



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, dnia 23 lutego 2006 r.

DOK3-420/3/05/KO

DECYZJA nr DOK - 12/06

Na podstawie art. 17 w związku z art. 12 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego z wniosku Zakładów Tłuszczowych Kruszwica S.A. z siedzibą w Kruszwicy, Ewico Sp. z o.o. z siedzibą w Brzegu i ZPT „Olvit” Sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku (dawniej Zakłady Przemysłu Tłuszczowego „Olvit” Sp. z o.o. w Gdańsku), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na połączeniu Zakładów Tłuszczowych „Kruszwica” S.A. z siedzibą w Kruszwicy z EWICO Sp. z o.o. z siedzibą w Brzegu i ZPT „Olvit” Sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku.

UZASADNIENIE

W dniu 31 maja 2005 r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej „Prezesem Urzędu” lub „organem antymonopolowym”, zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegającej na połączeniu Zakładów Tłuszczowych Kruszwica S.A. z siedzibą w Kruszwicy (dalej „ZT Kruszwica”), Ewico Sp. z o.o. z siedzibą w Brzegu (dalej „Ewico”) i Zakładów Przemysłu Tłuszczowego „Olvit” Sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku.

Pismem z dnia 4 listopada 2005 r. pełnomocnik Zakładów Przemysłu Tłuszczowego „Olvit” Sp. z o.o. w Gdańsku zawiadomił, iż w związku z przeprowadzonym podziałem Spółki jej następcą prawnym jest ZPT „Olvit” Sp. z o.o. w Gdańsku (dalej „ZPT Olvit”).

W związku z tym, iż:

- 1) spełnione zostały niezbędne przesłanki uzasadniające obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji, bowiem:
 - łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji - w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia zamiaru koncentracji – przekroczył wartość określoną w art. 12 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080), zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji”, tj. równowartość 50 mln EURO,
 - połączenie dwóch lub więcej samodzielnych przedsiębiorców jest jednym ze sposobów koncentracji, określonych w art. 12 ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji,
- 2) nie występuje w tej sprawie żadna okoliczność z katalogu przesłanek wymienionych w art. 13 ustawy o ochronie konkurencji, wyłączająca obowiązek zgłoszenia zamiaru przedmiotowej koncentracji,

Prezes Urzędu pismem z dnia 10 czerwca 2005 r. zawiadomił strony, zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.), o wszczęciu postępowania.

W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

Uczestnicy koncentracji

ZT Kruszwica wchodzi w skład grupy kapitałowej Bunge, na czele której stoi spółka giełdowa (jej akcje notowane są na giełdzie papierów wartościowych w Nowym Jorku NYSE) Bunge Ltd. z siedzibą na Bermudach. Akcjonariuszami Bunge Ltd posiadającymi 5% i więcej głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy tej Spółki są: FMR Corp. (9,71%), Edward C. Johnson^{3d} (9,71%), Abigail P. Johnson (9,71%), Wellington Management Company LLP (8,03%), Franklin Resources, Inc. (7,1%), Charles B. Johnson (7,1%) i Rupert H. Johnson, Jr. (7,1%).

Grupa kapitałowa Bunge jest działającą w skali światowej grupą rolno – spożywczą, prowadzącą działalność w następujących obszarach:

- 1) produkcja i sprzedaż nawozów (działalność ta prowadzona jest w Brazylii i Argentynie),
- 2) pozyskiwanie, przechowywanie, mieszanie oraz sprzedaż nasion roślin oleistych i zbóż,
- 3) przetwórstwo nasion oleistych na oleje i inne produkty uboczne,
- 4) przemiał pszenicy i kukurydzy na potrzeby przemysłu spożywczego, jak i sektora piekarniczego (działalność ta prowadzona jest w Ameryce Północnej i Brazylii).

Ponadto Grupa Bunge zajmuje się wytwarzaniem biopaliw, które stanowią pochodną surowców wykorzystywanych przez Bunge.

Poprzez swoje spółki zależne Grupa Bunge obecna jest w 32 krajach na całym świecie: w Ameryce Północnej, Ameryce Południowej, na Karaibach, w Europie, Afryce Północnej, Bliskim Wschodzie oraz w Azji.

W Europie Grupa Bunge posiada:

– *[tajemnica przedsiębiorstwa]*.

Światowy obrót Grupy w 2004 r. wyniósł *[tajemnica przedsiębiorstwa]*, z tego 35% obrotów Grupa uzyskała na terytorium Europy, 31% na terytorium Ameryki Północnej, 21% na terytorium Ameryki Południowej i 13% na terytorium Azji.

W Polsce Grupa Bunge prowadzi działalność za pośrednictwem utworzonej w dniu 9 lutego 2005 r. Polska Trade Services Sp. z o.o. z siedzibą w Kruszwicy, której przedmiotem działalności jest dystrybucja ziaren i śruty sojowej, i ZT Kruszwica.

Akcje ZT Kruszwica notowane są na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Największym akcjonariuszem tej Spółki jest Bunge Ltd, która za pośrednictwem Koninklijke Bunge BV posiada 82,37% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy ZT Kruszwica. Jej przedmiotem działalności jest pozyskiwanie ziarna, przetwarzanie nasion oleistych, produkcja olejów (surowych i rafinowanych) oraz tłuszczów jadalnych (margaryn). ZT Kruszwica nie posiada podmiotów zależnych.

ZT Kruszwica jest największym w Polsce odbiorcą nasion rzepaku, który jest podstawowym surowcem do produkcji olejów. Rocznie skupuje około *[tajemnica przedsiębiorstwa - § 1 załącznika do niniejszej decyzji]* wyprodukowanych w kraju nasion. Skup prowadzony jest głównie na terenie Polski zachodniej i północnej z obszaru

województw: [tajemnica przedsiębiorstwa - § 2 załącznika do niniejszej decyzji]. Ponadto niewielkie ilości rzepaku Spółka skupuje z terenu województw: [tajemnica przedsiębiorstwa - § 3 załącznika do niniejszej decyzji]. Spółka dokonuje skupu w pierwszej kolejności od producentów, z którymi zawarła umowy kontraktacyjne, a brakujące ilości zakupywane są na wolnym rynku. Rzepak skupowany jest bezpośrednio w ZT Kruszwica oraz poprzez sieć punktów skupu. W 2004 r. udział ZT Kruszwica w krajowym rynku skupu rzepaku wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 4 załącznika do niniejszej decyzji], zaś w 2005 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 5 załącznika do niniejszej decyzji]. Na rynku tym Spółka spotyka się z konkurencją ze strony m.in.: Wielkopolskich Zakładów Tłuszczowych ADM Szamotuły Sp. z o.o. w Szamotułach, Zakładów Tłuszczowych „Bielmar” Sp. z o.o. w Bielsku Białej, Elstar Oils S.A. w Elblągu i Zakładów Tłuszczowych w Bodaczowie Sp. z o.o., które w 2004 r. miały odpowiednio: [tajemnica przedsiębiorstwa - § 6 załącznika do niniejszej decyzji], zaś w 2005 r.: [tajemnica przedsiębiorstwa - § 7 załącznika do niniejszej decyzji] udział w krajowym rynku skupu nasion rzepaku. Ponadto w 2004 r. ok. 20%, zaś w 2005 r. ok. 14% ogółem skupionego w Polsce rzepaku zostało wyeksportowane, głównie do Niemiec.

Olej surowy wyprodukowany przez ZT Kruszwica oraz importowany przez tę Spółkę (głównie z [tajemnica przedsiębiorstwa - § 8 załącznika do niniejszej decyzji]) wykorzystywany jest przez ZT Kruszwica jako surowiec do dalszej produkcji. Jedynie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 9 załącznika do niniejszej decyzji] sprzedawane jest na rzecz innych zakładów tłuszczowych.

Udział Grupy Bunge w europejskim rynku sprzedaży oleju surowego zarówno w 2004 r. jak i w 2005 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 10 załącznika do niniejszej decyzji] (w tym udział ZT Kruszwica poniżej [tajemnica przedsiębiorstwa - § 11 załącznika do niniejszej decyzji]).

Olej rafinowany produkowany przez ZT Kruszwica sprzedawany jest głównie w opakowaniach konsumenckich (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 12 załącznika do niniejszej decyzji] sprzedaży olejów rafinowanych ogółem tej Spółki) pod następującymi markami: „Kujawski z pierwszego tłoczenia” oraz „Olek” (wiodące marki), „Oleo” i „Maestro”. W 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 13 załącznika do niniejszej decyzji] sprzedaży olejów rafinowanych ogółem realizowanej przez ZT Kruszwica stanowił olej rafinowany pochodzący z importu – głównie z [tajemnica przedsiębiorstwa - § 14

załącznika do niniejszej decyzji], który sprzedawany był pod markami „Floriol” i „Kruszwicki”. Dystrybucja olejów rafinowanych w opakowaniach konsumenckich prowadzona jest za pośrednictwem dwóch kanałów:

- tradycyjnego – bezpośrednia sprzedaż do hurtowników – za pośrednictwem tego kanału Spółka w 2004 r. sprzedała ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 15 załącznika do niniejszej decyzji] wolumenu olejów roślinnych,
- poprzez klientów kluczowych tzw. „Key Account” – bezpośrednia sprzedaż na rzecz sieci detalicznych – w 2004 r. za pośrednictwem tego kanału ZT Kruszwica sprzedała ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 16 załącznika do niniejszej decyzji] wolumenu olejów roślinnych.

Natomiast sprzedaż olejów w opakowaniach przemysłowych (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 17 załącznika do niniejszej decyzji]) jest prowadzona albo za pośrednictwem hurtowników, albo bezpośrednio przez ZT Kruszwica do piekarni, cukierni, drobnego/średniego przemysłu cukierniczego itp.

ZT Kruszwica jest największym producentem olejów sprzedawanych przez super- i hipermarkety pod „marką własną” (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 18 załącznika do niniejszej decyzji] produkcji olejów rafinowanych ogółem tej Spółki).

W 2004 r. ZT Kruszwica eksportowała oleje jadalne do [tajemnica przedsiębiorstwa - § 19 załącznika do niniejszej decyzji], a obecnie buduje sieć dystrybucyjną w [tajemnica przedsiębiorstwa - § 20 załącznika do niniejszej decyzji].

Szacunkowy udział Grupy Bunge w rynku sprzedaży olejów rafinowanych, obejmującym Polskę, Czechy, Słowację, Niemcy, Austrię, Litwę, Łotwę i Estonię zarówno w 2004 r., jak i 2005 r., wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 21 załącznika do niniejszej decyzji].

ZT Kruszwica produkuje tłuszcze roślinne zarówno białe (do pieczenia, gotowania i płytkiego smażenia), jak i żółte (do smarowania pieczywa). Ich sprzedaż odbywa się, w zależności od opakowania, następującymi kanałami: tradycyjnym i Key Account (w opakowaniach konsumenckich) oraz tradycyjnym i bezpośrednio do producentów (w opakowaniach przemysłowych).

ZT Kruszwica jest największym producentem margaryn sprzedawanych przez super- i hipermarkety pod „marką własną” (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 22 załącznika do

niniejszej decyzji] produkcji tłuszczów roślinnych tej Spółki ogółem). Margaryny konsumenckie produkowane przez ZT Kruszwica sprzedawane są m.in. pod markami: „Palma z Kruszwicy”, „Zwykła z Kruszwicy”, „Mleczna z Kruszwicy”, „Ola” i „Roślinne z Kruszwicy”. W strukturze sprzedaży tłuszczów roślinnych przeważają tłuszcze w opakowaniach przemysłowych (*[tajemnica przedsiębiorstwa - § 23 załącznika do niniejszej decyzji]*).

Udział Grupy Bunge w regionalnym rynku tłuszczów roślinnych, obejmującym Polskę, Czechy, Słowację, Niemcy, Austrię, Litwę, Łotwę i Estonię w 2004 r., wyniósł ok. *[tajemnica przedsiębiorstwa - § 24 załącznika do niniejszej decyzji]* i utrzymał się na tym samym poziomie w 2005 r.

Ewico jest spółką typu joint venture, w której po 50% udziałów należy do Cereol Holding B.V. z siedzibą w Rotterdamie, Holandia (przedsiębiorca należący do Grupy Bunge) i przedsiębiorcy Pana Jerzego Staraka.

Głównym przedmiotem działalności Ewico jest produkcja i sprzedaż oleju nieprzetworzonego (ok. *[tajemnica przedsiębiorstwa - § 25 załącznika do niniejszej decyzji]*) wyprodukowanego przez Ewico oleju nieprzetworzonego przeznaczone jest do dalszej odsprzedaży, w tym *[tajemnica przedsiębiorstwa - § 26 załącznika do niniejszej decyzji]* na eksport do *[tajemnica przedsiębiorstwa - § 27 załącznika do niniejszej decyzji]*, pozostałe ok. *[tajemnica przedsiębiorstwa - § 28 załącznika do niniejszej decyzji]* poddawane jest rafinacji).

Działalność produkcyjną Spółka prowadzi w oparciu o nabyty w 2004 r. od syndyka masy upadłości Kama Foods S.A. w Brzegu zakład przetwarzania nasion oleistych. W związku z rozpoczęciem działalności produkcyjnej Ewico rozpoczęło także działalność w zakresie skupu rzepaku, głównie z terenu województwa *[tajemnica przedsiębiorstwa - § 29 załącznika do niniejszej decyzji]*. Skup prowadzony jest zarówno bezpośrednio od producentów, jak i od pośredników. Udział Ewico w krajowym rynku skupu rzepaku w 2004 r. wyniósł ok. *[tajemnica przedsiębiorstwa - § 30 załącznika do niniejszej decyzji]*, zaś w 2005 r. ok. *[tajemnica przedsiębiorstwa - § 31 załącznika do niniejszej decyzji]*.

W związku z tym, iż Ewico nie posiada własnej rozlewni cały produkowany olej rafinowany sprzedawany jest luzem bezpośrednio do przemysłu spożywczego, zaś olej surowy do producentów biopaliw.

Spółka nie posiada podmiotów zależnych.

Udział Ewico w europejskim rynku sprzedaży oleju surowego wyniósł w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 32 załącznika do niniejszej decyzji], zaś w 2005 r. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 33 załącznika do niniejszej decyzji]. Natomiast w rynku sprzedaży oleju rafinowanego obejmującym Polskę, Czechy Słowację, Niemcy, Austrię, Litwę, Łotwę i Estonię zarówno w 2004 r., jak i 2005 r. udział Ewico był marginalny.

ZPT Olvit jest w 99,99% spółką zależną od Olvit BV z siedzibą w Amsterdamie, Holandia. Jej przedmiotem działalności jest produkcja i sprzedaż olejów jadalnych i tłuszczów roślinnych.

ZPT Olvit od 1999 r. nie prowadzi skupu nasion oleistych oraz nie zajmuje się produkcją oleju nieprzetworzonego. Produkcja olejów rafinowanych i tłuszczów roślinnych odbywa się w oparciu o oleje surowe pochodzące z importu (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 34 załącznika do niniejszej decyzji]) i zakupione u krajowych producentów.

W 2004 r. ZPT Olvit importował oleje surowe i rafinowane głównie z krajów [tajemnica przedsiębiorstwa - § 35 załącznika do niniejszej decyzji], natomiast eksportował swoje wyroby do [tajemnica przedsiębiorstwa - § 36 załącznika do niniejszej decyzji].

Produkowane przez ZPT Olvit oleje rafinowane i tłuszcze roślinne sprzedawane są głównie w opakowaniach przemysłowych (odpowiednio [tajemnica przedsiębiorstwa - § 37 załącznika do niniejszej decyzji] wolumenu produkcji olejów i [tajemnica przedsiębiorstwa - § 38 załącznika do niniejszej decyzji] wolumenu produkcji tłuszczów). Ponadto ZPT Olvit produkuje margaryny sprzedawane przez supermarkety pod „marką własną”. W 2004 r. produkcja ta stanowiła ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 39 załącznika do niniejszej decyzji] produkcji tłuszczów roślinnych tej Spółki ogółem.

ZPT Olvit sprzedaje produkty w opakowaniach detalicznych bezpośrednio sieciom handlowym (hiper- i supermarketom, sklepom dyskontowym) oraz hurtownikom, którzy odsprzedają je podhurtownikom, sieciom detalicznym oraz niewielkim punktom sprzedaży detalicznej. Produkty w opakowaniach przemysłowych sprzedawane są przez ZPT Olvit albo bezpośrednio do przemysłu spożywczego albo hurtownikom, którzy dokonują ich dalszej odsprzedaży.

Oleje rafinowane w opakowaniach konsumenckich produkowane przez ZPT Olvit sprzedawane są m.in. pod markami: „Universalny”, „Roślinny” i „Złotopolski”, zaś margaryny konsumenckie pod markami: „Pani domu”, „Mleczna”, „Palma”, „Złotopolska”, „Zosia”.

Spółka nie posiada podmiotów zależnych.

Udziały ZPT Olvit w rynku sprzedaży oleju rafinowanego obejmującym Polskę, Czechy, Słowację, Niemcy, Austrię, Litwę, Łotwę i Estonię oraz w rynku sprzedaży tłuszczów roślinnych obejmującym Polskę, Czechy Słowację, Niemcy, Austrię, Litwę, Łotwę i Estonię zarówno w 2004 r. jak i w 2005 r. wyniósł odpowiednio [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 40 załącznika do niniejszej decyzji*].

Decyzją nr DOK – 180/05 z dnia 30 grudnia 2005 r. Prezes Urzędu wydał zgodę na przejęcie przez Olvit – Pro Sp. z o.o. w Warszawie kontroli nad Zakładami Przemysłu Tłuszczowego w Warszawie S.A. z siedzibą w Warszawie, zaś decyzją nr DOK – 11/06 z dnia 23 lutego 2006 r. na połączenie ZT Kruszwica i Olvit – Pro Sp. z o.o.

Zakres i przyczyny koncentracji

Zamierzona koncentracja zostanie dokonana w formie połączenia w trybie art. 492 § 1 pkt 1 Kodeksu Spółek Handlowych, zgodnie z którym cały majątek (aktywa i pasywa) Ewico i ZPT Olvit zostanie przeniesiony na rzecz ZT Kruszwica w zamian za akcje, które ZT Kruszwica wyda wspólnikom spółek przejmowanych (Ewico i ZPT Olvit).

Powyższa transakcja zostanie zrealizowana na podstawie „Umowy o wspólnym nabyciu i łączeniu” zawartej [*tajemnica przedsiębiorstwa*]. Zgodnie z ww. Umową struktura własnościowa ZT Kruszwica po połączeniu z Olvit – Pro Sp. z o.o., Ewico i ZPT Olvit przedstawiać się będzie następująco: [*tajemnica przedsiębiorstwa*].

Jak podają wnioskodawcy, przedmiotowa transakcja stanowi [*tajemnica przedsiębiorstwa*]. Strony zakładają, że planowana koncentracja przyniesie poprawę jakości oferowanych produktów oraz rozszerzenie gamy produktowej o nowe bądź udoskonalone produkty, dając konsumentom większą możliwość i swobodę wyboru towarów spełniających ich oczekiwania. Połączony podmiot będzie miał większe możliwości szybkiego reagowania na zmieniające się gusta konsumentów.

Zgodnie z przedstawionym przez strony postępowania zarysem strategii rozwoju połączonych przedsiębiorców nowy podmiot w pierwszym okresie po połączeniu podejmować będzie działania [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 41 załącznika do niniejszej decyzji*].

W trakcie postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje:

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

W myśl art. 4 pkt 8 ustawy o ochronie konkurencji, przez rynek właściwy rozumie się rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji. A zatem rynek ten wyznaczają dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

W przedmiotowej koncentracji rynkami produktowymi wspólnymi dla uczestników koncentracji są: rynek skupu rzepaku, rynek sprzedaży olejów nieprzetworzonych (surowych), rynek sprzedaży olejów rafinowanych i rynek sprzedaży tłuszczów roślinnych. W rynku produktowym tłuszczów roślinnych można wyróżnić tłuszcze białe, wykorzystywane m.in. do gotowania, pieczenia i płytkiego smażenia, oraz tłuszcze żółte, wykorzystywane głównie do smarowania pieczywa. Jednakże z uwagi na fakt, iż do produkcji obydwu rodzajów tłuszczów wymagane są podobne procesy technologiczne obejmujące mieszanie, krystalizację i utwardzanie (produkcja odbywa się w oparciu o te same linie technologiczne), opakowania oraz surowce, a różnica pomiędzy nimi dotyczy jedynie wielkości opakowania i rodzaju odbiorcy należy uznać, iż należą one do jednego rynku produktowego. Takie podejście zgodne jest z decyzjami Komisji Europejskiej¹.

W ocenie organu antymonopolowego właściwym rynkiem geograficznym dla **skupu rzepaku** jest co najmniej rynek krajowy. Za takim określeniem rynku przemawia fakt, iż skup rzepaku w Polsce prowadzony jest głównie w oparciu o umowy kontraktacyjne zawierane z producentami nasion rzepaku. Ponadto zakłady tłuszczowe współpracują z rolnikami poprzez realizację m.in.: programów badawczo – rozwojowych, mających na celu polepszenie zbiorów, jakości nasion i technik magazynowania, szkoleń, konferencji i seminariów, na których m.in. prezentowane są współczesne technologie upraw rzepaku, ochrony pól, zbiorów

¹ por. m.in. Decyzja Komisji w sprawie nr COMP/M.3044 ADM/Pura z dnia 3 kwietnia 2003 r. i nr COMP/M.3188 ADM/VBDO z 31 lipca 2003 r.

itp. Jednakże istnieją przesłanki uznania rynku skupu rzepaku w aspekcie geograficznym jako rynku szerszego niż krajowy. Przemawiają za tym następujące argumenty:

- 1) reforma Wspólnej Polityki Rolnej, przeprowadzona w 1992 r. (Plan Mac Sharry'ego) wprowadziła zasadniczą zmianę w sposobie finansowego wspierania rolnictwa, w tym produkcji roślin oleistych. W roku gospodarczym 1993/94 zniesiono działania interwencyjne na rynku roślin oleistych (zniesiono ceny urzędowe i dotacje wypłacane przetwórcom nasion oleistych). Ponadto włączyła ona rynek Wspólnoty w ramy światowego rynku roślin oleistych, na którym ceny kształtuje swobodnie popyt i podaż,
- 2) włączenie Polski w obszar Jednolitego Rynku Europejskiego spowodowało zniesienie ochrony celnej polskiego rynku nasion oleistych przed importem zarówno z obszaru poszerzonej Unii Europejskiej, jak i krajów trzecich (przed dniem 1 maja 2004 r. cło na nasiona rzepaku wynosiło 27%),
- 3) import nasion oleistych do Unii Europejskiej z krajów trzecich odbywa się na warunkach bezcłowych (brak barier celnych, kontyngentowych i taryfowych, które mogłyby stanowić przeszkodę w prowadzeniu działalności w zakresie skupu rzepaku na terenie całej Europy),
- 4) eksport nasion oleistych z Unii Europejskiej do krajów trzecich nie jest subsydiowany i licencjonowany,
- 5) krajowa cena rzepaku w znaczącej mierze uzależniona jest od sytuacji podaży–popytowej na rynku europejskim oraz od cen obowiązujących na paryskiej giełdzie towarowej MATIF,
- 6) Polska jest znaczącym eksporterem rzepaku (w 2004 r. odbiorcami polskiego rzepaku były przede wszystkim kraje Unii Europejskiej – Niemcy, Dania i Wielka Brytania),
- 7) otwarcie polskiego rynku skupu rzepaku dla firm zagranicznych spowodowało dalszy wzrost konkurencji na rynku – obecnie firmy niemieckie proponują polskim producentom rzepaku oraz pośrednikom w skupie tego surowca podpisywanie kontraktów na sprzedaż rzepaku do niemieckich zakładów produkujących oleje. Zwiększony popyt na rzepak w krajach Unii Europejskiej wynika z ustawodawstwa unijnego dotyczącego biopaliw, a co za tym idzie zapotrzebowanie na surowiec do wytwarzania estrów jest bardzo duże, oraz surowych norm dotyczących żywności zmodyfikowanej genetycznie, która wyklucza import soi na rynek Unii Europejskiej.

W toku postępowania Prezes Urzędu zwrócił się do 6 konkurentów ZT Kruszwica i Ewico o ocenę rynku skupu rzepaku w aspekcie geograficznym. Zdaniem jednego z nich jest to rynek światowy, dwaj uznali, że jest to rynek europejski, jeden przedsiębiorca wskazał na rynek obejmujący obszar Polski i krajów ościennych, zaś dwaj pozostali stwierdzili, że jest to rynek krajowy (na uwagę zasługuje fakt, że wśród tych ostatnich przedsiębiorców jeden nie prowadzi skupu rzepaku, drugi zaś dokonał oceny w oparciu o swoje dotychczasowe kontakty handlowe, przy czym na pytanie dotyczące zakupów rzepaku poza granicami kraju w przypadku braku tego surowca w Polsce odpowiedział, że dążyłby do pozyskiwania surowca na rynkach zagranicznych). Ponadto, jak wynika z informacji uzyskanych od skupujących rzepak 6 producentów olejów rafinowanych i tłuszczów roślinnych, w przypadku ograniczonych możliwości zakupu rzepaku na krajowym rynku (np. w efekcie nieurodzaju) byłiby oni skłonni szukać dostawców poza granicami Polski (Litwa, Słowacja, Czechy, Niemcy, a nawet Australia i Kanada). Argumentowali to m.in. tym, iż:

- a. poczynione przez nich w ostatnich latach inwestycje w zakresie zwiększenia możliwości przerobowych powodują, że aby utrzymać rentowność konieczne jest utrzymanie produkcji na dotychczasowym poziomie,
- b. pozostawienie niewykorzystanych mocy przerobowych przynosi ewidentne straty bezpośrednie, a także powoduje utratę rynku zbytu na gotowe produkty.

Jedynie jeden z respondentów wskazał, że w przypadku ograniczonych możliwości zakupu rzepaku na krajowym rynku zmuszony byłby do dostosowania wielkości produkcji olejów i tłuszczów roślinnych do ilości skupionego rzepaku. Uzasadniał to wysokimi kosztami zakupu surowca poza granicami kraju. Jednakże na uwagę zasługuje fakt, iż przetwórca ten dokonał zakupu rzepaku poza granicami kraju – w Słowacji i na Ukrainie, łącznie w ilości stanowiącej ok. 7,1% jego zakupów tego surowca ogółem w 2005 r.

Ponadto, jak wskazują konkurenci, ceny rzepaku w Polsce i za granicą kształtują się na zbliżonym poziomie, różną je jedynie doliczane koszty transportu w przypadku importu tego surowca do kraju (cena rzepaku z importu łącznie z kosztami transportu jest o od 4,4% do 12-16% wyższa w porównaniu z cenami rzepaku nabywanego w Polsce).

Z uwagi na fakt, iż koszty transportu czynią taki zakup nieopłacalnym w przypadku gdy odległość dostawy przekracza 400-500 km rynek skupu rzepaku w aspekcie geograficznym w ocenie Prezesa Urzędu mógłby zostać uznany za rynek obejmujący Polskę oraz kraje ościenne (Niemcy, Czechy, Słowacja, Ukraina, Białoruś, Litwa, Łotwa i Estonia).

Za rynek właściwy w aspekcie geograficznym dla *olejów nieprzetworzonych* należy uznać rynek europejski, gdyż:

- 1) od dnia 1 maja 2004 r. obowiązuje w Polsce unijna Wspólna Organizacja Rynku olejów i tłuszczów ustanowiona w 1966 r. Rozporządzeniem Rady Nr 136/66/EWG i następnie kilkakrotnie reformowana (ostatnia zmiana Reforma WPR z 26 czerwca 2003 r.),
- 2) nie istnieją bariery celne, kontyngentowe czy taryfowe, które mogłyby stanowić przeszkodę w prowadzeniu działalności w zakresie produkcji i sprzedaży olejów nieprzetworzonych na terenie całej Europy,
- 3) brak jakichkolwiek barier w handlu zagranicznym potwierdza również proces harmonizacji standardów dotyczących procesu tłoczenia nasion roślin oleistych na poziomie Unii Europejskiej,
- 4) brak znaczących barier wejścia na rynek, brak istotnych różnic cenowych oraz niskie koszty transportu w przypadku oleju luzem świadczą o istnieniu podobnych warunków konkurencji w Polsce oraz większości krajów europejskich,
- 5) olej nieprzetworzony importowany jest do Polski z takich państw, jak: Indonezja, Malezja, kraje Unii Europejskiej, Rumunia, Ukraina (na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie – Centrum Analityczne Administracji Celnej – w 2004 r. import oleju surowego do Polski wyniósł ok. 186 mln litrów, co stanowiło ok. 45% produkcji krajowej ogółem, zaś od stycznia do września 2005 r. sprowadzono do Polski ok. 102 mln litrów oleju surowego),
- 6) ceny oleju nieprzetworzonego ustalane są na międzynarodowych rynkach towarowych w oparciu o ceny rzepaku na giełdach, m.in. w Paryżu i Rotterdamie.

Powyższe stanowisko Prezesa Urzędu zgodne jest z definicją rynku oleju surowego zatwierdzoną przez Komisję Europejską, która definiuje rynek oleju nieprzetworzonego jako obejmujący Europejski Obszar Gospodarczy, a nawet rynek światowy².

Niezależnie od powyższego w toku postępowania Prezes Urzędu zwrócił się do 6 konkurentów ZT Kruszwica i Ewico o ocenę rynku oleju surowego w aspekcie geograficznym. Z ich oceny wynika, iż jest to rynek: światowy (jedna odpowiedź), szerszy

² decyzja Komisji Europejskiej nr COMP/M.3044. ADM/PURA z dnia 3 kwietnia 2003 r.

niż krajowy, tj. obejmujący obszar Polski i krajów ościennych (trzy odpowiedzi), natomiast dwóch oceniło go jako rynek krajowy (przy czym jeden z nich nie jest producentem oleju surowego, a jedynie jego importerem; drugi dokonał oceny jedynie w oparciu o swoje kontakty handlowe – sprzedaż oleju surowego realizuje na terenie Polski, okazjonalnie w małych ilościach, ze względu na wykorzystanie wyprodukowanego oleju nieprzetworzonego do produkcji margaryn i konfekcjonowania; ponadto na uwagę zasługuje fakt, iż ponad 50% zapotrzebowania na olej surowy przedsiębiorca ten pokrywa z importu).

W przypadku *olejów rafinowanych oraz tłuszczów roślinnych* za rynek właściwy w aspekcie geograficznym należy uznać co najmniej obszar Polski oraz Niemiec, Czech, Słowacji, Austrii, Litwy, Łotwy i Estonii, gdyż:

- 1) nie istnieją bariery celne (przed dniem 1 maja 2004 r. cło importowe w obrotach handlowych Polski z krajami Unii Europejskiej wynosiło 86% dla oleju rzepakowego i 40% dla margaryn), kontyngentowe czy taryfowe, które mogłyby stanowić przeszkodę do prowadzenia działalności w zakresie produkcji i sprzedaży olejów rafinowanych i tłuszczów roślinnych na terenie całej Europy,
- 2) w okresie od stycznia do listopada 2005 r. import olejów rafinowanych do Polski wyniósł ponad 250 tys. ton tj. o 2,5% więcej w porównaniu z 2004 r. (w 2004 r. import oleju rafinowanego do Polski stanowił ok. 43% produkcji krajowej ogółem), tłuszczów roślinnych ok. 60 tys. ton (na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie – Centrum Analityczne Administracji Celnej), co stanowiło ok. 13,3% produkcji tłuszczów roślinnych ogółem w Polsce, natomiast import margaryn był o 55% większy w porównaniu z 2004 r. i wyniósł ok. 19 tys. ton (w 2004 r. import margaryn stanowił ok. 5% produkcji margaryn ogółem w Polsce)³,
- 3) w okresie od stycznia do listopada 2005 r. wyeksportowano ok. 99 tys. ton oleju rzepakowego tj. niemal czterokrotnie więcej niż w analogicznym okresie 2004 r., natomiast eksport margaryn był o ok. 66% większy i wyniósł ok. 30 tys. ton³,
- 4) brak jest prawnych, technicznych i praktycznych barier w dystrybucji produktów w całej Europie,

³ na podstawie Rynek rolny, Analizy, Tendencje, Oceny, Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej Gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej, Program wieloletni 2005 – 2009, luty 2006 – str. 17 rynek rzepaku (www.ierigz.waw.pl/documents/RYNEK_02.pdf)

- 5) brak jakichkolwiek barier w handlu zagranicznym potwierdza również proces harmonizacji standardów dotyczących składu, produkcji i oznaczenia produktów na poziomie Unii Europejskiej,
- 6) brak znaczących barier wejścia na rynek, bardzo podobne upodobania konsumentów, brak istotnych różnic cenowych świadczą o istnieniu podobnych warunków konkurencji w Polsce oraz większości krajów europejskich,
- 7) zbliżone koszty produkcji oleju rafinowanego w Polsce i w Niemczech (Niemcy są największym producentem olejów i tłuszczów roślinnych w Unii Europejskiej)⁴,
- 8) skłonność konsumentów do eksperymentowania z innymi niż rodzime tradycjami kulinarnymi.

W toku postępowania Prezes Urzędu zwrócił się do 6 konkurentów ZT Kruszwica i ZPT Olvit o ocenę rynku sprzedaży olejów jadalnych i tłuszczów roślinnych w aspekcie geograficznym. Z otrzymanych informacji wynika, iż trzech z nich ocenia rynek olejów jadalnych jako rynek krajowy (przy czym jeden z nich nie jest producentem oleju rafinowanego jadalnego, a jedynie jego importerem; drugi dokonał oceny jedynie w oparciu o swoje kontakty handlowe), dwóch przedsiębiorców uznało, że jest to rynek obejmujący obszar Polski i krajów ościennych, jeden zaś wskazał, że jest to rynek europejski.

W odniesieniu do tłuszczów roślinnych konkurenci ocenili ten rynek jako rynek szerszy niż krajowy, tj. obejmujący obszar Polski i krajów ościennych. Jeden z respondentów ocenił ten rynek jako rynek europejski.

Powyższe stanowisko znalazło potwierdzenie przedstawicieli Krajowego Zrzeszenia Producentów Rzepaku na spotkaniu w Urzędzie w dniu 10 stycznia 2006 r., którzy ocenili rynek produktów z rzepaku (olej nieprzetworzony, olej rafinowany oraz tłuszcze roślinne) jako rynek europejski.

Natomiast z informacji uzyskanych od 8 spośród 11 objętych badaniem odbiorców olejów rafinowanych i tłuszczów roślinnych, w przypadku podwyższenia przez polskich producentów o 5% lub więcej cen olejów jadalnych, margaryn i innych tłuszczów jadalnych byłiby oni skłonni szukać dostawców poza granicami Polski (w dwóch przypadkach nawet o 1%, zaś w jednym przypadku o 2 – 3%). W ocenie odbiorców oleje i margaryny należą do

⁴ na podstawie opracowania pt. „Regionalna Integracja Polskiego Sektora Olejarskiego” opracowanego na zlecenie ZT Kruszwica przez LMC International Ltd., wrzesień 2005 (str. 26-27 tabela 22 i tabela 23).

grupy produktów bardzo wrażliwych cenowo w związku z tym nawet niewielka podwyżka ceny może spowodować, że zaczną oni poszukiwać zagranicznych źródeł dostaw. Wśród potencjalnych dostawców wskazują oni m.in. następujące firmy: ADM Noblee & Thorl GmbH w Niemczech, Palma Tumys a.s. na Słowacji, Setuza a.s. w Czechach, Aarhus United A/S w Danii, Karlshamns AB w Szwecji, TK Trade na Litwie, Greek Trade w Grecji i Romulo w Hiszpanii.

W tym miejscu nie sposób pominąć kwestii porównywalności zarówno jakościowej, jak i cenowej olejów jadalnych i tłuszczów roślinnych, którą również podnieśli odbiorcy tych asortymentów – jeden z nich wskazał, iż cena 1 litra oleju tej samej marki u dostawców w Czechach była niższa o ok. 10% niż u dostawcy krajowego. Powyższe znalazło również potwierdzenie w wypowiedzi Prezesa Polskiego Stowarzyszenia Producentów Margaryny, z której wynika, iż zagraniczne koncerny po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej „zaczęły bezpardonową walkę o nasz rynek”. W jego ocenie „nawet duzi polscy producenci nie stanowią dla unijnych koncernów poważnego zagrożenia i aby obronić swoją pozycję, będą musieli połączyć siły”. Ponadto jak wynika z wypowiedzi współwłaściciela firmy dystrybucyjnej Ambassador 92, zagraniczne koncerny oferują hurtownikom margarynę o kilka groszy taniej niż polscy konkurenci (patrz www.ppr.pl/arttykul.php?id=124887 – Walka o polską margarynę, 16.05.2005 r.).

Jednakże z uwagi na fakt, iż dla odbiorców decydujące znaczenie (jak podkreślano w odpowiedziach) mają: termin dostawy, ciągłość dostaw i możliwości magazynowe, a koszty transportu wyrobów w opakowaniach rosną wraz z odległością, rynek olejów jadalnych oraz tłuszczów roślinnych w aspekcie geograficznym w ocenie Prezesa Urzędu powinien obejmować Polskę i kraje sąsiednie.

Na tak określonych rynkach uczestnicy koncentracji osiągnęli w 2005 r. następujące udziały:

Tabela 1

		Grupa Bunge ⁵	Ewico	ZPT Olvit	łączy udział
skup rzepaku	rynek krajowy	[tajemnica przedsiębiorstwa - § 42 załącznika do niniejszej decyzji]			
	Polska i kraje ościenne				

⁵ udział w rynku Grupy Bunge – obejmuje zarówno udział Grupy jak i udziały rynkowe Olvit – Pro Sp. z o.o. i Zakładów Przemysłu Tłuszczowego w Warszawie S.A.

oleje nieprzetworzone	
olej rafinowany	
tłuszcze roślinne	

Zgodnie z postanowieniami rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 3 kwietnia 2002 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. 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%.

Jak wynika z Tabeli nr 1 niniejsza koncentracja ma wpływ na krajowy rynek **skupu rzepaku**, który ujawnia się w układzie horyzontalnym (poziomym), gdyż przedsiębiorcy w niej uczestniczący zaangażowani są na tym samym rynku produktowym, a koncentracja doprowadzi do uzyskania w tym rynku udziału w wysokości większej niż 20%.

Od dnia 1 maja 2004 r. ceny roślin oleistych na rynku unijnym kształtują swobodnie relacje popytu i podaży. Unia Europejska nie stosuje ochrony zewnętrznej w sektorze oleistych. Import nasion z krajów trzecich odbywa się na warunkach bezcłowych. Eksport nasion z Unii Europejskiej do krajów trzecich nie jest subsydiowany i licencjonowany.

Rzepak jest podstawową rośliną oleistą uprawianą w Polsce oraz podstawowym surowcem do produkcji olejów i tłuszczów roślinnych. Nasiona roślin oleistych są tłoczone i przetwarzane na śrutę i olej surowy, który w kolejnych etapach przetwarzania (rafinacji) jest uzdatniany do spożycia w formie olejów jadalnych i tłuszczów roślinnych. W 2005 r. w Polsce powierzchnia upraw rzepaku wyniosła ok. 500 tys. ha (w ocenie specjalistów do uprawy rzepaku nadaje się ogółem ok. 1 mln ha gruntów). Produkcja rzepaku koncentruje się w województwach północnych, zachodnich i południowo - zachodnich. Wysoki udział tych rejonów w produkcji rzepaku wynika m.in. z położenia, tj. w dogodnej dla rzepaku strefie glebowo – klimatycznej. Dużą rolę odgrywa również dobrze rozwinięty na tych terenach przemysł tłuszczowy.

W sezonie 2004/2005 zbiory rzepaku w Polsce przekroczyły 1,6 mln ton i były dwukrotnie większe w porównaniu z sezonem 2003/2004. Na rynku krajowym wystąpiła duża przewaga podaży nad popytem na nasiona oleiste. Polska jest znaczącym eksporterem nasion rzepaku (w 2004 r. eksport nasion rzepaku wyniósł 298,3 tys. ton, zaś w 2005 r. ok. 190 tys. ton), natomiast zgodnie z informacjami zawartymi na str. 17 opracowania Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej Rynek rolny, Analizy, Tendencje, Oceny, Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej Gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej, Program wieloletni 2005 – 2009, luty 2006 rynek rzepaku (www.ierigz.waw.pl/documents/RYNEK_02.pdf) od stycznia do listopada 2005 r. sprowadzono do Polski ok. 117 tys. ton nasion oleistych (tj. o ok. 42% więcej niż w analogicznym okresie 2004 r.). Odbiorcami polskiego rzepaku są przede wszystkim kraje Unii Europejskiej – Niemcy, Dania i Wielka Brytania, natomiast surowiec ten sprowadzamy głównie z Niemiec i Ukrainy. Zwiększony popyt na rzepak w krajach Unii Europejskiej wynika z ustawodawstwa unijnego dotyczącego biopaliw, a co za tym idzie zapotrzebowanie na surowiec do wytwarzania estrów jest bardzo duże, oraz surowych norm dotyczących żywności zmodyfikowanej genetycznie, które wykluczają import soi na rynek Unii Europejskiej.

Podobna sytuacja utrzymała się na rynku rzepaku w sezonie 2005/2006 z powodu wysokiej produkcji w Polsce przekraczającej 1,4 mln ton, i wysokich zapasów. Natomiast zgodnie z przewidywaniami Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej⁶ w sezonie 2006/2007 krajowe zasoby rzepaku będą prawdopodobnie niższe niż w sezonie 2005/2006 z uwagi na przewidywany spadek zbiorów i niższy stan zapasów. Jednocześnie możliwy jest wzrost zapotrzebowania rynku wewnętrznego na olej rzepakowy dla celów przemysłowych, głównie do produkcji biopaliw. Dlatego w sezonie 2006/2007 na rynku rzepaku może wystąpić niedobór podaży, a więc Polska z eksportera nasion rzepaku może się stać importerem tego surowca.

Unijna dyrektywa z 2003 r. o biopaliwach (Dyrektywa 2003/30/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 maja 2003 r. w sprawie wspierania użycia w transporcie biopaliw lub innych paliw odnawialnych), której celem jest promowanie użycia biopaliw lub innych odnawialnych paliw do zastąpienia oleju napędowego lub benzyny stosowanych w transporcie w każdym z Państw Członkowskich, zakłada, iż do 2010 r. udział biopaliw

⁶ źródło: Analiza rynkowa Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej „Rynek rzepaku stan i perspektywy” listopad 2005

w paliwach płynnych powinien wynieść 5,75% ich wartości energetycznej. Dyrektywa ta nałożyła na Państwa Członkowskie obowiązek wprowadzenia w życie, najpóźniej do dnia 31 grudnia 2004 r. przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych, niezbędnych do wykonywania niniejszej dyrektywy. W 2005 r. zużycie biopaliw powinno wynieść w Polsce nie mniej niż 0,5%. Obecnie najczęściej biopaliw stosują Szwecja (3%), Austria (2,5%), Belgia, Hiszpania, Francja, Niemcy, Litwa, Łotwa, Portugalia i Słowacja (po 2%). Mniejszy udział biopaliw niż Polska ma Finlandia, Malta i Wielka Brytania.

Zgodnie z raportem Europejskiej Agencji Środowiska (EEA Briefing 2004/04 Biopaliwa dla transportu: odkrywanie powiązań pomiędzy sektorami energetyki i rolnictwa), opublikowanym na stronie internetowej http://reports.eea.eu.int/briefing_2004_04/pl „dyrektywa o biopaliwach ma wpływ na zapotrzebowanie na szereg roślin uprawnych w Europie: rośliny oleiste (rzepak, słonecznik i soja) do przetwarzania na biodiesel, rośliny skrobiowe (pszenica) i buraki cukrowe, dostarczające surowców do produkcji bioetanolu, zastępującego benzynę. Aktualne struktury cenowe i zapotrzebowanie na żywność w Europie i na świecie oznaczają, że wzrost zapotrzebowania na biopaliwa można tylko częściowo osiągnąć poprzez obniżenie produkcji żywności z potencjalnych roślin biopaliwowych. Zatem całkowita powierzchnia uprawna przeznaczona na produkcję płodów rolnych prawdopodobnie wzrośnie. Badania wskazują, że rośliny biopaliwowe będą zajmować od 4% do 13% ogólnej powierzchni agrarnej w EU – 25 (w zależności od wyboru roślin i rozwoju technologii), jeżeli cel 5,75% ustalony w dyrektywie o biopaliwach ma być w pełni osiągnięty.”

Ze względu na konieczność dostosowania polskich przepisów do wymagań przyjętych w Unii Europejskiej uchwalona została ustawa z dnia 2 października 2003 r. o biokomponentach stosowanych w paliwach ciekłych i biopaliwach ciekłych (Dz. U. Nr 199, poz. 1934 ze zm.). Ustawa ta reguluje:

- 1) zasady wytwarzania, magazynowania i obrotu biokomponentami stosowanymi w paliwach ciekłych i biopaliwach ciekłych;
- 2) zasady wykorzystywania surowców rolniczych do wytwarzania biokomponentów;
- 3) obowiązki i zasady odpowiedzialności podmiotów wprowadzających do obrotu biokomponenty;
- 4) wymagania jakościowe dla biokomponentów;
- 5) zasady monitorowania rynku biokomponentów.

Zgodnie z tą ustawą do wytwarzania biokomponentów mogą być wykorzystywane wyłącznie:

- 1) surowce rolnicze zakontraktowane na podstawie umowy kontraktacji zawartej między pierwszym przetwórcą lub wytwórcą a producentem rolnym lub
- 2) surowce rolnicze pochodzące z produkcji własnej pierwszych przetwórców lub wytwórców, lub
- 3) produkty uboczne i odpady pozyskane na podstawie umowy dostawy, lub
- 4) surowy spirytus rolniczy lub surowy olej rzepakowy wytworzone z surowców rolniczych oraz produktów ubocznych i odpadów, dostarczanych wytwórcy przez pierwszego przetwórcę w ramach umowy dostawy.

Umowy kontraktacyjne między pierwszym przetwórcą lub wytwórcą a producentem rolnym winny być zawierane na okres nie krótszy niż 5 lat i powinny zawierać w szczególności:

- 1) określenie ilości i źródła pochodzenia surowców rolniczych, produktów ubocznych i odpadów, surowego spirytusu rolniczego, surowego oleju rzepakowego oraz biokomponentów przewidzianych do dostarczenia wytwórcy, pierwszemu przetwórcy lub producentowi w poszczególnych latach obowiązywania umowy;
- 2) podstawy określenia ceny za kwintal dostarczonego surowca rolniczego albo hektolitr surowego spirytusu rolniczego lub surowego oleju rzepakowego;
- 3) określenie minimalnych wymagań jakości surowca rolniczego albo surowego spirytusu rolniczego lub surowego oleju rzepakowego uzgodnionych przez strony;
- 4) termin płatności za dostarczone surowce rolnicze albo surowy spirytus rolniczy lub surowy olej rzepakowy nie dłuższy niż 30 dni od dnia dostarczenia tych surowców;
- 5) termin obowiązywania umowy;
- 6) określenie odpowiedzialności stron z tytułu niedotrzymania warunków umowy;
- 7) postanowienia dotyczące zmiany i rozwiązania umowy.

W związku z tym, iż Trybunał Konstytucyjny wyrokiem z dnia 21 kwietnia 2004 r., sygn. akt K 33/03 (opublikowanym w Dz. U. Nr 109, poz. 1160 z dnia 12 maja 2004 r.) orzekł niezgodność z Konstytucją RP części postanowień ustawy o biokomponentach stosowanych w paliwach ciekłych i biopaliwach ciekłych, co spowodowało ustanie obowiązku stosowania biokomponentów w paliwach ciekłych, trwają prace nad nowelizacją ustawy (zgodnie z informacją wicedyrektora Kazimierza Żmudy z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, przytoczoną przez Polską Agencję Prasową w dniu 12 stycznia 2005 r., a zamieszczoną na stronie internetowej www.wnp.pl/chemia, do końca marca 2006 r. ma być przygotowany i przekazany do konsultacji projekt nowelizacji ustawy o biopaliwach).

W ocenie Krajowego Zrzeszenia Producentów Rzepaku (www.kzpr.com.pl) produkcja biopaliw w Polsce przyniesie m.in. następujące korzyści:

- 1) poprawę płodozmianu poprzez zwiększenie zasiewów rzepaku - udział rzepaku w strukturze zasiewów wynosi w Polsce jedynie 3-5%; analizy Instytutu Uprawy, Nawożenia i Gleboznawstwa w Puławach wykazują, że produkcję można podwoić, aby to jednak uczynić potrzebny jest popyt ze strony przemysłu przetwórczego na cele techniczne, gdyż rynek spożywczy jest praktycznie nasycony,
- 2) aktywizację polskiej wsi poprzez możliwość wykorzystania części ziem leżących odłogiem do produkcji rzepaku.

Wejście w życie znowelizowanej ustawy o biopaliwach oraz przewidywane zyski na produkcji estrów do wytwarzania biodiesla (według informacji znajdującej się w Gazecie Prawnej z dnia 30 stycznia 2006 r. „Biopaliwa dla tych, którzy zdobędą rzepak” do końca 2007 r. w Polsce będzie działać do 10 instalacji do produkcji estrów rzepakowych, które są biokomponentem dodawanym do oleju napędowego, o łącznej zdolności mogącej sięgać nawet 1 mln ton estrów rocznie; będą więc one potrzebować ok. 1 mln ton oleju rzepakowego rocznie) spowodują, iż wzrośnie zapotrzebowanie na surowiec (nasiona rzepaku) oraz pojawi się konkurencja dla dotychczasowych odbiorców oleju rzepakowego.

W sezonie 2004/05 krajowe olejarnie przerobiły ponad 1,1 mln ton nasion rzepaku, tj. o ok. 49% więcej w porównaniu z rokiem 2003, natomiast w sezonie 2005/2006 zgodnie z przewidywaniami Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej przerób rzepaku zwiększył się do ok. 1,2 mln ton (o 6,7%).

Krajowe ceny rzepaku w znaczącej mierze wyznacza sytuacja podaży-popytu na rynku europejskim, zmieniające się notowania paryskiej giełdy MATIF i kurs złotego względem euro.

Polscy producenci olejów i tłuszczów roślinnych pozyskują nasiona rzepaku z terenu całej Polski poprzez ich skup bezpośrednio od rolników na podstawie umów kontraktacyjnych lub od pośredników na podstawie umów kontraktacyjnych lub umów kupna – sprzedaży (w istocie są to jedynie różne formy prawne regulujące sprzedaż, stąd też w ocenie Prezesa Urzędu w niniejszej sprawie nie można ich uznać za dwa odrębne rynki w aspekcie produktowym).

Na podstawie danych przedstawionych przez strony zgłoszenia w 2004 r. największy udział w krajowym rynku skupu osiągnęły: ZT Kruszwica [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 43 załącznika do niniejszej decyzji*], ADM Szamotuły [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 44 załącznika do niniejszej decyzji*], Ewico (spółka rozpoczęła działalność w 2004 r. na bazie majątku produkcyjnego upadłych Zakładów Tłuszczowych w Brzegu) [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 45 załącznika do niniejszej decyzji*] i ZPT Warszawa [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 46 załącznika do niniejszej decyzji*], zaś w 2005 r. ADM Szamotuły [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 47 załącznika do niniejszej decyzji*], ZT Kruszwica [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 48 załącznika do niniejszej decyzji*], Ewico [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 49 załącznika do niniejszej decyzji*], ZT Bodaczów [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 50 załącznika do niniejszej decyzji*], i Elstar [*tajemnica przedsiębiorstwa - § 51 załącznika do niniejszej decyzji*].

W przypadku uznania rynku skupu rzepaku w aspekcie geograficznym za rynek szerszy niż krajowy udział przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji wynosiłby poniżej 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.

W toku przeprowadzonego postępowania nie zidentyfikowano żadnych rynków, na które przedmiotowa koncentracja może wywierać wpływ w układzie wertykalnym (pionowym). Wprawdzie uczestnicy koncentracji działają na rynkach poprzedniego i następnego szczebla obrotu, to jednak ich udziały w tych rynkach nie przekraczają 30%.

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, gdyż żaden z uczestników koncentracji nie dysponuje udziałem w jakimkolwiek rynku, na którym prowadzi działalność, przekraczającym próg 40 %.

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. Zgodnie z art. 4 pkt 9 tej ustawy przez pozycję dominującą rozumie się pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%.

Organ antymonopolowy uznając za zasadne wyrażenie zgody na dokonanie przedmiotowej koncentracji, wziął pod uwagę następujące przesłanki:

1. W przedmiotowej koncentracji rynkami wspólnymi dla uczestników koncentracji są: rynek skupu rzepaku określony jako co najmniej krajowy, europejski rynek sprzedaży olejów nieprzetworzonych (surowych), rynek sprzedaży olejów rafinowanych obejmujący obszar Polski oraz Niemiec, Czech, Słowacji, Austrii, Litwy, Łotwy i Estonii i rynek sprzedaży tłuszczów roślinnych obejmujący obszar Polski oraz Niemiec, Czech, Słowacji, Austrii, Litwy, Łotwy i Estonii.
2. W przypadku uznania, iż rynek rzepaku w aspekcie geograficznym jest rynkiem krajowym przedmiotowa koncentracja będzie wywierała wpływ na ten rynek w układzie horyzontalnym. Uwzględniając strukturę podmiotową rynku obecną oraz potencjalną wynikającą z wejścia w życie ustawy o biopaliwach – na rynku tym funkcjonują

przedsiębiorcy o ustabilizowanej pozycji rynkowej (największy konkurent ADM Szamotuły w 2005 r. osiągnął udział w rynku krajowym wynoszący ok. [tajemnica przedsiębiorstwa - § 52 załącznika do niniejszej decyzji]), oraz udział w rynku łączących się przedsiębiorców - w wyniku planowanej koncentracji wielkość udziału powstałego w wyniku połączenia przedsiębiorcy w polskim rynku skupu rzepaku nie osiągnie udziału rodzącego domniemanie uzyskania pozycji dominującej (w 2005 r. przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji osiągnęli łączny udział w rynku wynoszący [tajemnica przedsiębiorstwa - § 53 załącznika do niniejszej decyzji]). Należy zatem uznać, iż przedsiębiorca powstały po połączeniu nie będzie miał możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów oraz kontrahentów.

3. W przypadku uznania rynku skupu rzepaku w aspekcie geograficznym za rynek szerszy niż krajowy udział przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji wynosiłby poniżej 20%, a zamierzona koncentracja nie będzie wywierała wpływu na ten rynek w układzie horyzontalnym.
4. Brak jest rynków właściwych, na które koncentracja wywierałaby wpływ w układzie wertykalnym i konglomeratowym.

Reasumując, należy stwierdzić, iż planowana koncentracja spełnia przesłanki określone w art. 17 ustawy o ochronie konkurencji. Postępowanie w sprawie wykazało, że połączenie ZT Kruszwica z Ewico i ZPT Olvit nie przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku, stąd orzeczono jak w sentencji.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji w związku z art. 479²⁸ § 2 i § 3 k.p.c. od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów

DYREKTOR
Departamentu Ochrony Konkurencji
Monika Bychowska

Otrzymują:

Zakłady Tłuszczowe "Kruszwica" S.A. w Kruszwicy

ZPT „Olvit” Sp. z o.o. w Gdańsku

i

EWICO Sp. z o.o. w Brzegu