



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DOK3-421/5/05/EP

Warszawa, 2005-04-01

Decyzja DOK Nr - 30/2005

Na podstawie art. 17 w związku z art. 12 ust.1 i 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.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego z wniosku „Real,- Sp. z o. o. i Spółka” Spółka Komandytowa z siedzibą w Warszawie, **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez „Real,- Sp. z o. o. i Spółka” Spółka Komandytowa z siedzibą w Warszawie kontroli nad częścią przedsiębiorcy Ahold Polska Sp. z o. o. z siedzibą w Krakowie.

Uzasadnienie

W dniu 4 marca 2005 r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegającej na przejęciu przez „Real,- Sp. z o. o. i Spółka” Spółka Komandytowa z siedzibą w Warszawie (dalej jako „Real”), kontroli nad częścią przedsiębiorcy Ahold Polska Sp. z o. o. z siedzibą w Krakowie (dalej jako „Ahold Polska”) poprzez nabycie części jego majątku.

W związku z tym, iż:

- spełnione zostały niezbędne przesłanki uzasadniające obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji, bowiem łączny obrót członków grup kapitałowych uczestników koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekraczał wartość określoną w art. 12 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003 r. nr 86, poz. 804 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji”, tj. 50 mln euro,

- przejęcie kontroli nad częścią przedsiębiorcy poprzez nabycie części jego majątku jest jednym ze sposobów koncentracji określonym w art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji,
- nie występuje w tej sprawie żadna okoliczność z katalogu przesłanek, wymienionych w art. 13 ustawy o ochronie konkurencji, powodująca odstąpienie od konieczności zgłoszenia zamiaru koncentracji,

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej jako „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) w dniu 4 marca 2005 r. wszczął - na podstawie art. 44 ust. 1 w związku z art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji – postępowanie w niniejszej sprawie, o czym - zgodnie z art. 61 § 4 kpa - zawiadomił stronę pismem z dnia 9 marca 2005 r.

Przyczyny i zakres koncentracji

Zgłoszona koncentracja zostanie dokonana na podstawie „Przedwstępnej Umowy Sprzedaży Wybranych Aktywów, w tym Przeniesienia Praw i Zobowiązań Wynikających z Określonych Umów” zawartej pomiędzy bezpośrednimi uczestnikami koncentracji, tj. Real i Ahold Polska. Na podstawie powyższej umowy Real nabędzie: prawa i obowiązki z umowy najmu obiektu usytuowanego w Tychach, ul. Bielska 107, w którym prowadzony jest hipermarket pod nazwą „Hypernova”, prawa z innych umów dotyczących ww. obiektu (umowy podnajmu, umowy serwisowe), wyposażenie hipermarketu i znajdujące się w nim zapasy, łącznie zwane dalej „hipermarket Hypernova”.

Bezpośrednią przyczyną transakcji jest decyzja Real o przejęciu hipermarketu „Hypernova” w Tychach, który nie został ostatecznie zakupiony przez Carrefour Polska Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie w wykonaniu umowy sprzedaży zawartej pomiędzy Carrefour Polska Sp. z o. o. i Ahold Polska (decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów DOK Nr – 15/2005 z dnia 7 lutego 2005 r.). Jak deklaruje zgłaszający zamiar koncentracji, jej celem jest wzmocnienie obecności Real na rynku polskim.

Po stronie Ahold Polska omawiana transakcja stanowi realizację decyzji podjętej przez Grupę Ahold o skoncentrowaniu działalności w Polsce na rozwoju sieci supermarketów i hipermarketów kompaktowych, co oznacza wycofanie się ze sprzedaży prowadzonej w hipermarketach. Dodatkowo transakcja umożliwi Grupie Ahold redukcję zadłużenia. Po realizacji powyższej umowy Ahold Polska będzie posiadała 170 supermarketów i 12 kompaktowych hipermarketów (obiekty o powierzchni sprzedażowej wynoszącej od 2.000 do 3.000 m², otwierane w mniejszych miastach o liczbie mieszkańców poniżej 60 tys.), w których będzie prowadziła działalność gospodarczą na terenie Polski.

Uczestnicy koncentracji

Real należy do jednego z największych międzynarodowych koncernów handlowych – Grupy Metro, która powstała w 1996 r. z siedzibą w Dusseldorfie w Niemczech. Grupa Metro prowadzi obecnie działalność w 30 krajach w Europie i w Azji Wschodniej. Spółki należące do Grupy Metro prowadzą działalność w formie sieci dystrybucyjnych funkcjonujących w ramach jednego z sześciu segmentów sprzedaży i sieci serwisowych. Spółki serwisowe realizują na rzecz poszczególnych sieci dystrybucyjnych i całego koncernu zadania w zakresie zaopatrzenia, logistyki, informatyki, reklamy oraz zarządzania odpadami i ochroną środowiska.

W Polsce Grupa Metro posiada 14 spółek zależnych, które prowadzą działalność poprzez 5 sieci dystrybucyjnych: Real, Makro Cash & Carry, Media Markt, Saturn i Praktiker oraz poprzez spółki świadczące usługi serwisowe na rzecz tych sieci:

- sieć Real prowadzi działalność polegającą na sprzedaży detalicznej artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku, z przewagą artykułów żywnościowych (45 000 pozycji asortymentowych), poprzez sieć 27 hipermarketów pod nazwą Real zlokalizowanych w 13 województwach (z wyjątkiem województwa lubuskiego, podlaskiego i podkarpackiego),
- sieć Makro Cash & Carry składa się z 21 centrów zaopatrzenia hurtowego. Asortyment hal Makro Cash & Carry obejmuje 15-20 tysięcy artykułów i jest dostosowany do potrzeb sklepów detalicznych, zakładów gastronomicznych, firm usługowych, urzędów itp. (tzw. "klient profesjonalny"). Oferta obejmuje m. in. artykuły żywnościowe, artykuły gospodarstwa domowego, zabawki, artykuły sportowe, narzędzia, elektronikę użytkową, artykuły samochodowe. Towary docierające od dostawców, trafiają prosto na półki w halach sprzedaży. Hale nie posiadają magazynów, a bieżące zapasy znajdują się na wysokich regałach, bezpośrednio nad półkami dostępnymi dla klientów. Zakupów dokonywać mogą wyłącznie posiadacze karty klienta, którymi mogą być: podmioty gospodarcze, osoby prowadzące działalność gospodarczą oraz instytucje i jednostki budżetowe różnego typu,
- sieć Media Markt to specjalistyczne markety o profilu elektronicznym, oferujące sprzęt komputerowy i fotograficzny, artykuły RTV i AGD, płyty, kasety i filmy oraz różnorodne akcesoria elektroniczne,

- sieć Saturn również prowadzi sprzedaż w specjalistycznych marketach elektronicznych, które oferują do 100 000 artykułów z takich dziedzin, jak: elektronika użytkowa, artykuły gospodarstwa domowego, Nowe Media, telekomunikacja, komputery i fotografia (sieci Media Markt i Saturn prowadzą łącznie 26 obiektów),
- sieć Praktiker to 16 marketów budowlanych, których oferta obejmuje materiały budowlane, elektronarzędzia, maszyny i narzędzia ogrodnicze, artykuły metalowe, elektryczne i oświetleniowe, sprzęt AGD, artykuły do wyposażenia i urządzania domu i mieszkania.

Na liście Top 50 największych firm handlowych w 2003 r. w Polsce, opracowanej przez redakcję „Handlu” i firmę Gfk Polonia („Handel” nr 6/2004), Grupa Metro zajmuje pierwsze miejsce ze względu na wielkość przychodów. Opublikowane przez „Handel” nr 4 z dnia 2 marca 2005 r. dane wskazują, że spośród sieci hipermarketów działających w Polsce Real zajmuje trzecie miejsce ze względu na posiadaną łączną powierzchnię sprzedaży, natomiast ze względu na liczbę posiadanych sklepów – miejsce czwarte.

Ahold Polska należy do holenderskiej Grupy, na czele której stoi Koninklijke Ahold N.V. Grupa prowadzi działalność w zakresie sprzedaży detalicznej artykułów konsumpcyjnych na rynkach krajów europejskich i w Stanach Zjednoczonych. Ahold Polska powstała w 1995 r. Obecnie zarządza 13 hipermarketami Hypernova i 170 supermarketami Albert. Do Ahold Polska należy spółka zależna Aper, która prowadzi działalność w zakresie zarządzania nieruchomościami.

Organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:

Jak wynika z opisu działalności przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji, prowadzą oni działalność polegającą na sprzedaży detalicznej artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku (w skrócie „AKCU”), a zatem dla przedmiotowej koncentracji za rynek właściwy w aspekcie produktowym należy uznać rynek sprzedaży tych artykułów.

Rynek sprzedaży detalicznej AKCU charakteryzuje się znaczną konkurencyjnością. Jego uczestnikami od strony popytowej są indywidualni klienci, którzy mogą dokonywać zakupów w obiektach handlowych o różnej skali działania, począwszy od małych sklepików i bazarów, poprzez duże sklepy, supermarkety, a skończywszy na hipermarketach. Wszystkie te formy sprzedaży detalicznej artykułów codziennego użytku stanowią dla siebie konkurencję, jednak znaczenie handlu nowoczesnego, tzn. realizowanego w obiektach wielkopowierzchniowych (hiper – i supermarkety oraz sklepy dyskontowe), stale rośnie

w porównaniu z handlem tradycyjnym. W Polsce w latach 2003-2004 udział tej formy handlu wzrósł do ok. 30% całkowitych obrotów uzyskiwanych ze sprzedaży AKCU na rynku krajowym („Handel” nr 4/2004). Na rynku tym obecnych jest 10 spośród największych europejskich sieci handlowych, w tym uczestnicy koncentracji. Osiągnęły one w 2003 r., według badań Gfk Polonia („Handel” nr 4/2004), następujące udziały w łącznych przychodach (dane estymowane) uzyskanych ze sprzedaży w należących do nich sklepach (hiper – i supermarketach oraz sklepach dyskontowych):

1. Tesco	ok. 15,5%,
2. Jeronimo Martins	ok. 15%,
3. Auchan	ok. 13,5%,
4. Carrefour	ok. 12,5%,
5. Geant	ok. 12%,
6. Real	ok. 9%,
7. Ahold	ok. 9%,
8. Leclerc	ok. 5,5%,
9. Intermarche	ok. 4%
10. Plus Discount	ok. 4%.

Przy określaniu pozycji rynkowej konkurentów na rynku sprzedaży AKCU realizowanej przez sieci handlowe na podstawie liczby posiadanych sklepów przedstawiona wyżej kolejność ulega nieznacznej zmianie, a mianowicie pozycję lidera zajmuje Tesco, a drugie miejsce przypada sieci Real. Aktualnie, w wyniku nabycia na początku 2005 r. przez Carrefour Polska Sp. z o. o. 12 hipermarketów Hypernova, sieć ta wyprzedziła Real w liczbie posiadanych wielkopowierzchniowych obiektów handlowych.

Określając rynek właściwy w aspekcie geograficznym należy wziąć pod uwagę, że uczestnicy koncentracji prowadzą działalność skierowaną bezpośrednio do konsumentów w formie sprzedaży detalicznej w wielkopowierzchniowych obiektach handlowych. Wpływ działalności dużego obiektu handlowego należy rozpatrywać z punktu widzenia uwarunkowań lokalnych, bowiem popyt na usługi sprzedaży detalicznej AKCU kreowany jest na niewielkim obszarze, na którym indywidualny klient może swobodnie się przemieszczać, nie ponosząc przy tym nadmiernych kosztów, ani nie poświęcając zbyt wiele czasu na zakupy. Przesądza to jednoznacznie kwestię określenia rynku właściwego w aspekcie geograficznym jako rynku lokalnego, a w praktyce szeregu rynków lokalnych, na których funkcjonują obiekty handlowe uczestników koncentracji. W badaniach rynków lokalnych

przeprowadzanych w krajach Unii Europejskiej (np. w Wielkiej Brytanii i w Niemczech) przyjmowano, na podstawie badania opinii konsumentów, że czas przeznaczony na dotarcie do placówek handlowych, w których dokonywane są zakupy artykułów codziennego użytku, nie powinien przekraczać 30 minut jazdy samochodem, co odpowiada w przybliżeniu odległości wynoszącej ok. 30 km.

Wobec powyższego w przypadku rozpatrywanej koncentracji, która polega na przejęciu przez Real jednego hipermarketu Hypernova znajdującego się w Tychach, za rynek właściwy w aspekcie geograficznym należy uznać rynek lokalny, który obejmuje swym zasięgiem obszar położony w promieniu ok. 30 min. jazdy samochodem od tego hipermarketu, bowiem tego obszaru dotyczyć będą skutki przedmiotowej koncentracji. Zastosowanie przedstawionych powyżej kryteriów wyznaczania rynku lokalnego, na którym prowadzą działalność obydwaj uczestnicy koncentracji, prowadzi do wniosku, że skutki przedmiotowej koncentracji dotyczą miasta Tychy i obszaru Górnośląskiego Okręgu Przemysłowego („GOP”), bowiem odległości pomiędzy Tychami i granicami GOP nie przekraczają 40 km. GOP jest największym w Polsce zespołem miejsko-przemysłowym położonym w północnej części Górnośląskiego Zagłębia Węglowego. Zespół ten obejmuje 14 dużych miast (tzw. konurbacja górnośląska): Będzin, Bytom, Chorzów, Czeladź, Dąbrowa Górnicza, Gliwice, Katowice, Mysłowice, Ruda Śląska, Siemianowice Śląskie, Sosnowiec, Świętochłowice, Tychy i Zabrze oraz otaczające je uprzemysłowione tereny. Miasta konurbacji połączone są gęstą siecią arterii komunikacyjnych kolejowych i drogowych. Tychy położone są w południowej części konurbacji.

Na rynku właściwym dla przedmiotowej koncentracji Real prowadzi 5 hipermarketów w następujących miastach: Bytom, Dąbrowa Górnicza, Zabrze, Czeladź, Mysłowice i Rybnik, natomiast nie posiada żadnego hipermarketu w Tychach.

Ahold Polska prowadzi w Tychach jeden hipermarket Hypernova, będący przedmiotem planowanej transakcji, oraz jeden supermarket Albert. Na obszarze GOP Ahold Polska nie posiada innych hipermarketów, prowadzi natomiast 41 supermarketów Albert.

Konkurencja ze strony placówek handlowych prowadzących działalność o podobnej skali kształtuje się następująco:

- w Tychach działają hipermarkety Tesco i Leclerc oraz
- 4 sklepy dyskontowe: 2 należące do sieci Biedronka oraz po jednym Leader Price i Lidl.

Na całym obszarze GOP podobnych sklepów działa ok. 200, w tym 23 hipermarkety.

Powyższe dane wskazują, że na rynkach Tych i GOP uczestnicy koncentracji spotykają się z istotną konkurencją. Dodać należy, że na powyższych rynkach lokalnych planowane są -

przez głównych uczestników rynku sprzedaży AKCU - otwarcia nowych placówek handlowych. W samych Tychach trwają aktualnie prace przy budowie hipermarketu Kaufland oraz centrum handlowego Citi Point.

Udziały uczestników koncentracji w rynku właściwym, oszacowane przez zgłaszającego zamiar koncentracji na podstawie przychodów ze sprzedaży uzyskanych przez nich w 2003 r., wynoszą: Real – [tajemnica przedsiębiorstwa] %, hipermarket Hipernova w Tychach (Ahold Polska) – poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa] %. Wielkość udziału w rynku jest stosunkiem rocznego obrotu osiągniętego przez uczestnika koncentracji na rynku właściwym produktowo i geograficznie do wielkości tak zdefiniowanego rynku. Szacunkowa wielkość rynku stanowi iloczyn liczby mieszkańców GOP wg danych GUS dla 2003 r. oraz wysokości średnich rocznych wydatków jednego mieszkańca Polski na artykuły konsumpcyjne codziennego użytku.

Biorąc pod uwagę fakt, że dane dotyczące udziałów rynkowych uczestników koncentracji przedstawione przez Real zostały oszacowane na podstawie danych GUS odnoszących się do 2003 r., organ antymonopolowy dodatkowo określił udziały rynkowe uczestników koncentracji przyjmując za kryterium aktualną liczbę hipermarketów, w których prowadzą oni działalność na wskazanym powyżej rynku właściwym. Na obszarze Tych i GOP aktualnie prowadzi działalność 31 hipermarketów, z czego 5 należy do sieci Real. Oznacza to, że udział tej sieci w ww. rynku lokalnym sprzedaży detalicznej AKCU prowadzonej w hipermarketach wynosi ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] %, natomiast udział hipermarketu Hipernova w Tychach – ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] %. Zatem łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku nie przekracza 20%.

Rynki, na które koncentracja wywiera wpływ

Zgodnie z brzmieniem 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, uznawane są 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 zasadniczo dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

W przedmiotowej koncentracji rynkiem właściwym produktowo jest – jak wcześniej ustalono - rynek sprzedaży detalicznej artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku

(AKCU), zaś w aspekcie geograficznym jest to obszar obejmujący miasto Tychy oraz Górnośląski Okręg Przemysłowy.

Zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. z 2002 r., Nr 37, poz. 334):

- a) rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym (poziomym), jest każdy rynek produktowy, na którym zaangażowani są co najmniej dwaj przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji (rynki wspólne) i gdzie koncentracja prowadzi do uzyskania łącznego udziału w rynku geograficznym w wysokości większej niż 20%.

Zgodnie z powyższą definicją w niniejszej sprawie brak jest rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, ponieważ łączny udział jej uczestników w rynku właściwym nie przekracza 20%;

- b) rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym (pionowym), jest każdy rynek produktowy, jeżeli równocześnie :

- działa na nim co najmniej jeden przedsiębiorca uczestniczący w koncentracji,
- jest on równocześnie rynkiem zakupu lub sprzedaży (poprzedni lub następny szczebel obrotu), na którym działa którykolwiek z pozostałych przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji,
- indywidualny lub łączny udział w rynku przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji na tych rynkach przekracza 30%, bez względu na to, czy aktualnie istnieje powiązanie typu dostawca –odbiorca między tymi przedsiębiorcami.

Zgodnie z powyższą definicją w niniejszej sprawie brak jest rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym, ponieważ rynek właściwy produktowo nie jest równocześnie rynkiem zakupu lub sprzedaży dla jej uczestników.

- c) rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym, jest każdy rynek produktowy, na którym między przedsiębiorcami uczestniczącymi w koncentracji nie istnieją żadne powiązania (układy) horyzontalne i wertykalne, ale przynajmniej jeden przedsiębiorca uczestniczący w koncentracji posiada więcej niż 40% udziału w jakimkolwiek rynku właściwym.

Zgodnie z powyższą definicją w niniejszej sprawie brak jest rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym.

Ocena skutków koncentracji

Przepis art. 17 ustawy o ochronie konkurencji stanowi, iż Prezes Urzędu 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.

Organ antymonopolowy uznał, iż zamierzona koncentracja spełnia wskazane powyżej kryteria ustawowe. Przyjmując niniejsze stanowisko Prezes Urzędu miał na względzie, w szczególności, następujące okoliczności:

1. Struktura podmiotowa rynku właściwego - duża liczba uczestników rynku sprzedaży detalicznej artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku, w tym konkurentów reprezentujących podobną skalę działania, zarówno na rynkach lokalnych, jak i na rynku krajowym - powoduje, że konsumenci mają zapewnione alternatywne źródła zakupów; nie istnieje zatem aktualnie dla Real, ani nie powstanie po dokonaniu koncentracji, możliwość działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów.

2. Nie istnieją rynki właściwe, na które zamierzona koncentracja wywoływałaby jakikolwiek wpływ; tym samym zamierzona koncentracja nie wpłynie na stan konkurencji na właściwych rynkach lokalnych ani na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Wobec powyższego orzeczono jak w sentencji.

Pouczenie:

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

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
p.o. DYREKTORA
Departamentu Ochrony Konkurencji
Monika Bychowska

Otrzymuje:

„Real,- Sp. z o. o. i Spółka” Spółka komandytowa

za pośrednictwem pełnomocnika
Pana Krzysztofa Kantona

„Sołtysiński Kawecki & Szlęzak
Kancelaria Radców Prawnych i Adwokatów
Spółka Komandytowa”

ul. Wawelska 15 B
02-034 Warszawa