



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, dnia 22 kwietnia 2015 r.

DKK1-421/47/15/JBG/SZ

Decyzja nr DKK – 66/2016

Na podstawie art. 18 w związku z art. 13 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Mann+Hummel Inc. z siedzibą w Portage (USA), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Mann+Hummel Inc. z siedzibą w Portage (USA) kontroli nad Affinia Group Holdings Inc. z siedzibą w Gastonii (USA).

Uzasadnienie

W dniu 9 października 2015 r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegającej na przejęciu przez Mann+Hummel Inc. z siedzibą w Portage (USA) (dalej jako „M+H” lub „Zgłaszający”) kontroli nad Affinia Group Holdings Inc. z siedzibą w Gastonii (USA) (dalej jako „Affinia”).

W związku z tym, iż:

- 1) spełnione zostały niezbędne przesłanki uzasadniające obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji, bowiem:
 - łączny światowy obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył równowartość 1 mld euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.), zwanej dalej również „ustawą o ochronie konkurencji”, przy czym łączny obrót na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w tym okresie przekroczył równowartość 50 mln euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 2 tej ustawy,

- przejęcie przez przedsiębiorcę kontroli nad innym przedsiębiorcą w drodze nabycia akcji jest jednym ze sposobów koncentracji, określonym w art. 13 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji,
- w przedmiotowej sprawie nie występuje żadna okoliczność z katalogu przesłanek wyłączających obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji, wymienionych w art. 14 ustawy o ochronie konkurencji,

zostało wszczęte postępowanie antymonopolowe w tej sprawie, o czym, zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 23), organ antymonopolowy zawiadomił Zgłaszającego pismem z dnia 22 października 2015 r.

Organ antymonopolowy w toku niniejszego postępowania przeprowadził badanie rynku, które objęło ok. 20 konkurentów uczestników koncentracji, prowadzących działalność w zakresie wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych oferowanych na niezależnym rynku wtórnym (tzw. rynku IAM – ang. *Independent Aftermarket*), a także ok. 30 podmiotów zajmujących się hurtową sprzedażą takich filtrów (dystrybutorów).

Pytania skierowane do konkurentów dotyczyły m.in. wielkości i wartości produkcji, sprzedaży, eksportu i importu¹ poszczególnych rodzajów filtrów oferowanych na niezależnym rynku wtórnym w 2013 r., 2014 r. i pierwszych 10 miesiącach 2015 r., marek i segmentów cenowych wprowadzanych przez nich do obrotu filtrów, a także opinii na temat skutków koncentracji M+H i Affinia na rynku wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych oferowanych na niezależnym rynku wtórnym w Polsce i dla ankietowanych przedsiębiorców, jako uczestników tego rynku.

Pytania skierowane do dystrybutorów dotyczyły m.in. wielkości i wartości krajowych zakupów, importu i krajowej sprzedaży poszczególnych rodzajów filtrów oferowanych na niezależnym rynku wtórnym w 2013 r., 2014 r. i pierwszych 10 miesiącach 2015 r., struktury sprzedaży oraz średniej ceny sprzedaży poszczególnych rodzajów filtrów oferowanych na niezależnym rynku wtórnym w tym okresie, a także opinii na temat substytucyjności filtrów należących do różnych segmentów cenowych, rozpoznawalności marek filtrów samochodowych, kryteriów wpływających na zakup filtra określonej marki i zmianę marki dotychczas wykorzystywanej, możliwości importu filtrów samochodowych produkowanych za granicą oraz skutków koncentracji między M+H i Affinia na rynku

sprzedaży hurtowej filtrów samochodowych na niezależnym rynku wtórnym w Polsce i dla ankietowanych przedsiębiorców, jako uczestników tego rynku.

Uczestnicy koncentracji

M+H – aktywny uczestnik koncentracji – należy do grupy kapitałowej Mann+Hummel (dalej jako „Grupa M+H”), na czele której stoi Mann + Hummel Holding GmbH z siedzibą w Ludwigsburgu (Niemcy) (dalej jako „M+H Holding”). Grupa M+H prowadzi działalność w Europie, obu Amerykach, Azji i Australii. Jej europejskie zakłady produkcyjne zlokalizowane są w Niemczech, Czechach, Wielkiej Brytanii, Szwecji, Francji, Hiszpanii, Bośni i Hercegowinie, Turcji oraz Rosji, a biura sprzedaży – w Niemczech, Czechach, Wielkiej Brytanii, Francji i Hiszpanii. Grupa M+H wytwarza produkty filtracyjne wykorzystywane w szeroko rozumianym przemyśle motoryzacyjnym (m.in. filtry paliwa, filtry olejowe, filtry powietrza w silniku, filtry powietrza w kabinie, filtry hydrauliczne, filtry chłodziwa, filtry oleju przekładniowego, systemy wentylacji skrzyni korbowej oraz filtry sprężonego powietrza), które sprzedaje producentom oryginalnego wyposażenia i dostawcom oryginalnych części zamiennych, a także, pod marką Mann-Filter, klientom działającym na rynku IAM. Oferuje również rozwiązania służące do filtracji wody do zastosowań przemysłowych oraz szereg produktów dodatkowych, takich jak np. zbiorniki wyrównawcze do chłodziwa, separatory powietrza i oleju, separatory mgiełki olejowej, separatory kropelkowe, miski olejowe i centryfugi.

Grupa M+H nie posiada spółek zależnych w Polsce, a obrót na terytorium RP osiąga za pośrednictwem następujących spółek zależnych:

1. MANN+HUMMEL Innenraumfilter GmbH & Co. KG z siedzibą w Himmelkron (Niemcy),
2. MANN+HUMMEL Automotive GmbH z siedzibą w Bad Harzburg (Niemcy),
3. MANN+HUMMEL GmbH z siedzibą w Ludwigsburgu (Niemcy),
4. MANN+HUMMEL (UK) LTD. z siedzibą w Wolverhampton (Wielka Brytania),
5. MANN+HUMMEL ITALIA S.R.L. z siedzibą w Turynie (Włochy),
6. MANN+HUMMEL IBERICA S.A.U. z siedzibą w Saragossie (Hiszpania),
7. MANN+HUMMEL (CZ) s.r.o. z siedzibą w Okříšky (Czechy),
8. MANN+HUMMEL BA J.S.C. z siedzibą w Tesanj (Bośnia i Hercegowina).

¹ Przez eksport i import rozumie się w niniejszej decyzji również, odpowiednio, sprzedaż filtrów realizowaną do krajów UE i zakup filtrów z krajów UE.

Łączny światowy obrót Grupy M+H wyniósł w 2015 r. ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** euro, a obrót w Polsce – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** euro.

Affinia – pasywny uczestnik koncentracji – stoi na czele grupy kapitałowej Affinia (dalej jako „Grupa Affinia”) i jest kontrolowana przez fundusze inwestycyjne należące do The Cypress Group LLC z siedzibą w Lake Mary (Stany Zjednoczone) (dalej jako „TCG”). Grupa Affinia jest aktywna w Ameryce Północnej i Południowej, Europie i Chinach. Jej europejskie zakłady produkcyjne zlokalizowane są w Polsce i na Ukrainie, a biura sprzedaży w Wielkiej Brytanii i Rosji. Działalność Grupy Affinia obejmuje wytwarzanie i sprzedaż produktów filtracyjnych dla branży motoryzacyjnej i do urządzeń przemysłowych. Produkty należące do pierwszej grupy obejmują przede wszystkim filtry paliwa, filtry olejowe, filtry powietrza w silniku, filtry powietrza w kabinie i filtry hydrauliczne sprzedawane pod markami WIX i Filtron na niezależnym rynku wtórnym, a w mniejszym zakresie także producentom oryginalnego wyposażenia i dostawcom oryginalnych części zamiennych.

Grupa Affinia posiada w Polsce jedną spółkę zależną, Wix-Filtron sp. z o.o. z siedzibą w Gostyniu, która zajmuje się produkcją i sprzedażą filtrów samochodowych.

Łączny światowy obrót Grupy Affinia wyniósł w 2015 r. ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** euro, a obrót w Polsce – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** euro.

Przyczyny i zakres koncentracji

Koncentracja została zgłoszona w trybie art. 13 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i polega na przejściu przez M+H kontroli nad Affinia.

Podstawą zgłoszenia zamiaru koncentracji jest „Umowa połączeniowa oraz plan połączenia”, zawarta w dniu 13 sierpnia 2015 r. przez M+H Holding, M+H Sub 2015 Inc., Affinia oraz Jamesa S. McElya i Josepha A. Onorato jako przedstawicieli TCG. Zgodnie z tą umową Affinia połączy się z należącym do M+H wehikulem korporacyjnym M+H Sub 2015 Inc., w wyniku czego M+H przejmie nad nią wyłączną kontrolę.

Zgłaszający wskazuje, że celem koncentracji jest umożliwienie M+H wejścia na rynek filtrów do pojazdów ciężkich w Stanach Zjednoczonych, a także wzmocnienie ogólnego potencjału innowacyjnego uczestników koncentracji, które umożliwi im przyspieszenie prac nad rozwojem nowoczesnych technologii filtracyjnych. W jego ocenie, koncentracja doprowadzi do połączenia potencjału gospodarczego dwóch konkurentów dysponujących w dużej mierze uzupełniającą się ofertą produktową i zasięgiem działania w skali światowej,

przyczyniając się do optymalizacji kosztów prowadzonej przez nich działalności oraz zwiększenia innowacyjności prowadzonych przez nich badań dotyczących nowych rozwiązań filtracyjnych.

W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:

Działalność M+H i Affinia pokrywa się w zakresie produkcji i sprzedaży (wprowadzania do obrotu) filtrów samochodowych.

Uzasadnienie określenia rynków w aspekcie produktowym

Stanowisko Zgłaszającego

Zdaniem Zgłaszającego w ujęciu produktowym rynek wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych dzieli się, ze względu na kanał dystrybucji, na rynki: filtrów oferowanych producentom oryginalnego wyposażenia i autoryzowanym dystrybutorom oryginalnych części zamiennych (tzw. rynek OEM/OES, ang. – *Original Equipment Manufacturer/Original Equipment Supplier*) oraz filtrów sprzedawanych na niezależnym rynku wtórnym, czyli hurtownikom oraz warsztatom nie posiadającym autoryzacji (IAM). Każdy z tych rynków podlega dalszej segmentacji z uwagi na przeznaczenie filtra (filtry do samochodów osobowych oraz lekkich samochodów dostawczych o dopuszczalnej masie całkowitej poniżej 6 ton, filtry do samochodów ciężarowych oraz ciężkich pojazdów drogowych powyżej 6 ton oraz filtry do ciężkich pojazdów specjalistycznych powyżej 6 ton i urządzeń przemysłowych) oraz ze względu na funkcję, jaką pełni dany filtr w pojeździe (filtry olejowe, paliwa, chłodziwa, hydrauliczne itd.).

Opinie konkurentów

W toku postępowania Prezes Urzędu zapytał konkurentów i hurtowników, czy ich zdaniem rynek filtrów z segmentu IAM powinien być traktowany jako jeden rynek produktowy, czy też jako szereg rynków w zależności od funkcji (rodzaju filtra) albo jego przeznaczenia (rodzaj pojazdu) oraz czy filtry do paliwa lub oleju silnikowego z obudową (puszką) i wkłady do filtrów paliwa lub oleju silnikowego stanowią jeden wspólny rynek w aspekcie produktowym, a także czy filtry sprzedawane na niezależnym rynku wtórnym w segmentach ekonomicznym, medium i premium mogą być uznawane za substytuty.

Opinie dotyczące definicji rynku wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych w ujęciu produktowym okazały się bardzo zróżnicowane. O ile wszyscy konkurenci akceptowali segmentację tego rynku według kanału dystrybucji (OEM/OES i IAM), o tyle wystąpiły między nimi znaczące różnice co do tego, czy powinien on podlegać dalszej segmentacji, biorąc pod uwagę rodzaj filtra lub rodzaj pojazdu, do którego dany filtr jest przeznaczony. Część z nich wskazywała, że należy w tym przypadku uwzględnić jedynie rodzaj pojazdu (Filtromex, Mahle, Sędziszów, Valeo), część uważała, że powinno się wziąć pod uwagę raczej rodzaj filtra (Hifi, Katpol, SF-Filters), niektórzy zaś dopuszczali możliwość segmentacji rynku z uwzględnieniem obu tych kategorii (Exmot).

Konkurenci byli natomiast niemal jednomyślni, iż filtry z obudową i wkłady filtrowe należy uznać za jeden rynek produktowy, gdyż w zależności od konstrukcji samochodu używany jest jeden z tych rodzajów filtrów (Bosch, Katpol, Mahle, SF-Filters). Również podmioty, które prowadzą badania rynkowe branży filtracyjnej, takie jak MotoFocus czy Samar, nie posługują się tym podziałem (Sędziszów).

Kwestia substytucyjności filtrów sprzedawanych w segmentach premium, standardowym i ekonomicznym również zasadniczo nie wzbudziła kontrowersji wśród producentów. Przeważająca większość z nich oświadczyła, że filtry poszczególnych marek stanowią substytuty bez względu na segment cenowy (Bosch, Cummins, Exmot, Ferdinand Bilstein, Fota, Katpol, Mahle, SF-Filters, Valeo), a jedynie trzech – Filtromex, Hifi i Sędziszów – uznało, że zamiennie mogą być wykorzystywane wyłącznie filtry z segmentów medium (standard) i premium.

Opinie dystrybutorów

Podobnie jak w przypadku konkurentów, stanowisko dystrybutorów filtrów samochodowych w kwestii definicji rynku filtrów z segmentu IAM było dość zróżnicowane. Wielu z nich wskazywało, że rynek ten powinien być traktowany jako jednolity i nie podlegać dalszej segmentacji (Gordon, Inter-Team, Kramp, Motorol, Norauto), niektórzy dopuszczali jego podział, ze względu na odmienne modele dystrybucji, na rynki filtrów do samochodów osobowych i dostawczych oraz pojazdów ciężarowych (**[tajemnica przedsiębiorstwa]**, Moto Profil), zaś pozostali uważali, iż rynek ten podlega segmentacji zarówno ze względu na przeznaczenie filtra (rodzaj pojazdu), jak i rodzaj filtra (Inter Land, Rodon).

Oceniając natomiast kwestię, czy filtry z obudową i wkłady filtrowe należy uznać za jeden rynek produktowy, część z dystrybutorów twierdziła, że nie powinny być one uznawane za substytuty (Auto Euro, Ekonaft, Gordon, Inter Land, Motorol). Ich opinie

odnosiły się jednak głównie do możliwości wykorzystania filtrów jednego z tych typów w pojazdach wykorzystujących filtry drugiego typu. Pozostali zauważali, że dla podmiotu zajmującego się dystrybucją filtrów kwestia ta nie ma żadnego znaczenia, gdyż oba typy filtrów pełnią tę samą funkcję i zaspokajają te same potrzeby klientów (Inter Cars, Inter-Team, Kramp, Moto-Profil, Norauto, Rodon).

Przeważająca większość dystrybutorów stwierdziła, że filtry oferowane w poszczególnych segmentach cenowych mogą być stosowane zamiennie i są dystrybuowane w ten sam sposób, a różnice między nimi wynikają wyłącznie z ich trwałości oraz powiązanych z nią jakości i ceny (Ekonaft, Inter Land, Inter-Team, Norauto, Rodon). Dwóch dystrybutorów uznało, że różnice te są na tyle duże, że powinno się ujmować oddzielnie filtry z segmentu ekonomicznego oraz segmentów medium i premium (Gordon i Moto-Profil), natomiast dwaj inni uznali za słuszne wyodrębnienie filtrów z segmentu premium od filtrów z segmentów ekonomicznego i medium (Auto Euro i **[tajemnica przedsiębiorstwa]**).

Stanowisko Prezesa Urzędu

Organ antymonopolowy podzielił stanowisko Zgłaszającego jedynie częściowo. Z uwagi na fakt, iż kwestia definicji rynku właściwego, na którym działają uczestnicy koncentracji, nie była dotychczas przedmiotem analizy Prezesa Urzędu, w celu określenia zakresu tego rynku uznano w niniejszej sprawie za zasadne odwołanie się do praktyki decyzyjnej Komisji Europejskiej w sprawach dotyczących rynków części samochodowych, a także samych filtrów, oraz odpowiedzi udzielonych przez ankietowanych przedsiębiorców. Z decyzji wydawanych przez Komisję wynika, że w ujęciu produktowym należy wyróżnić:

- według kanałów dystrybucji: rynek OEM/OES, tzn. rynek części sprzedawanych producentom oryginalnego wyposażenia i autoryzowanym dystrybutorom oryginalnych części zamiennych, oraz rynek IAM, tzn. rynek części sprzedawanych na niezależnym rynku wtórnym, czyli hurtownikom oraz warsztatom nie posiadającym autoryzacji²,
- według rodzajów pojazdów: rynek części do pojazdów lekkich (*light vehicles, LVs*), czyli pojazdów osobowych i lekkich pojazdów dostawczych o dopuszczalnej masie całkowitej poniżej 6 ton, oraz rynek części do pojazdów ciężkich (*heavy commercial vehicles, HCVs*), czyli pojazdów ciężarowych i użytkowych o dopuszczalnej masie całkowitej powyżej 6 ton³,

² Decyzje KE z dnia 6 marca 2007 r. w sprawie COMP/M.4456 – Mahle/Dana EPG, z dnia 12.03.2015 r. w sprawie COMP/M.7420 – ZF/TRW i z dnia 23 czerwca 2015 r. w sprawie COMP/M.7564 – Mahle Behr/Delphi Thermal Systems Business.

³ Decyzje KE z dnia 6 marca 2007 r. w sprawie COMP/M.4456 – Mahle/Dana EPG, z dnia 12.03.2015 r. w sprawie COMP/M.7420 – ZF/TRW i z dnia 23 czerwca 2015 r. w sprawie COMP/M.7564 – Mahle Behr/Delphi Thermal Systems Business.

- według rodzaju części samochodowych: rynek filtrów jako rynek produktowy odrębny od pozostałych rynków poszczególnych części samochodowych⁴, a także
- według rodzaju filtrów: rynki filtrów olejowych, paliwa, powietrza w silniku itd.⁵.

Biorąc natomiast pod uwagę rozbieżności stanowisk konkurentów i dystrybutorów w odniesieniu do definicji rynku filtrów samochodowych w aspekcie produktowym Prezes Urzędu postanowił w całości przychylić się do stanowiska zajmowanego w tej materii przez Komisję Europejską i w całości przyjąć stosowaną przez nią segmentację tego rynku. Podział ten zbieżny jest również ze stanowiskiem uczestników koncentracji, z wyjątkiem segmentacji ze względu na przeznaczenie filtra. W ocenie M+H w rynku wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych należy wyodrębnić: (a) filtry do samochodów osobowych oraz lekkich samochodów dostawczych o dopuszczalnej masie całkowitej poniżej 6 ton, (b) filtry do samochodów ciężarowych oraz ciężkich pojazdów drogowych powyżej 6 ton oraz (c) filtry do ciężkich pojazdów specjalistycznych powyżej 6 ton i urządzeń przemysłowych. Podział ten nie został zaakceptowany przez organ antymonopolowy, gdyż nie stosuje go żaden z ankietowanych podmiotów, zarówno po stronie podażowej, jak i popytowej.

W niniejszej sprawie, w ocenie Prezesa Urzędu, nie zachodzi potrzeba segmentacji rynków filtrów olejowych oraz filtrów paliwa z uwzględnieniem podziału na wkłady filtracyjne i filtry z obudową. Wynika to z faktu, iż wkłady z obudową stopniowo wychodzą z obrotu na rzecz wkładów filtracyjnych, a udział, jaki stanowi ich sprzedaż w ogólnej wielkości sprzedaży filtrów samochodowych stale maleje. Co więcej, zdecydowana większość producentów posiada w swojej ofercie filtry z obudową i wkłady filtracyjne, a dystrybutorzy zasadniczo nie przywiązują wagi do tego, czy filtr do danego modelu silnika ma formę filtra z obudową, czy samego wkładu.

Również w oparciu o opinie konkurentów i dystrybutorów organ antymonopolowy uznał, iż brak jest uzasadnienia dla dokonywania podziału rynku filtrów samochodowych na rynki filtrów należących do poszczególnych segmentów cenowych. Filtry te stanowią bowiem substytuty, przynajmniej z punktu widzenia ich zastosowania.

⁴ z dnia 24 marca 2010 r. w sprawie COMP/M.5799 – Faurecia/Plastal, z dnia 12 marca 2015 r. w sprawie COMP/M.7420 – ZF/TRW i z dnia 4 sierpnia 2015 r. w sprawie COMP/M.7606 – Grupo Antolin/Magna Interiors.

⁵ Decyzje KE z dnia 29 października 2001 r. w sprawie COMP/M.2535 – Sogefi/Filtrauto, z dnia 28 czerwca 2010 r. w sprawie COMP/M.5862 – Mahle/Behr/ Behr Industry i z dnia 23 czerwca 2011 r. w sprawie COMP/M.6183 – Mahle/Behr.

Uzasadnienie określenia rynków w aspekcie geograficznym

Stanowisko Zgłaszającego

M+H podniosła, że rynek wprowadzania do obrotu filtrów oferowanych w segmencie OEM/OES należy określić w ujęciu geograficznym jako co najmniej europejski, a nawet światowy, zaś rynek IAM – jako krajowy lub ewentualnie szerszy niż krajowy. W toku postępowania Zgłaszający przytoczył jednak liczne argumenty (m.in. niskie koszty transportu, brak istotnych barier handlowych, sposób organizacji produkcji i dystrybucji filtrów samochodowych, jednolite oznakowanie produktów sprzedawanych w Unii Europejskiej), wskazujące na to, iż rynek IAM powinien być określony jako europejski.

Opinie konkurentów

Odpowiedzi konkurentów uczestników koncentracji na pytanie o definicję rynku IAM w wymiarze geograficznym okazały się bardzo zróżnicowane i nie pozwoliły wyciągnąć jednoznacznych wniosków co do jego zasięgu. Podmioty wprowadzające do obrotu filtry samochodowe oferowane na rynku IAM wskazywały, że powinien on zostać zdefiniowany jako krajowy (Filtromex, Hifi, Sędziszów), europejski (Bosch, Cummins, Exmot, Mahle), a nawet światowy (Katpol, SF-Filter). Opinie konkurentów były przy tym zazwyczaj pozbawione dodatkowych argumentów lub uzasadnione wyłącznie w sposób lakoniczny.

Opinie dystrybutorów

Większość ankietowanych dystrybutorów wskazywała, że rynek filtrów samochodowych ma wymiar europejski (Motorol, Moto-Profil, Rodon) lub zmierza w tym kierunku (Inter-Team). Nieliczni twierdzili, iż należy go określić jako rynek krajowy (Inter Land). Zdecydowana większość dystrybutorów filtrów była również zdania, że w przypadku wzrostu cen lub pogorszenia warunków sprzedaży przez uczestników koncentracji byłoby oni w stanie bez większych trudności zwiększyć import filtrów od innych producentów działających w Unii Europejskiej (Auto Euro, GRANIT Parts, Motorol, Moto-Profil). Dwóch z nich wskazało jednak, że mogłoby to być utrudnione ze względu na czas potrzebny do przeprowadzenia takiej operacji (Inter Land) lub dużą rozpoznawalność marek uczestników koncentracji i przywiązanie konsumentów (Inter-Team).

Stanowisko Prezesa Urzędu

Prezes Urzędu podzielił stanowisko Zgłaszającego, iż rynek wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych w segmencie OEM/OES ma wymiar europejski. Jest ono zgodne również z dotychczasowym orzecznictwem Komisji Europejskiej, która przyjmuje, iż rynki wprowadzania poszczególnych części samochodowych w segmencie OEM/OES mają taki właśnie wymiar. Przemawiają za tym takie przesłanki jak: wysoka centralizacja produkcji w skali europejskiej związana z brakiem konieczności lokalizacji zakładów produkcyjnych w bliskiej odległości od klientów, relatywnie niskie koszty transportu⁶, brak barier handlowych, jednolite standardy techniczne i zbliżone ceny w państwach należących do EOG⁷, dokonywanie zakupów przez klientów zasadniczo na szczeblu europejskim⁸.

Z decyzji Komisji Europejskiej nie wynika w sposób jednoznaczny, czy rynek wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych w segmencie IAM ma wymiar krajowy⁹, czy raczej europejski¹⁰. Jednakże, w ocenie organu antymonopolowego, w świetle informacji i danych zebranych od uczestników koncentracji, konkurentów i dystrybutorów rynek ten powinien być w aspekcie geograficznym definiowany jako europejski. Przemawiają za tym następujące argumenty:

a) wielkość importu i eksportu

W 2015 r. łączny import do Polski filtrów samochodowych wszystkich rodzajów oferowanych w segmencie IAM wyniósł ok. 14 mln sztuk w przypadku filtrów do pojazdów lekkich i ok. 1,8 mln sztuk w przypadku filtrów do pojazdów ciężkich, a produkcja krajowa – odpowiednio ok. 49 mln i ok. 3,7 mln sztuk. Na każde 3,5 filtra do pojazdów lekkich i każde 3 filtry do pojazdów ciężkich wyprodukowane w Polsce przypadał więc jeden filtr importowany – co jest o tyle istotne, że z uzyskanych informacji wynika, że filtry sprowadzane do Polski są zasadniczo sprzedawane w kraju i tylko w niewielkim stopniu reeksportowane. W tym samym okresie sprzedaż krajowa wyniosła ok. 16,5 mln sztuk filtrów do pojazdów lekkich i ok. 2,2 mln do pojazdów ciężkich, co oznacza, że import stanowił ok. 80% wielkości krajowej sprzedaży filtrów do obu rodzajów pojazdów. Jednocześnie krajowi producenci filtrów

⁶ Decyzje KE z dnia 29 czerwca 2005 r. w sprawie COMP/M.3789 – Johnson Controls/Robert Bosch/Delphi SLI i z dnia 18 października 2002 r. w sprawie COMP/M.2939 – JCI/Bosch/VB Autobatterien JV.

⁷ Decyzja KE z dnia 6 lutego 2013 r. w sprawie COMP/M.6714 – U-Shin/Valeo CAM.

⁸ Decyzje KE z dnia 29 października 2001 r. w sprawie COMP/M.2535 – Sogefi/Filtrauto i z dnia 12.03.2015 r. w sprawie COMP/M.7420 – ZF/TRW.

⁹ Decyzje KE z dnia 29 października 2001 r. w sprawie COMP/M.2535 – Sogefi/Filtrauto i z dnia 6 marca 2007 r. w sprawie COMP/M.4456 – Mahle/Dana EPG.

¹⁰ Decyzje KE z dnia 28 czerwca 2010 r. w sprawie COMP/M.5862 – Mahle/Behr/Behr Industry i z dnia 23 czerwca 2011 r. w sprawie COMP/M.6183 – Mahle/Behr.

samochodowych wyeksportowali ok. 29,5 mln sztuk filtrów do pojazdów lekkich i ok. 2,1 mln do pojazdów ciężkich. W 2015 r. blisko 60% filtrów do obu rodzajów pojazdów wyprodukowanych w Polsce zostało więc wyeksportowane, w przeważającej mierze do państw Unii Europejskiej. Krajowa produkcja filtrów do pojazdów lekkich była przy tym niemal trzykrotnie, a filtrów do pojazdów ciężkich blisko dwukrotnie większa niż ich łączna krajowa konsumpcja.

b) brak istotnych barier handlowych

Za określeniem rynku wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych oferowanych w segmencie IAM jako rynku europejskiego przemawia również brak poważnych ograniczeń w zakresie ich transportu. Sugeruje to przede wszystkim porównanie wielkości importu do Polski filtrów samochodowych oferowanych w segmencie IAM z wielkością krajowego zapotrzebowania na te filtry. Tezę tę potwierdzają także dane dotyczące kosztów transportu, które zdaniem M+H wynoszą ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** euro na 1000 km i stanowią jedynie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]**% ceny sprzedaży filtra dystrybutorowi, a więc mają marginalny wpływ na ostateczną cenę produktów oferowanych klientom. Na możliwość transportu filtrów samochodowych nie mają również wpływu ich właściwości, gdyż filtry mogą być swobodnie transportowane nawet na bardzo duże odległości bez jakiegokolwiek negatywnego skutku dla ich jakości. Nie istnieją również, w ramach Unii Europejskiej, żadne bariery handlowe natury technicznej, prawnej i administracyjnej, które ograniczałyby możliwość importu do Polski filtrów produkowanych za granicą lub eksportu filtrów polskich. Z informacji uzyskanych od większości dystrybutorów filtrów oferowanych w segmencie IAM wynika też, że wielu z nich posiada doświadczenie oraz odpowiednie kompetencje językowe wymagane do prowadzenia negocjacji handlowych w skali europejskiej i aktywnie sprowadza do Polski filtry z zagranicy. Czynniki te sprawiają, że sprzedaż filtrów przez producentów jest dokonywana na znaczne odległości – jak wskazują uczestnicy koncentracji w 2015 r. 80% ich sprzedaży było realizowane w promieniu do ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** km od ich zakładów produkcyjnych.

c) sposób organizacji produkcji i sprzedaży

Na europejski wymiar rynku wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych oferowanych w segmencie IAM wskazuje także sposób organizacji ich produkcji i sprzedaży w skali europejskiej. Większość producentów posiada w Europie zakłady produkcyjne wyłącznie w jednym lub dwóch państwach – np. Affinia w Polsce i na Ukrainie, Baldwin

w Wielkiej Brytanii, Bosch w Austrii i Hiszpanii, Cummins w Niemczech i Francji, Freudenberg w Niemczech i na Słowacji, Hengst w Polsce i Niemczech, UFI we Włoszech. Zakłady te położone są co do zasady w centralnej Europie, natomiast jedynie nieliczne znajdują się w regionach na jej obrzeżach – w Skandynawii, państwach bałtyckich, na Bałkanach i Półwyspie Iberyjskim. Ich liczba i położenie dowodzą, że producenci filtrów są w stanie obsługiwać rynek europejski bez konieczności posiadania dużej liczby fabryk rozmieszczonych w całej Europie. Sprzedaż filtrów dystrybutorom jest prowadzona na kilka sposobów: bezpośrednio od producenta lub za pośrednictwem jego spółki zależnej, przedstawicielstwa handlowego (regionalnego biura sprzedaży) działającego w danym państwie albo wyłącznego dystrybutora. Poszczególne podmioty działające na rynku przyjmują w tym zakresie różne rozwiązania, przy czym większość spółek (m.in. uczestnicy koncentracji), dopuszcza możliwość zaopatrywania się przez dystrybutorów w dowolnym państwie, w tym także od niezwiązanych z nimi podmiotów trzecich. Przykładowo Affinia, Exmot czy Sędziszów sprzedają w Polsce swoje wyroby bezpośrednio z położonych tu zakładów produkcyjnych, a Corteco, Sogefi, UFI i Baldwin – bezpośrednio z zakładów zlokalizowanych za granicą (przy czym trzy pierwsze podmioty dysponują przedstawicielami handlowymi w Polsce, a ostatni – na Węgrzech), Bosch, Mahle i Ferdinand Bilstein prowadzą sprzedaż swoich produktów korzystając z polskich spółek zależnych, a M+H – za pośrednictwem **[tajemnica przedsiębiorstwa]**. Z kolei mniej popularne filtry produkowane przez ALCO i Meyle są sprzedawane w Polsce jedynie za pośrednictwem ich wyłącznego dystrybutora, spółki Auto Partner.

d) charakterystyka rynku od strony popytowej

Czynniki, które mogą świadczyć o tym, iż rynek filtrów samochodowych w segmencie IAM ma wymiar europejski, można również zaobserwować po stronie popytowej. Należy tu przede wszystkim wskazać na tendencję do zaopatrywania się w filtry samochodowe przez hurtowników i większe sieci niezależnych warsztatów działające w Polsce w coraz większej mierze na skalę europejską lub międzynarodową. Coraz częściej zrzeszają się oni bowiem w międzynarodowych lub europejskich grupach zakupowych, takich jak ATR, ADI, GAU, Temot czy Nexus, które dokonują zakupów w sposób scentralizowany. Stale rośnie też rola i pozycja dużych dystrybutorów działających w kilku lub kilkunastu państwach, takich jak Inter Cars, Rhiag/ELIT, Autodis, Wessels+Müller/Trost czy Stahlgruber, którzy także negocjują jednolite ceny dla całej sieci, a przynajmniej regionu. Również sami producenci odchodzą od kształtowania polityki cenowej w oparciu o ceny bazowe wyznaczone

dla poszczególnych państw, ustanawiając jednolite cenniki dla obszarów obejmujących kilka regionów Europy (**[tajemnica przedsiębiorstwa]**) bądź dostosowując ceny w sposób indywidualny do poszczególnych klientów (**[tajemnica przedsiębiorstwa]**).

Biorąc pod uwagę powyższe organ antymonopolowy uznał, iż działalność uczestników koncentracji pokrywa się na:

1. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. po ok. **[20-30]**% w ujęciu ilościowym i wartościowym, w tym udział M+H ok. **[20-30]**% w obu ujęciach, zaś udział Affinia nie przekroczył **[0-5]**% w obu ujęciach;
2. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów paliwa do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. **[15-20]**% w ujęciu ilościowym i wartościowym, w tym udział M+H ok. **[10-15]**% w obu ujęciach, zaś udział Affinia – ok. **[5-10]**% w obu ujęciach;
3. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. **[30-40]**% w ujęciu ilościowym i ok. **[30-40]**% w ujęciu wartościowym, w tym udział M+H ok. **[30-40]**% w ujęciu ilościowym i ok. **[30-40]**% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. **[5-10]**% w ujęciu ilościowym i ok. **[5-10]**% w ujęciu wartościowym;
4. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie OEM/OES**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. **[30-40]**% w ujęciu ilościowym i ok. **[30-40]**% w ujęciu wartościowym, w tym udział M+H ok. **[30-40]**% w ujęciu ilościowym i w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia nie przekroczył **[0-5]**% w ujęciu ilościowym i **[0-5]**% w ujęciu wartościowym;
5. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. **[30-40]**% w ujęciu ilościowym i wartościowym, w tym udział M+H ok. **[15-20]**% w ujęciu ilościowym i ok. **[20-30]**% w ujęciu

- wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym;
6. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów paliwa do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. [15-20]% w obu ujęciach, w tym udział M+H ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym;
 7. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. [20-30]% w obu ujęciach, w tym udział M+H ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym;
 8. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. [20-30]% w obu ujęciach, w tym udział M+H ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [15-20]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym;
 9. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie IAM**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym, w tym udział M+H ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [0-5]% w obu ujęciach;
 10. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów paliwa do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie IAM**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym, w tym udział M+H ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [0-5]% w ujęciu ilościowym i ok. [0-5]% w ujęciu wartościowym;

11. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie IAM**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. [15-20]% w obu ujęciach, w tym udział M+H ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym;
12. **europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie IAM**, w którym łączny udział uczestników koncentracji wyniósł w 2014 r. ok. [15-20]% w ujęciu ilościowym i ok. [20-30]% w ujęciu wartościowym, w tym udział M+H ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [15-20]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [0-5]% w ujęciu wartościowym.

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

Zgodnie z art. 4 pkt 9 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).

Mając na uwadze powyższą definicję oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2014 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. z 2015 r. poz. 80) (dalej jako „rozporządzenie w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji”), organ antymonopolowy uznał, iż:

A) Przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na:

1. **europejski rynek wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES,**

2. europejski rynek wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES,
3. europejski rynek wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie OEM/OES,
4. europejski rynek wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM,
5. europejski rynek wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM,
6. europejski rynek wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM,
7. europejski rynek wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie IAM.

Ad.1. Łączny udział uczestników koncentracji w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES wyniósł w 2014 r. ok. [20-30]% w ujęciu ilościowym i wartościowym, w tym udział M+H ok. [20-30]% w obu ujęciach, zaś udział Affinia nie przekroczył [0-5]% zarówno w ujęciu ilościowym, jak i wartościowym. Największymi konkurentami uczestników koncentracji są: Sogefi z udziałem wynoszącym ok. [20-30]% zarówno w ujęciu ilościowym, jak i wartościowym i Mahle z udziałem wynoszącym ok. [20-30]% w obu ujęciach. Na rynku tym prowadzi również działalność Hengst z udziałem wynoszącym ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i wartościowym oraz UFI z udziałem ok. [5-10]% w obu ujęciach.

Udziały grupy M+H i grupy Affinia oraz ich największych konkurentów w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES w 2014 r., obrazuje poniższa tabela:

Tabela nr 1

Nazwa producenta	Udział w rynku w 2014 r. (%)	
	w ujęciu ilościowym	w ujęciu wartościowym
M+H	[20-30]	[20-30]
Affinia	[0-5]	[0-5]
Sogefi	[20-30]	[20-30]
Mahle	[20-30]	[20-30]
Hengst	[10-15]	[10-15]
UFI	[5-10]	[5-10]

Ad. 2. Łączny udział uczestników koncentracji w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES wyniósł w 2014 r. ok. [30-40]% w ujęciu ilościowym i ok. [30-40]% w ujęciu wartościowym, w tym udział M+H ok. [30-40]% w ujęciu ilościowym i ok. [30-40]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym. Największymi konkurentami uczestników koncentracji są: Mahle z udziałem wynoszącym ok. [20-30]% zarówno w ujęciu ilościowym, jak i wartościowym i Sogefi z udziałem wynoszącym ok. [10-15]% w obu ujęciach. Na rynku tym prowadzi również działalność UFI z udziałem ok. [5-10]% w obu ujęciach.

Udziały grupy M+H i grupy Affinia oraz ich największych konkurentów w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES w 2014 r., ilustruje poniższa tabela:

Tabela nr 2

Nazwa producenta	Udział w rynku w 2014 r. (%)	
	w ujęciu ilościowym	w ujęciu wartościowym
M+H	[30-40]	[30-40]
Affinia	[5-10]	[5-10]
Mahle	[20-30]	[20-30]
Sogefi	[10-15]	[10-15]
UFI	[5-10]	[5-10]

Ad. 3. Łączny udział uczestników koncentracji w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie OEM/OES wyniósł w 2014 r. ok. [30-40]% w ujęciu ilościowym i wartościowym, w tym udział M+H ok. [30-40]% w ujęciu ilościowym i wartościowym, a udział Affinia – odpowiednio poniżej [0-5]% i poniżej [0-5]%. Głównym konkurentem uczestników koncentracji na tym rynku jest Donaldson z udziałem wynoszącym ok. [20-30]% zarówno w ujęciu ilościowym, jak i wartościowym. Na rynku tym prowadzą również działalność Mahle z udziałem ok. [10-15]% w obu ujęciach oraz Cummins z udziałem wynoszącym ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym.

Udziały grupy M+H i grupy Affinia oraz ich największych konkurentów w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie OEM/OES w 2014 r., przedstawia poniższa tabela:

Tabela nr 3

Nazwa producenta	Udział w rynku w 2014 r. (%)	
	w ujęciu ilościowym	w ujęciu wartościowym
M+H	[30-40]	[30-40]
Affinia	[0-5]	[0-5]
Donaldson	[20-30]	[20-30]
Mahle	[10-15]	[10-15]
Cummins	[5-10]	[5-10]

Ad. 4. Łączny udział uczestników koncentracji w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM wyniósł w 2014 r. ok. [30-40]% w obu ujęciach, w tym udział M+H ok. [15-20]% w ujęciu ilościowym i ok. [20-30]% w ujęciu wartościowym, a udział Affinia – ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym. Głównymi konkurentami uczestników koncentracji na tym rynku są: Mahle z udziałem wynoszącym ok. [15-20]% w ujęciu ilościowym i ok. [15-20]% w ujęciu wartościowym, Sogefi, z udziałem wynoszącym ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym oraz Bosch z udziałem wynoszącym ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym. Na rynku tym działają również UFI z udziałem wynoszącym ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [0-5]% w ujęciu wartościowym oraz Hengst z udziałem wynoszącym ok. [0-5]% w ujęciu ilościowym i ok. [0-5]% w ujęciu wartościowym.

Udziały grupy M+H i grupy Affinia oraz ich największych konkurentów w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM w 2014 r., obrazuje poniższa tabela:

Tabela nr 4

Nazwa producenta	Udział w rynku w 2014 r. (%)	
	w ujęciu ilościowym	w ujęciu wartościowym
M+H	[15-20]	[20-30]
Affinia	[10-15]	[10-15]
Mahle	[15-20]	[15-20]
Sogefi	[10-15]	[10-15]
Bosch	[10-15]	[10-15]
UFI	[5-10]	[0-5]
Hengst	[0-5]	[0-5]

Ad. 5. Łączny udział uczestników koncentracji w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM

wyniósł w 2014 r. ok. [20-30]% w ujęciu ilościowym i wartościowym, w tym udział M+H ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym. Największymi konkurentami uczestników koncentracji są: Mahle z udziałem wynoszącym ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [15-20]% w ujęciu wartościowym oraz Sogefi z udziałem wynoszącym ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym. Na rynku tym prowadzą działalność także Bosch z udziałem wynoszącym ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym oraz Hengst z udziałem wynoszącym ok. [0-5]% w ujęciu ilościowym i ok. [0-5]% w ujęciu wartościowym.

Udziały grupy M+H i grupy Affinia oraz ich największych konkurentów w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM w 2014 r., przedstawia poniższa tabela:

Tabela nr 5

Nazwa producenta	Udział w rynku w 2014 r. (%)	
	w ujęciu ilościowym	w ujęciu wartościowym
M+H	[5-10]	[10-15]
Affinia	[10-15]	[10-15]
Mahle	[10-15]	[15-20]
Sogefi	[10-15]	[10-15]
Bosch	[5-10]	[10-15]
Hengst	[0-5]	[0-5]

Ad. 6. Łączny udział uczestników koncentracji w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM wyniósł w 2014 r. ok. [20-30]% w ujęciu ilościowym i wartościowym, w tym udział M+H ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [15-20]% w ujęciu wartościowym, a udział Affinia – odpowiednio ok. [10-15]% i [10-15]%. Głównymi konkurentami uczestników koncentracji na tym rynku byli Mahle i Bosch z udziałami wynoszącymi po ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym. Na rynku tym prowadzą również działalność Sogefi z udziałem wynoszącym ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym, Corteco z udziałem wynoszącym ok. [0-5]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym oraz Valeo z udziałem wynoszącym ok. [0-5]% w ujęciu ilościowym i ok. [0-5]% w ujęciu wartościowym.

Udziały grupy M+H i grupy Affinia oraz ich największych konkurentów w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM w 2014 r., ilustruje poniższa tabela:

Tabela nr 6

Nazwa producenta	Udział w rynku w 2014 r. (%)	
	w ujęciu ilościowym	w ujęciu wartościowym
M+H	[10-15]	[15-20]
Affinia	[10-15]	[10-15]
Mahle	[5-10]	[10-15]
Bosch	[5-10]	[10-15]
Sogefi	[5-10]	[5-10]
Corteco	[0-5]	[5-10]
Valeo	[0-5]	[0-5]

Ad. 7. Łączny udział uczestników koncentracji w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie OEM/OES wyniósł w 2014 r. ok. [15-20]% w ujęciu ilościowym i ok. [20-30]% w ujęciu wartościowym, w tym udział M+H ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [15-20]% w ujęciu wartościowym, zaś udział Affinia – ok. [0-5]% w ujęciu ilościowym i ok. [0-5]% w ujęciu wartościowym. Największym konkurentem uczestników koncentracji jest Cummins z udziałem wynoszącym ok. [10-15]% w ujęciu ilościowym i ok. [10-15]% w ujęciu wartościowym. Na rynku tym prowadzą również działalność Donaldson z udziałem wynoszącym ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym, Mahle z udziałem wynoszącym ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym, Hengst z udziałem wynoszącym ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym oraz Sogefi z udziałem wynoszącym ok. [0-5]% w ujęciu ilościowym i ok. [0-5]% w ujęciu wartościowym.

Udziały grupy M+H i grupy Affinia oraz ich największych konkurentów w europejskim rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie IAM w 2014 r., obrazuje poniższa tabela:

Tabela nr 7

Nazwa producenta	Udział w rynku w 2014 r. (%)	
	w ujęciu ilościowym	w ujęciu wartościowym
M+H	[10-15]	[15-20]
Affinia	[0-5]	[0-5]

Cummins	[10-15]	[10-15]
Donaldson	[5-10]	[5-10]
Mahle	[5-10]	[5-10]
Hengst	[5-10]	[5-10]
Sogefi	[0-5]	[0-5]

Ogólna charakterystyka rynków filtrów samochodowych oferowanych w segmencie OEM/OES

Wytwarzaniem filtrów samochodowych oferowanych w segmencie OEM/OES w Europie zajmuje się ok. kilkunastu dużych przedsiębiorców, takich jak m.in. Mahle, Hengst, Sogefi i Donaldson, którzy specjalizują się w pewnych rodzajach filtrów, natomiast prowadzą ograniczoną produkcję filtrów innych rodzajów. Spółki te posiadają odpowiednie wyposażenie i wiedzę technologiczną, umożliwiające im w razie potrzeby zwiększenie produkcji filtrów, na które istnieje zwiększone zapotrzebowanie. Co najmniej część z nich posiada zarazem wolne moce produkcyjne, które byłyby w stanie wykorzystać w celu zrównoważenia silnej pozycji M+H i Affinia. Dotyczy to zwłaszcza Donaldson i Hengst, które w 2015 r. otworzyły nowe zakłady produkcyjne w Polsce.

Jak wynika z danych przedstawionych przez Zgłaszających, rynek odbiorców filtrów oferowanych w segmencie OEM/OES podlega ciągłej konsolidacji. Dominują na nim duże podmioty, do których należą głównie światowi producenci samochodów osobowych (m.in. Volkswagen, General Motors, Toyota, Renault, Fiat, Daimler, BMW) oraz ciężarowych (m.in. Daimler, DAF, MAN, Scania i Volvo), posiadający znaczną siłę nabywczą. Zakupy dokonywane są w drodze przetargów ogłaszanych dla poszczególnych modeli samochodów lub silników. Klienci z segmentu OEM/OES wysyłają zapytania ofertowe do potencjalnych dostawców zawierające specyfikację potrzebnych dla nich produktów, a następnie wybierają kilku z nich i prowadzą z nimi indywidualne negocjacje zakończone zazwyczaj wyborem tego, który oferuje najniższą cenę. Często zdarza się, że w toku przetargu dokonują wyboru dwóch różnych dostawców, co umożliwia im wywieranie na nich nacisku także w okresie późniejszym, pod groźbą zwiększenia skali zamówień u drugiego z nich. Coraz częściej podmioty działające w segmencie OEM oczekują również dostarczania zamawianych produktów do należących do nich globalnych centrów zaopatrzenia, z których są one następnie dostarczane do ich zakładów produkcyjnych na całym świecie. W ten sposób zwiększają wolumen swoich zamówień, uzyskując jeszcze większą siłę nabywczą.

Ogólna charakterystyka rynków filtrów samochodowych oferowanych w segmencie IAM

Rynki produkcji filtrów samochodowych oferowanych w segmencie OEM/OES charakteryzują się silną konkurencją międzynarodowych spółek, m.in. Baldwin, Bosch, Cummins, Donaldson, Freudenberg, Hengst, Mahle, Sogefi i UFI, które prowadzą jednocześnie działalność na rynku OEM/OES. Oprócz nich coraz częściej wprowadzania do obrotu części samochodowych na rynek IAM, w tym także filtrów, dokonują również producenci pojazdów którzy korzystają z możliwości uzyskania konkurencyjnych cen od producentów w związku z dużą skalą zamówień – stanowiącą połączenie zapotrzebowania w ramach rynków OEM/OES i IAM. Przykładowo, zgodnie z szacunkami M+H, Opel sprzedaje w Europie **[tajemnica przedsiębiorstwa]**% części zamawianych w ramach kontraktów OES na rynku IAM. Stale rośnie również na tym rynku import filtrów spoza Europy, w tym przede wszystkim atrakcyjnych cenowo filtrów azjatyckich (np. indonezyjskiej marki Sakura). Stosunkowo niskie są również bariery wejścia na rynek IAM, które wynikają między innymi z tego, że technologia produkcji podstawowych rodzajów filtrów oferowanych na tym rynku jest dojrzała i znana. Umożliwiają one wejście na ten rynek i funkcjonowanie na nim także wielu mniejszym podmiotom, takim jak AB Filter, Exmot, Filtromex czy Fota w Polsce, MFilter na Litwie czy BIG Filter i Nevsky Filter w Rosji, a także spółkom spoza Europy, które otwierają w niej nowe zakłady produkcyjne (np. tunezyjska Misfat we Francji lub izraelska A.L. Filter w Bułgarii).

Na rynku IAM dochodzi jednocześnie do coraz większej konsolidacji po stronie popytowej, za którą odpowiadają z jednej strony międzynarodowe i europejskie grupy zakupowe, takie jak ATR, ADI, GAU, Temot czy Nexus, a z drugiej – rosnąca siła rynkowa dystrybutorów działających w kilku lub kilkunastu państwach, takich jak Inter Cars, Rhiag/ELIT, Autodis, Wessels+Müller/Trost czy Stahlgruber. Podmioty te przeważnie rezygnują z zakupów na poziomie krajowym na rzecz łączonych zakupów dla kilku krajów lub całego rynku europejskiego. Prowadzi to do istotnego zwiększenia wielkości dokonywanych przez nie zamówień, a przez to również ich siły nabywczej.

Nie istnieją na przedmiotowym rynku także istotne bariery, które utrudniałyby import filtrów z innych państw członkowskich Unii Europejskiej lub zmniejszałyby jego opłacalność. Brak jest ograniczeń natury prawnej, administracyjnej lub technicznej, a stosunek kosztów

transportu do wartości produktu jest bardzo korzystny z punktu widzenia podmiotów, które chciałyby sprowadzać filtry z zakładów produkcyjnych położonych w mniej korzystnych lokalizacjach. Wiele podmiotów jest więc w stanie zaznaczyć swoją obecność na rynku posiadając w Europie niewielką ilość zakładów produkcyjnych. Kontrakty na dostawy filtrów samochodowych oferowanych w segmencie IAM są zasadniczo zawierane na krótki okres i nie zawierają klauzuli wyłączności. Większość dystrybutorów, także polskich, dokonuje już obecnie zakupów w skali europejskiej i posiada w tym zakresie odpowiednie kompetencje i doświadczenie.

Zdaniem większości dystrybutorów oferta produktowa uczestników koncentracji jest porównywalna z asortymentem oferowanym przez innych producentów, zwłaszcza największych, takich jak Hengst, Bosch czy Mahle (Inter Cars, Inter-Team, Moto-Profil, Opoltrans, PW AUTOS), aczkolwiek kilku uznało ją za szerszą (Auto Euro, Auto Partner, Granit Parts, Motorol). Zasadniczo pokrywa się ona z ofertami głównych konkurentów w zakresie najbardziej popularnych filtrów, które odpowiadają za przeważającą część sprzedaży.

Należy również zauważyć, że istotne różnice między cenami poszczególnych modeli filtrów produkowanych przez M+H i Affinię sugerują, że podmioty te nie są bliskimi konkurentami. Filtry Mann-Filter produkowane przez M+H należą do wyższej półki cenowej i zaliczają się do grupy premium, podczas gdy filtry Affinia marek WIX i Filtron są tańsze i traktowane jako marka standardowa (medium). Wskazuje na to uzyskane od uczestników koncentracji zestawienie ilości i wartości sprzedaży w 2015 r. na terenie Polski poszczególnych modeli filtrów paliwa, filtrów olejowych, filtrów powietrza w silniku i filtrów powietrza w kabinie marek Wix, Filtron i Mann-Filter, uwzględniające 50 najlepiej sprzedających się filtrów każdego rodzaju do pojazdów lekkich i 20 najlepiej sprzedających się filtrów każdego rodzaju do pojazdów ciężkich (według wartości sprzedaży) jest spójne z powyższą hipotezą. Średnie ceny filtrów sprzedawanych na polskim rynku (stosunek wartości do ilości sprzedaży) przez M+H oraz Affinię są znacząco odmienne dla wszystkich kategorii. Produkty M+H są istotnie droższe od produktów sprzedawanych przez Affinię: od niemal **[tajemnica przedsiębiorstwa]**% w przypadku filtrów olejowych do pojazdów lekkich do ponad **[tajemnica przedsiębiorstwa]**% w przypadku filtrów paliwowych do pojazdów ciężkich. Wskazuje to na odmiennosc sprzedawanego przez M+H i Affinię asortymentu.

M+H wskazał również produkowane przez Affinię bezpośrednie odpowiedniki pięciu swoich najlepiej sprzedających się filtrów w poszczególnych ośmiu kategoriach. Analiza ich

średnich cen wskazuje, iż są one co do zasady wyraźnie odmienne. W przypadku filtrów dla pojazdów lekkich średnia różnica cen między ekwiwalentnymi produktami M+H i Affinii w ramach poszczególnych kategorii (tj. średnia różnic między pięcioma produktami M+H i ekwiwalentnymi produktami Affinii w ramach danej kategorii produktowej, np. filtrów paliwa dla pojazdów lekkich) wynosiła od [tajemnica przedsiębiorstwa] do [tajemnica przedsiębiorstwa]%, przy średniej różnicy na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa]%. Dla filtrów dla pojazdów ciężkich różnice były jeszcze większe – od [tajemnica przedsiębiorstwa] do [tajemnica przedsiębiorstwa]%, przy średniej różnicy wynoszącej [tajemnica przedsiębiorstwa]%. Wyższe ceny M+H w przypadku produktów będących technicznymi zamiennikami wspierają hipotezę o braku bliskiej konkurencji między produktami M+H oraz Affinii.

Opinie konkurentów i dystrybutorów w odniesieniu do planowanej koncentracji

Ankietowani konkurenci uczestników koncentracji w większości skłaniali się ku opinii, że koncentracja między Affinia a M+H doprowadzi do ograniczenia konkurencji na rynkach wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych (Bosch, Exmot, Filtromex, Fota, Mahle, Sędziszów, Valeo). Wśród argumentów uzasadniających tę tezę wskazywali przede wszystkim na silną pozycję rynkową obu podmiotów oraz wysoką rozpoznawalność produkowanych przez nie marek filtrów. Kilku z nich (Cummins, Katpol, SF-Filters) uznało, że nie jest w stanie ocenić ewentualnego wpływu planowanej transakcji na sytuację na rynku.

W odróżnieniu od producentów filtrów samochodowych, ich polscy dystrybutorzy niemal jednomyślnie deklarowali, że nie obawiają się ograniczenia konkurencji na rynku wprowadzania do obrotu filtrów samochodowych w wyniku przejęcia Affinia przez M+H. Zwracali przy tym uwagę na stosunkowo silną pozycję innych producentów filtrów samochodowych w Polsce i Unii Europejskiej, różnorodność oferowanych marek oraz przynależność filtrów Mann-Filter oraz WIX i Filtron do różnych segmentów cenowych (Ekonaft, Gordon, [tajemnica przedsiębiorstwa], Moto-Profil).

B) Przedmiotowa koncentracja nie wywiera wpływu na żaden rynek w układzie wertykalnym.

Zgodnie z definicją zawartą w rozporządzeniu w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym (pionowym), jest każdy rynek właściwy, na którym działa co najmniej jeden przedsiębiorca uczestniczący w koncentracji oraz którykolwiek z pozostałych przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji jako dostawca lub odbiorca i w którym łączny udział przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji przekracza 30%, bez względu na to, czy aktualnie istnieje między tymi przedsiębiorcami powiązanie typu dostawca – odbiorca.

W toku postępowania nie zidentyfikowano rynków właściwych produktowo i geograficznie, na których występowałyby faktyczne lub potencjalne relacje wertykalne między uczestnikami koncentracji. Planowana transakcja nie wywiera więc na żaden rynek właściwy wpływu w układzie wertykalnym.

C) Przedmiotowa koncentracja nie wywiera wpływu na żaden rynek w układzie konglomeratowym.

Zgodnie z definicją zawartą w rozporządzeniu w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji 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 horyzontalne i wertykalne oraz w którym którykolwiek z przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji posiada więcej niż 40% udziału w jakimkolwiek rynku właściwym obejmującym terytorium Polski lub jego część.

W niniejszej sprawie żaden z uczestników koncentracji nie dysponuje udziałem przekraczającym próg 40% w jakimkolwiek rynku, na którym nie istnieją powiązania horyzontalne i wertykalne pomiędzy nim a drugim uczestnikiem koncentracji. Brak jest więc rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym.

Ocena skutków koncentracji

Przepis art. 18 ustawy o ochronie konkurencji stanowi, iż Prezes Urzędu wydaje zgodę, w drodze decyzji, na dokonanie koncentracji, w wyniku której konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku, przy czym zgodnie z art. 4 pkt 10 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%.

Podstawowym celem postępowania antymonopolowego w sprawach koncentracji jest ustalenie, czy w wyniku zrealizowania zamierzonej transakcji dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku właściwym. Przykładem takiego istotnego ograniczenia konkurencji jest powstanie lub umocnienie pozycji dominującej. Należy jednakże podkreślić, że o ile powstanie lub umocnienie pozycji dominującej będzie zawsze prowadziło do ograniczenia konkurencji na rynku, to do ograniczenia konkurencji może dojść także w przypadkach, gdy w wyniku koncentracji nie powstaje lub nie umacnia się pozycja dominująca. Samo stwierdzenie „istotne ograniczenie konkurencji” wykracza zatem poza kwestię powstania lub umocnienia pozycji dominującej i ma szersze znaczenie. Obejmuje bowiem sytuacje, kiedy w wyniku dokonanej koncentracji konkurencja zostaje poważnie ograniczona, a nie wiąże się to z powstaniem pozycji dominującej – może to mieć miejsce przykładowo na rynkach oligopolistycznych.

Powyższe oznacza, że koncentracja jest dopuszczalna wówczas, gdy nie zakłóca skutecznej konkurencji na rynku właściwym, w szczególności w wyniku powstania lub umocnienia pozycji dominującej.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na rynkach wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES, filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES oraz filtrów powietrza w silniku do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie OEM/OES.

Na pierwszym z nich M+H i Affinia, posiadając ilościowy i wartościowy udział w wysokości ok. [20-30]%, będą nadal spotykać się z konkurencją ze strony Sogefi (udział ok. [20-30]% w obu ujęciach), Mahle (udział ok. [20-30]% w obu ujęciach), Hengst (udział ok. [10-15]% w obu ujęciach) i UFI (ok. [5-10]% w obu ujęciach). Co więcej, przyrost udziału M+H będzie marginalny i nie przekroczy [0-5]% w obu ujęciach.

Na rynku filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES M+H będzie posiadać udział w wysokości ok. [30-40]% w ujęciu ilościowym i ok. [30-40]% w ujęciu wartościowym (przyrost udziału o, odpowiednio, ok. [5-10] p.proc. i ok. [5-10] p.proc.) i konkurować będzie m.in. z Mahle (ok. [20-30]% w obu ujęciach), Sogefi (ok. [10-15]% w obu ujęciach) i UFI (ok. [5-10]% w obu ujęciach).

Na rynku filtrów powietrza w silniku do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie OEM/OES udział M+H wyniesie ok. [30-40]% w ujęciu ilościowym i ok. [30-40]% w ujęciu wartościowym. Zgłaszający nadal spotykać się będzie z konkurencją ze strony Donaldson (ok. [30-40]% w ujęciu ilościowym i ok. [30-40]% w ujęciu wartościowym), Mahle (ok. [10-15]% w obu ujęciach) i Cummins (ok. [5-10]% w ujęciu ilościowym i ok. [5-10]% w ujęciu wartościowym). Ponadto należy podkreślić, że w związku z marginalną działalnością Affinia na tym rynku udział M+H po dokonaniu koncentracji wzrośnie jedynie o niecałe [0-5] p.proc. w ujęciu ilościowym.

Jak wynika z przedstawionej analizy, na każdym z powyższych rynków działa kilku silnych konkurentów, którzy są w stanie zrównoważyć ewentualne negatywne skutki rynkowe koncentracji. Z uwagi na to, że posiadają już oni odpowiednią technologię i doświadczenie w dziedzinie produkcji filtrów wymienionych rodzajów, w przypadku wzrostu cen będą oni, w ocenie organu antymonopolowego, w stanie szybko zwiększyć własną produkcję, tym bardziej, że co najmniej dwóch spośród nich (Donaldson i Hengst) posiada jeszcze wolne moce produkcyjne.

Prawdopodobieństwo ograniczenia konkurencji w wyniku przedmiotowej koncentracji na każdym z trzech wskazanych rynków istotnie zmniejsza również fakt, że działający na nich klienci, którymi są duże podmioty OEM z branży samochodów osobowych, tacy jak Volkswagen, Toyota, Renault, Daimler, BMW, oraz samochodów ciężarowych, tacy jak Daimler, MAN, Volvo czy Scania, dysponują dużą siłą nabywczą i są w stanie wyrzucić na dostawców odpowiednią presję cenową. Klienci ci nie posiadają określonych preferencji co do dostawców filtrów, a przy ich wyborze kierują się przede wszystkim kryterium ceny. Na umocnienie ich pozycji w stosunku do uczestników koncentracji wpływa specyficzna organizacja sprzedaży na rynku OEM, opierająca się na nabywaniu produktów w drodze przetargów. Klienci z segmentu OEM negocjują z klientami szczegółowe kwestie dotyczące specyfikacji produktu, ceny i warunków sprzedaży w sposób indywidualny, co ogranicza siłę negocjacyjną dostawców. Wspomniana przewaga negocjacyjna zostaje ograniczona w jeszcze większym stopniu w przypadku wyboru dwóch dostawców, który umożliwia danemu klientowi odpowiednie manipulowanie wielkościami zamówień w celu osiągnięcia korzystniejszych warunków zakupu. Na wzmocnienie siły nabywczej odbiorców korzystnie wpływa także obserwowana obecnie tendencja do dokonywania zamówień w skali światowej, które są dostarczane do ich globalnych centrów zaopatrzenia, a stamtąd rozdysponowywane do poszczególnych zakładów produkcyjnych na całym świecie.

W związku z powyższym, w ocenie Prezesa Urzędu, w wyniku koncentracji nie dojdzie do ograniczenia konkurencji na rynkach wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES, filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES oraz filtrów powietrza w silniku do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie OEM/OES.

Zdaniem Prezesa Urzędu przedmiotowa koncentracja nie wywoła również negatywnych skutków na rynkach wprowadzania do obrotu filtrów olejowych, filtrów powietrza w silniku oraz filtrów powietrza w kabinie do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM, a także rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie IAM. Na dwóch spośród nich, tj. rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM i filtrów powietrza w kabinie do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie IAM, udział uczestników koncentracji po jej dokonaniu będzie **[tajemnica przedsiębiorstwa]**, a więc będzie **[tajemnica przedsiębiorstwa]**. Na rynku wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM łączny udział M+H i Affinia wyniesie ok. **[30-40]**% w ujęciu ilościowym i wartościowym, a w przypadku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM – ok. **[20-30]**% w obu ujęciach.

Analizując wpływ przedmiotowej koncentracji na funkcjonowanie powyższych rynków należy podkreślić, że są one silnie konkurencyjne. Działa na nich szereg dużych międzynarodowych spółek, takich jak Bosch, Cummins, Donaldson, Hengst, Mahle, Sogefi i UFI, które będą w stanie skutecznie odpowiedzieć na ewentualne próby podniesienia cen lub pogorszenia warunków sprzedaży dla odbiorców filtrów, zwiększając własną sprzedaż. Oprócz nich na presję na uczestników koncentracji będą wywierać także producenci pojazdów, którzy coraz częściej sprzedają znaczne ilości części zamawianych przez nich filtrów na rynku IAM, mniejsze podmioty prowadzące działalność o bardziej ograniczonym zasięgu geograficznym, takie jak polskie spółki Filtromex, Fota czy Exmot albo litewska MFilter, podmioty spoza Europy wchodzące na rynek europejski, a także importerzy filtrów z zagranicy, głównie z Azji.

Uczestnicy koncentracji będą także spotykać się z presją po stronie popytowej, wynikającą z działalności międzynarodowych i europejskich grupy zakupowych, takich jak ATR, GAU czy Nexus, a także dużych dystrybutorów działających w kilku lub kilkunastu państwach, takich jak Inter Cars, Rhiag/ELIT, Autodis, Wessels+Müller/Trost

czy Stahlgruber, które coraz częściej dokonują łączonych zakupów na rzecz swoich spółek zależnych w kilku krajach lub całej Europie, co istotnie zwiększa wielkość ich zamówień i siłę nabywczą, a przez to możliwość przeciwstawienia się ewentualnym próbom podwyższenia cen lub pogorszenia warunków sprzedaży.

Ważnym argumentem przemawiającym za tym, że przedmiotowa koncentracja nie wywoła negatywnych skutków na analizowanych rynkach wprowadzania do obrotu filtrów oferowanych w segmencie IAM jest również fakt, że możliwości zmiany dostawców na tych rynkach nie są ograniczone umowami dotyczącymi dostaw filtrów. Kontrakty te są zasadniczo zawierane na krótki okres i nie zawierają klauzuli wyłączności. Jednocześnie, jak wynika z opinii dystrybutorów filtrów wyrażonych w trakcie badania rynku, większość z nich jest w stanie w razie potrzeby zwiększyć zakupy filtrów od producentów z innych państw członkowskich względnie szybko i bez konieczności ponoszenia znaczących kosztów.

W związku z powyższym, w ocenie organu antymonopolowego brak jest podstaw do stwierdzenia, iż przedmiotowa koncentracja doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na wyżej wymienionych rynkach wprowadzania do obrotu filtrów oferowanych w segmencie IAM.

Reasumując, w ocenie organu antymonopolowego brak jest podstaw do uznania, że zamierzona koncentracja doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na którymkolwiek ze zidentyfikowanych rynków wspólnych. Marginalny przyrost udziału M+H na rynkach wprowadzania do obrotu filtrów olejowych do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES i filtrów powietrza w silniku do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie OEM/OES nie zmieni w praktyce istniejącej sytuacji rynkowej. Możliwość jednostronnego działania na rynku dostaw tych filtrów i filtrów powietrza w silniku do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie OEM/OES będzie znacznie ograniczona z uwagi na istnienie silnych konkurentów, zdolnych do zrównoważenia ewentualnych negatywnych skutków koncentracji. Ponadto specyfika rynku OEM/OES, złożonego wyłącznie z klientów prowadzących działalność profesjonalną o dużej sile nabywczej, dokonujących zakupu w drodze przetargów i jednoczesnych negocjacji z kilkoma producentami, pozwoli nabywcom filtrów z tego sektora bez trudu przeciwstawić się ewentualnym próbom podnoszenia cen przez dostawców.

Przedmiotowa koncentracja nie spowoduje również negatywnych skutków na rynkach wprowadzania do obrotu filtrów olejowych, filtrów paliwa, filtrów powietrza w silniku oraz filtrów powietrza w kabinie do pojazdów lekkich oferowanych w segmencie IAM, a także

rynku wprowadzania do obrotu filtrów powietrza w kabinie do pojazdów ciężkich oferowanych w segmencie IAM. Rynki te charakteryzują się silną konkurencją między stosunkowo dużą liczbą producentów o zbliżonej pozycji rynkowej, a klienci dokonują na nich zakupów w dużym stopniu w skali europejskiej. Regularnie notuje się na nich wejścia nowych podmiotów oraz przedsiębiorców działających poza Europą. Rośnie także import spoza Europy, zwłaszcza z Azji. Bariery prawne, administracyjne i techniczne, które mogłyby utrudniać lub uniemożliwiać import filtrów z poszczególnych państw członkowskich nie występują, a koszty transportu są marginalne. Również ankietowani dystrybutorzy nie widzą przeszkód, by w razie potrzeby zwiększyć ilość filtrów sprowadzanych z zagranicy. Uczestnicy koncentracji nie będą więc mogli narzucić swoim klientom niekorzystnych warunków sprzedaży lub dokonać znaczącego podwyższenia cen, gdyż ich działania spotkają się z natychmiastową odpowiedzią ze strony ich konkurentów oraz samych odbiorców poszczególnych rodzajów filtrów.

Konkludując należy stwierdzić, że planowana koncentracja spełnia przesłanki określone w art. 18 ustawy o ochronie konkurencji, bowiem w jej wyniku nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku.

W związku z powyższym orzeczono, jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji oraz art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 101 ze zm.) – 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 miesiąca od dnia jej doręczenia.

*Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
DYREKTOR
Departamentu Kontroli Koncentracji
Robert Kamiński*