



**PREZES URZĘDU
OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W BYDGOSZCZY**

ul. Jagiellońska 34
85-097 Bydgoszcz
tel. (052) 345-56-44, Fax (052) 345-56-17,
E-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dnia 22 kwietnia 2005 roku

RBG-400-27/04/MW

Pan Jerzy Buczkowski
Edytor Sp. z o.o.
Wydawca Olsztyn Sp. z o.o.
ul. Tracka 5
10-364 Olsztyn

Decyzja nr RBG 18/2005

- I. Na podstawie art. 11 ust. 1 w zw. z art. 8 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2003 roku nr 86 poz. 804, Dz.U. z 2003 roku nr 60 poz. 535, Dz.U. z 2003 roku nr 170 poz. 1652, Dz.U. z 2004 roku nr 93 poz. 891, Dz.U. z 2004 roku nr 96 poz. 959) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002 r. Nr 18, poz. 172,), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego z urzędu, działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie stwierdza się stosowania przez „Edytor” Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie praktyki ograniczającej konkurencję na lokalnych rynkach reklamy prasowej, polegającej na stosowaniu nieuczciwych, rażąco niskich cen za publikację reklam i ogłoszeń w gazetach i czasopiśmie, będących pod kontrolą Edytor Sp. z o.o. w Olsztynie.
- II. Na podstawie art. 11 ust. 1 w zw. z art. 8 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2003 roku nr 86 poz. 804, Dz.U. z 2003 roku nr 60 poz. 535, Dz.U. z 2003 roku nr 170 poz. 1652, Dz.U. z 2004 roku nr 93 poz. 891, Dz.U. z 2004 roku nr 96 poz. 959) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002 r. Nr 18, poz. 172), nie stwierdza się praktyki ograniczającej konkurencję przez Wydawcę Olsztyn Sp.

z o.o. z siedzibą w Olsztynie, polegającej na stosowaniu nieuczciwych, rażąco niskich cen ogłoszeń prasowych na olsztyńskim rynku reklamy prasowej.

Uzasadnienie:

Edytor Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie jest wydawcą Gazety Olsztyńskiej, Wydawca Olsztyn Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie jest natomiast podmiotem wydającym bezpłatny tygodnik „Nasz Olsztyniak”.

Decyzją nr RBG 30/2004 z dnia 15 października 2004 roku Prezes Urzędu wydał decyzję kończącą postępowanie antymonopolowe w wyniku którego:

uznał za ograniczające konkurencję i naruszające zakaz o którym mowa w art. 8 ust. 1 i 2 pkt 5 ustawy, praktyki Edytor Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie, polegające na nadużywaniu pozycji dominującej poprzez:

1. przeciwdziałanie ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji na regionalnym, warmińsko - mazurskim rynku reklamy prasowej oraz rynku prasy lokalnej, poprzez stosowanie w umowach o zamieszczanie reklam prasowych klauzul, polegających na zobowiązaniu kontrahenta „Edytor” Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie do publikacji reklam w Gazecie Olsztyńskiej pod rygorem utraty bonifikaty z tytułu zawarcia umowy
2. przeciwdziałanie ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji na lokalnych rynkach reklamy prasowej oraz rynkach prasy lokalnej, poprzez eliminowanie konkurentów na lokalnych rynkach prasy i reklamy w regionie warmińsko – mazurskim, poprzez wydawanie nieodpłatnych wkładek do *Gazety Olsztyńskiej* o tematyce zbliżonej do wydawanych przez konkurencję tygodników, oraz wydawanie tych wkładek w dniu poprzedzającym publikację konkurencyjnych czasopism, a także, poprzez organizowanie sponsorowanych przez reklamodawców, imprez o charakterze kulturalnym, sportowym o tej samej tematyce, co imprezy organizowane przez konkurencyjne, lokalne media

Umorzono natomiast postępowanie antymonopolowe dotyczące praktyki polegającej na przeciwdziałaniu ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji na olsztyńskim rynku reklamy prasowej oraz rynku prasy lokalnej, poprzez wydawanie przez *Wydawcę Olsztyn* Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie, podmiotu będącego pod bezpośrednią kontrolą *Edytor* Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie bezpłatnego tygodnika *Nasz Olsztyniak*, a tym samym uniemożliwianie pojawienia się na lokalnych rynkach prasy i reklamy prasowej innych, konkurencyjnych wydawców.

Prezes Urzędu nałożył również na „Edytor” Sp. z o.o. w Olsztynie karę pieniężną w wysokości 350 000 zł (słownie: trzysta pięćdziesiąt tysięcy) płatną do Budżetu Państwa.

Postanowieniem z dnia 15 października 2004 roku, Prezes Urzędu wyłączył do odrębnego postępowania kwestię stosowania nieuczciwych cen za publikację reklam i ogłoszeń w gazetach i czasopismach, będących pod kontrolą Edytor Sp. z o.o. w Olsztynie oraz podmiotu znajdującego się pod jego bezpośrednią kontrolą, tj. Wydawcy Olsztyn Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie.

Pismem z dnia 3 grudnia 2004 roku pełnomocnik strony postępowania podniósł, iż w 2003 i 2004 roku Spółka Edytor nie stosowała cen „specjalnych”, tj. innych niż wynikające z cennika na terenie powiatów, w których ukazują się konkurencyjne tygodniki. Nie stoi w sprzeczności z powyższym stwierdzeniem informacja, że na terenie ukazywania się Gazety Olsztyńskiej organizowane były akcje promocyjne, określone bądź to tematyką bądź też rodzajem – kręgiem potencjalnych odbiorców. W ramach powyższych akcji spółka prezentowała swą ofertę, skierowując ją również do konkretnych, potencjalnych odbiorców, oferując ceny w wymiarze niższym od wynikających z cennika.

Postanowieniem z dnia 28 grudnia 2004 roku, zaliczono w poczet dowodów zeznania świadków, złożone podczas rozprawy administracyjnej, przeprowadzonej dnia 18 marca 2004 roku, w ramach postępowania o sygn. RBG-411-03/04/MW.

W toku tej świadek [dane osobowe] zeznał, iż „w przetargu ogłoszonym przez Urząd Miejski w Mrągowie, Edytor przedłożył ofertę, gdzie cena jednego modułu reklamowego wynosiła 8,60 zł., co jest ceną poniżej kosztów. Natomiast z oficjalnego cennika spółki Edytor wynika, iż cena jednego modułu wynosi 28,06 zł. (...) Cena jednego modułu (większy niż w Edytorze) wynosi 20,06 zł. Wpływy z reklam, których zlecciodawcami są Urząd Miasta Mrągowa mieszczą się w granicach od 25% - 35% łącznych przychodów z reklam”. Zdaniem świadka, konsument, mieszkaniec Mrągowa posiada dostęp do zróżnicowanych źródeł informacji. Potencjalni reklamodawcy – jak zeznał świadek – publikują reklamy zarówno w Gazecie Olsztyńskiej jak i w Panoramic Mazurskiej. Świadek – na pytanie pełnomocnika strony niniejszego postępowania – zeznał, iż nie zna kosztów funkcjonowania spółki Edytor. Świadek, przesłuchiwany przez pełnomocnika Spółki Edytor, zeznał także, iż „Panorama Mazurska wycofała się z przetargów organizowanych przez Urząd Miasta Mrągowa już dwa lata temu”.

Świadek [dane osobowe] zeznał, iż „Gazeta Olsztyńska zaproponowała specjalny pakiet rabatowy dla samorządów, tj. 50% stawki za moduł reklamowy. Kurek Mazurski musi się do tej ceny dostosować, co obniża jego dochodowość. Udział zleceń samorządowych w portfelu Kurka nie jest dominujący. (...) Cena modułu reklamowego w Kurku Mazurskim to 60 zł za 36 cm² (netto) – moduł ok. 9 * 4 cm. Ceny proponowane przez Gazetę Olsztyńską są niższe. Cena po rabacie 50% proponowana przez Gazetę Olsztyńską zapewnia Kurkowi, przy uwzględnieniu jego kosztów niewielki zysk”.

W oparciu o ustalony stan faktyczny, Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Na podstawie zebranego materiału dowodowego nie można przypisać Edytor Sp. z o.o. stosowania praktyki ograniczającej konkurencję, polegającej na stosowaniu cen nieuczciwych – czy to nadmiernie wygórowanych, czy też rażąco niskich.

Prezes Urzędu zrezygnował z przeprowadzania analizy porównawczej cen, gdyż – jak ustalono w postępowaniu - sprzedawane przez konkurujących wydawców miejsca na publikację ogłoszeń w prasie (tzw. moduły) różnią się między sobą rozmiarem, kształtem, różne są też miejsca na stronach gazet, na których się ogłoszenia umieszcza. Poza tym na Warmii i Mazurach istnieje co najmniej kilkanaście rynków lokalnych, na których wydawana jest prasa i każdy z tych rynków charakteryzuje się innymi cechami.

W niniejszej sprawie istotne było ustalenie wpływu polityki cenowej Edytora na działalność jego lokalnych konkurentów – wydawców tygodników na terenach powiatów województwa warmińsko – mazurskiego. Zeznania świadków (wydawców konkurencyjnych tytułów), będące dowodem w niniejszej sprawie, przeczą tezie, jakoby polityka cenowa Edytora

nastawiona była na eliminację konkurencji z rynku reklamy prasowej, a w dalszej kolejności – z rynków prasy lokalnej. Z zeznań świadków jednoznacznie wynika, iż ceny ogłoszeń i reklam stosowane przez Edytor Sp. z o.o. oddziałują co prawda na konkurencję lecz nie prowadzą do wyeliminowania tych przedsiębiorców z rynku. Świadek Wojciech Serafiński zeznał, iż konsument, mieszkaniec Mrągora posiada dostęp do zróżnicowanych źródeł informacji. Potencjalni reklamodawcy – jak zeznał świadek – publikują reklamy zarówno w Gazecie Olsztyńskiej jak i w Panoramie Mazurskiej. Świadek Andrzej Olszewski podniósł, iż wprawdzie ceny proponowane przez Gazetę Olsztyńską są niższe, ale cena po rabacie 50% proponowana przez Gazetę Olsztyńską zapewnia Kurkowi, przy uwzględnieniu jego kosztów niewielki zysk”.

Wynika z tego, iż konkurencja cenowa na lokalnych rynkach jest zachowywana. Różnice cen pomiędzy konkurującymi przedsiębiorcami są naturalne – wręcz pożądane. Istotne jest stwierdzenie, iż konsumenci mają dostęp do zróżnicowanych źródeł publikacji reklam i – co najważniejsze, jak zeznał świadek Serafiński – korzystają z tego, publikując ogłoszenia zarówno w Gazecie Olsztyńskiej (w jej lokalnych wkładkach) jak i w lokalnych tygodnikach, należących do niezależnych od spółki Edytor, wydawców. Lokalni wydawcy, rywalizując z Edytorem osiągają – jak zeznał [dane osobowe] – zysk.

Do bydgoskiej delegatury, prowadzącej niniejsze postępowanie (mimo nagłośnienia tej sprawy w mediach) nie wpłynęły żadne skargi przedsiębiorców, sygnalizujące o stosowaniu nieuczciwych cen reklam i ogłoszeń przez Edytor Sp. z o.o.

W stosunku do Wydawcy Olsztyn Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie, Prezes Urzędu ustalił, iż przedsiębiorca ten, na olsztyńskim rynku reklamy prasowej nie posiada pozycji dominującej, a tym samym nie można postawić mu zarzutu stosowania praktyk ograniczających konkurencję.

W przypadku rozpatrywania rynku reklamy prasowej, zdefiniowanym w ujęciu geograficznym – do miasta Olsztyna, uznać należy, iż prasa bezpłatna jest konkurentem płatnych periodyków. Wydawcy prasy, niezależnie od sposobu jej dystrybuowania, rywalizują między sobą o podmioty zlecające publikację reklam i ogłoszeń. Wydrukowane w gazetach reklamy trafiają z kolei do konsumentów poprzez kanały dystrybucji właściwe dla danego wydawcy. W tym przypadku nie ma znaczenia cena gazety, istotne jest aby reklama w niej wydrukowana dotarła do potencjalnego odbiorcy.

„Nasz Olsztyniak” konkuruje zatem na rynku olsztyńskim z innymi wydawcami, obecnymi na rynku reklamy prasowej. Rynek ten jest natomiast silnie zdominowany przez Edytor Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie, który – jako wydawca Gazety Olsztyńskiej - w całym regionie warmińsko – mazurskim posiada ponad 60% udziałów w rynku.

Według Agora Monitoring, udział Gazety Olsztyńskiej w 2002 roku na rynku warmińsko – mazurskim, liczony według wartości cennikowej reklam wymiarowych (bez insertów i autopromocji) wyniósł 85% a w 2003 roku 80%. Udział Gazety Wyborczej to odpowiednio: 14 i 18% a Super Expressu – 2 i 1%.

Ponadto, konkurentami „Naszego Olsztyniaka” są co najmniej cztery gazety bezpłatne:

1. „Dzień Dobry”,
2. „Puls Regionu”,
3. „Życie Olsztyna”,
4. Olsztyński informator „OLBIT”.

Mając na uwadze powyższe dane, uznać należy, iż ukazujący się raz w tygodniu bezpłatny tygodnik nie tylko nie posiada w Olsztynie (stolicy regionu) pozycji dominującej na rynku reklamy prasowej, ale udział ten jest wręcz znikomy.

Mając na uwadze powyższe, należało orzec jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy 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 bydgoskiej delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (85-097 Bydgoszcz, ul. Jagiellońska 34).