stworzonych przez LANGPOL Sp. z o.o. Do wniosku załączono umowę z dnia 1 stycznia 1999 roku zawartą pomiędzy Spółką a Wnioskodawcą. Przedmiotem tej umowy jest prowadzenie przez DEALERA (Wnioskodawcę) dystrybucji materiałów Oxford University Press English Language Teaching wprowadzanych do obrotu handlowego przez POLANGLO.

Działając na podstawie art. 21 ust. 4 ustawy o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym i ochronie interesów konsumentów Prezes Urzędu zawiadomił Wnioskodawcę, iż nie wszczyna się postępowania antymonopolowego w sprawie

stosowania przez Spółkę praktyk monopolistycznych, określonych w art. 5 ust. 1 ww. ustawy (pismo UOKiK z dnia 17 stycznia 2001 r.)

W uzasadnieniu swojego stanowiska Prezes Urzędu podkreślił, iż po rozważeniu fundamentalnej kwestii dla wszczęcia postępowania antymonopolowego, jaką jest posiadanie na rynku pozycji dominującej przez przedsiębiorcę, któremu zarzucane jest stosowanie praktyk monopolistycznych, pozycji takiej nie można przypisać spółce POLANGLO Sp. z o.o. Prezes Urzędu zaakcentował, iż pozycja i siła rynkowa Spółki nie może być rozpatrywana, jak chce tego Wnioskodawca, wyłącznie w relacji importer materiałów danego wydawcy – dealerzy. Rynek właściwy w zgłoszonej sprawie nie może ograniczać się wyłącznie do rynku dostawców materiałów wydawnictwa Oxford University Press. Pozycję Spółki, jako importera materiałów do nauki języka angielskiego ww. wydawnictwa powinno się rozpatrywać na rynku znacznie szerszym, ograniczonym do materiałów do nauki języka angielskiego. Za takim ujęciem rynku przemawia substytucyjność przedmiotowych materiałów.

Prezes Urzędu stwierdził, iż wobec istnienia na rynku wydawnictw materiałów do nauki języka angielskiego wielu oferentów – dostawców tych materiałów, co stanowi fakt powszechnie znany, nie można Spółce przypisywać posiadania pozycji dominującej na rynku, a zatem stawiać zarzuty stosowania praktyk monopolistycznych objętych treścią art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym i ochronie interesów konsumentów. Stąd wniosek o wszczęcie postępowania antymonopolowego należało uznać za bezzasadny.

Wnioskodawca pismem z dnia 2 lutego 2001 r. potrzymał żądanie wszczęcia postępowania antymonopolowego. Wnioskodawca podważył zasadność rozszerzenia

w przedmiotowej sprawie pojęcia rynku właściwego do rynku sprzedaży materiałów do nauki języka angielskiego. W opinii Wnioskodawcy, na rynku wydawnictw do nauki języka angielskiego znaczącą rolę odgrywają jedynie dwa wydawnictwa tj. Oxford University Press i Pearson Education. Jego zdaniem pozostałe funkcjonujące na rynku wydawnictwa nie znajdują na tyle dużego popytu, aby mogły być uznane za konkurencję.

Na dowód swoich twierdzeń załącza informacje na temat udziału sprzedaży materiałów poszczególnych wydawnictw w ogólnym wolumenie sprzedaży za 1999 i 2000 rok dla Hurtowni Książek „Power” oraz Księgarni „Books”.

Przykładowo dla Hurtowni Książek „Power” udziały te kształtowały się w 2000 roku następująco:

- Oxford University Press – 64,52 %;
- Pearson Education – 16,65 %;
- Cambridge University Press – 3,12 %;
- Macmillan – 7,24 %;
- Express Publishing – 7,73 %;
- Penguin – 0,68 %;
- LTP – 0,06 %.

Nadto Wnioskodawca upatruje siły rynkowej spółki POLANGLO Sp. z o.o.

w powiązaniach kapitałowych ze spółką LANGPOL Sp. z o.o. i innymi podmiotami zależnymi. Spółka LANGPOL Sp. z o.o. bezpośrednio uczestniczy w rynku prowadząc sprzedaż na własny rachunek, podczas gdy w tym samym czasie Spółka posługując się ograniczeniami rabatowymi mimo wzrostu sprzedaży, utrudnia dostęp podmiotom niezależnym do rynku. W przedstawionych wyżej warunkach swoboda wyboru partnera handlowego jest bardzo ograniczona, a w przypadku Wnioskodawcy stała się niemożliwa, gdyż wszelkie próby kontaktowania się z innymi dostawcami spotykają się z natychmiastowymi restrykcjami. Przejawem restrykcji jest np. rozwiązanie umowy bez wypowiedzenia pomimo braku formalnych podstaw.

Pismem z dnia 1 marca 2001 roku Wnioskodawca przekazał do Urzędu publikacje z pisma „Biblioteka analiz” nr 3/2001 z dnia 5 lutego 2001 pt.: „Oxford University Press rozmowa z Katarzyną Barczyńską” oraz „Książki do nauki języka angielskiego. Kryzys czy rozwój?”, które uwidaczniają udziały poszczególnych wydawnictw w krajowym rynku podręczników do nauki języka angielskiego oraz opisują zmiany jakie na tym rynku zachodzą.

Z załączonej publikacji wynika, iż najsilniejszą pozycję na polskim rynku podręczników do nauki języka angielskiego posiada wydawnictwo Pearson Education (ok. 32 % udziału). Oxford University Press posiada pozycję drugą z udziałem ok. 30 % w rynku. Ok. 11 % posiada wydawnictwo Express Publishing. Ok. 9 % udział w rynku ma oficyna Macmillan Heinemann. Na pozostałe 18 % składają się udziały takich firm jak: Cambridge University Press, Wydawnictwo Szkolne PWN, Felberg, MAC, Juka, WSiP, Delta Publishing czy MM Publications.

W piśmie z dnia 12 kwietnia 2001 roku Wnioskodawca podkreśla, iż spółka POLANGLO Sp. z o.o. w celu eliminacji konkurentów z coraz większym nasileniem steruje rynkiem poprzez stosowanie bardzo wysokich a przez to nieuczciwych rabatów.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył co następuje.

Z dniem 1 kwietnia 2001 roku weszła w życie ustawa z dnia 15 grudnia 2000 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319), która zastąpiła ustawę z dnia 24 lutego 1990 roku o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym i ochronie interesów konsumentów.

Zgodnie z art. 8 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest nadużywanie pozycji dominującej na rynku właściwym przez jednego lub kilku przedsiębiorców.

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 (art. 4 pkt 8 ww. ustawy).

Jako 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% (art. 4 pkt 9 ww. ustawy).

W niniejszej sprawie za rynek właściwy pod względem przedmiotowym (produktowym) należy uznać rynek materiałów do nauki języka angielskiego. Towary te bowiem ze względu na tożsame przeznaczenie (podręczniki, ćwiczenia do nauki języka angielskiego), zbliżoną cenę oraz porównywalną jakość uznawane są przez nabywców za substytuty. Podobne cechy i funkcje użytkowe zarówno publikacji Oxford University Press, jak i pozostałych wydawców, sprawiają, iż publikacje te stanowią towary substytutowe, tak więc istnieje swoboda ich wzajemnej zamiany.

Nie można zgodzić się z twierdzeniem Wnioskodawcy, jakoby publikacje Oxford University Press, których wyłącznym dystrybutorem na terenie Polski jest spółka POLANGLO Sp. z o.o. w Warszawie, nie posiadały żadnych odpowiedników, a tym samym uznać za zasadne zawężenie rynku właściwego tylko i wyłącznie do ww. publikacji. Publikacje te nie posiadają żadnych cech odróżniających je od materiałów wydawanych przez innych wydawców w stopniu, który pozwoliłby na stwierdzenie, iż dla potrzeb postępowania antymonopolowego powinny być umiejscowione na odrębnym rynku właściwym. Zresztą sam Wnioskodawca nie próbuje nawet wykazać takich cech. Przeciwnie podtrzymując żądanie wszczęcia postępowania, przedstawiając dane odnośnie udziału sprzedaży poszczególnych podręczników w ogólnym wolumenie sprzedaży, publikacje Oxford University Press wymienia obok publikacji konkurencyjnych tj.: materiałów Pearson Education, Cambridge University Press, Macmillan, Express Publishing, Penguin, czy LTP. Nie mu tu żadnego znaczenia, iż w danym okresie sprzedaż u Wnioskodawcy publikacji Oxford University Press była największa. Świadczy to jedynie o uznaniu dla tych publikacji przez określoną grupę klientów Wnioskodawcy. W żadnej mierze o nie oznacza to ich odmienności (braku substytutowości) w stosunku do pozostałych materiałów do nauki języka angielskiego, które, jak wynika z informacji przekazanych przez Wnioskodawcę, również znajdują swoich nabywców.

Za rynek właściwy po względem przestrzennym (geograficznym) należy uznać rynek krajowy. Terytorium Polski jest bowiem obszarem, na którym warunki konkurencji, odnoszące się do towarów, jakimi są materiały do nauki języka angielskiego, są zbliżone.

Tak więc rynkiem właściwym w przedmiotowej sprawie jest krajowy rynek materiałów do nauki języka angielskiego.

Niezbędnym warunkiem dla postawienia przedsiębiorcy zarzutu naruszenia przytoczonego wyżej art. 8 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest

posiadanie przez niego pozycji dominującej na rynku właściwym.

Stosowne dane określające udziały poszczególnych wydawnictw w krajowym rynku materiałów do nauki języka angielskiego przedstawił sam Wnioskodawca w piśmie z dnia 1 marca 2001 roku.

Wynika z nich niezbicie, iż najsilniejszą pozycję na polskim rynku podręczników do nauki języka angielskiego z udziałem ok. 32 % posiada wydawnictwo Pearson Education. Oxford University Press, którego publikacje dystrybuuje spółka POLANGLO Sp. z o.o. posiada pozycję drugą z udziałem ok. 30 % w rynku. Ok. 11 % posiada wydawnictwo Express Publishing. Ok. 9 % udział w rynku ma oficyna Macmillan Heinemann. Na pozostałe 18 % składają się udziały innych, wymienionych wcześniej, konkurentów.

Zobrazowana wyżej struktura krajowego rynku materiałów do nauki języka angielskiego niezbicie wskazuje, iż rynek ten jest silnie konkurencyjny. Żaden z przedsiębiorców działających na tym rynku nie ma możliwości działania w znaczny stopniu niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów. Posiadany przez spółkę POLANGLO Sp. z o.o. ok. 30 % udział w rynku nie umożliwia jej zapobieganie skutecznej konkurencji. Spółka musi liczyć się przede wszystkim

z największym swoim konkurentem, a przy tym najsilniejszym podmiotem na rynku tj. Pearson Education. Niewątpliwie również na zachowanie rynkowe Spółki w tym stosowaną przez nią strategię marketingową wpływ mają też pozostali uczestnicy analizowanego rynku, zarówno ci o większej sile rynkowej, jak Express Publishing i Macmillan Heinemann, jak i ci o udziałach małych bądź znikomych. Co więcej poza faktem, iż Spółka nie jest najsilniejszym podmiotem na ww. rynku, posiada udział daleko odbiegający od udziału 40 % - progu domniemania prawnego w przedmiocie istnienia dominacji rynkowej.

Pozwala to uznać, iż spółka POLANGLO Sp. z o.o. nie posiada pozycji dominującej na rynku.

Zgodnie z art. 85 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może, w drodze decyzji odmówić wszczęcia postępowania antymonopolowego, jeżeli w sposób oczywisty z zawartych we wniosku oraz posiadanych przez Prezesa Urzędu informacji wynika, że nie naruszono zakazu określonego w art. 5, w zakresie niewyłączonym na podstawie art. 6 i 7, lub zakazu określonego w art. 8.

Jak wykazano w niniejszej decyzji z zawartych we wniosku informacji w sposób oczywisty wynika, iż spółka POLANGLO Sp. z o.o. nie posiada pozycji dominującej na rynku, a w konsekwencji nie narusza zakazu określonego w art. 8 ww. ustawy.

Wobec powyższego orzeka się, jak w sentencji.

Od decyzji niniejszej przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Antymonopolowego w terminie dwutygodniowym od dnia doręczenia decyzji, za pośrednictwem niniejszej Delegatury.

Otrzymuje:

Pan

Włodzimierz Wiśniewski

Pełnomocnik Wnioskodawcy

Kancelaria Prawnicza „Ad Rem” s. c.

M. Przybysz, K. Sieczko i W. Wiśniewski

ul. Pod Krzywą Wierzą 10/6

87-100 TORUŃ