

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

DDF1-411/36/02/DR

Warszawa, 2003.02.14

Decyzja nr DDF-4/2003

Na podstawie art. 17 w związku z art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaje zgodę na dokonanie koncentracji polegającej na przejściu przez Żywiec Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie kontroli nad Cornaxpol Sp. z o.o. z siedzibą w Biłgoraju, poprzez nabycie części majątku przedsiębiorstwa, stanowiącej zespół środków służących do prowadzenia działalności w zakresie dystrybucji piwa.

UZASADNIENIE

W dniu 31 października 2002 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „organem antymonopolowym”, na podstawie art. 44 ust. 1 w związku z art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319 ze zm.), zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”, wszczął na złożony w terminie wniosek Żywiec Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, zwanej dalej „Żywiec Trade”, postępowanie antymonopolowe w sprawie koncentracji polegającej na przejściu przez Żywiec Trade części majątku Cornaxpol Sp. z o.o. z siedzibą w Biłgoraju, zwanej dalej „Cornaxpol”, służącej do prowadzenia działalności w zakresie dystrybucji piwa.

Z uzyskanych od wnioskodawcy informacji wynika, że łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji – w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia zamiaru koncentracji - przekroczył 50 mln EURO. Wobec spełnienia przesłanek art. 12 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 oraz niewystąpienia żadnej z przesłanek wymienionych w art. 13 pkt 1 lit. a) i pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, na przedsiębiorcy przejmującym kontrolę spoczywał obowiązek zgłoszenia organowi antymonopolowemu zamiaru przedmiotowej koncentracji.

Uczestnicy koncentracji.

Grupa kapitałowa **Heineken International B.V.** z siedzibą w Holandii, do której należy Żywiec Trade, prowadzi działalność na międzynarodowym rynku produkcji i dystrybucji piwa i napojów bezalkoholowych. Do powszechnie znanych w skali międzynarodowej produktów Grupy Heineken należą takie marki jak: „Heineken”, „Amstel”, „Murphy's Irish Stout” oraz piwo bezalkoholowe „Buckler”. W Polsce Grupa Heineken prowadzi działalność poprzez największą grupę browarniczą - Grupę Żywiec, skupiającą browary: Żywiec, EB, Leżajsk i Warka. Grupa Żywiec jest wyłącznym właścicielem

następujących marek piwa produkowanych w Polsce: „Żywiec”, „Warka Jasne Pełne”, „Warka Strong”, „Tatra Pils”, „Tatra Mocne”, „EB”, „Leżajsk”, „Pałacowe”, „Podkarpackie”, „Heineken”, „Special”, „Krakus” i „Hevelius”. Sprzedaż piwa ww. marek prowadzona jest na terenie całego kraju poprzez sieć spółek dystrybucyjnych. Grupa Heineken z [tajemnica przedsiębiorstwa] % udziałem w polskim rynku piwa wyprzedza Kompanię Piwowarską z [tajemnica przedsiębiorstwa] % udziałem oraz Carlsberg Okocim z udziałem [tajemnica przedsiębiorstwa] %. Liczni producenci piwa należący do Grupy Heineken wytwarzają także wiele lokalnych gatunków piwa, które pozostają nieznanymi szerszemu kręgowi odbiorców na świecie.

Żywiec Trade w całości zależna jest od Żywiec S.A. i prowadzi działalność w zakresie dystrybucji piwa na obszarze województw: małopolskiego, podkarpackiego, świętokrzyskiego i lubelskiego. Działalność ta obejmuje obszar w promieniu 160 km na północ, 100 km na południe, 260 km na wschód i 50 km na zachód od siedziby Spółki. Przedmiotem obrotu Żywiec Trade są następujące marki piwa: Żywiec – 76,5 % ogólnej wielkości sprzedaży, Warka – 3,3 %, Tatra – 11,5 %, Krakus – 6,9 %, Heineken – 0,5 %, inne piwa krajowe (Tyskie, Lech, Okocim, Perła) - 1,1 % oraz zagraniczne (Palm, Faxe) – 0,2 %. Spółka Żywiec Trade w 2001 r. sprzedała [tajemnica przedsiębiorstwa] hl piwa - co stanowiło [tajemnica przedsiębiorstwa] % udziału w rynku krajowym i [tajemnica przedsiębiorstwa] % w rynku obejmującym obszar działania Spółki.

Cornaxpol Sp. z o.o. nie należy do żadnej grupy kapitałowej. Spółka prowadzi działalność w zakresie dystrybucji piwa i napojów bezalkoholowych na terenie powiatów: biłgorajskiego, janowskiego, niżańskiego, zamojskiego, jarosławskiego, lubaczowskiego, przemyskiego, kraśnickiego, opolskiego, tomaszewskiego, hrubieszowskiego, zamojskiego, leżajskiego, stalowowolskiego, łańcuckiego, chełmskiego, włodawskiego, krasnostawskiego, puławskiego, dęblińskiego, mieleckiego i dębickiego, które łącznie stanowią część województw podkarpackiego i lubelskiego. W ofercie Cornaxpolu znajduje się 35 marek piwa, z czego 7 marek produkowanych jest przez Grupę Żywiec - EB, Heineken, Hevelius, Leżajsk, Warka Jasne, Warka Strong i Żywiec. Sprzedaż tych wyrobów stanowi 60 % całej sprzedaży Spółki. W 2000 r. i 2001 r. Cornaxpol zaopatrywał się w piwo Grupy Żywiec w Żywiec Trade oraz Rapid Żywiec Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie, a także u innych, niezależnych od Żywca S.A., przedsiębiorców. Spółka Cornaxpol w 2001 r. sprzedała [tajemnica przedsiębiorstwa] hl piwa, co stanowiło ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % udziału w rynku krajowym i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % w rynku obejmującym obszar działania Spółki. Na obszarze swojej działalności Cornaxpol spotyka się z konkurencją kilkunastu firm dystrybucyjnych. Po zrealizowaniu przedmiotowej koncentracji działalność Cornaxpolu ograniczy się do wynajmu posiadanych magazynów dla Żywiec Trade i ewentualnie do handlu artykułami spożywczymi z wyjątkiem piwa, napojów i wody mineralnej.

Planowana koncentracja polegać będzie na przejściu przez Żywiec Trade części majątku Cornaxpolu, służącej do prowadzenia działalności w zakresie dystrybucji piwa na obszarze Jarosławia i Biłgoraju. Deklarowanym przez zgłaszającego celem koncentracji jest obniżenie kosztów prowadzonej działalności przez Żywiec Trade, a także podwyższenie jakości oferowanych usług do poziomu wypracowanego przez Grupę Żywiec. Ponadto Żywiec Trade oczekuje, iż zwiększeniu ulegnie efektywność dystrybucji produktów, gdyż część z nich dostarczana będzie bezpośrednio do odbiorcy docelowego (pub, sklep), bez pośrednictwa dodatkowego podmiotu.

Organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:

Zgodnie z przesłanką art. 17 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu w drodze decyzji wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, w wyniku której nie powstanie lub nie umocni się pozycja dominująca i wskutek czego konkurencja na rynku nie

zostanie istotnie ograniczona. Ocena oddziaływania koncentracji na stan konkurencji wymaga określenia rynków właściwych zarówno w aspekcie produktowym, jak i geograficznym, na które koncentracja wywiera wpływ.

Rynek właściwy.

W ocenie organu antymonopolowego rynkiem właściwym, na który planowana koncentracja wywiera wpływ w aspekcie produktowym, jest rynek dystrybucji piwa, gdyż zarówno Żywiec Trade, jak i cała Grupa Żywiec oraz Cornaxpol prowadzą działalność w tym zakresie: Grupa Żywiec na krajowym rynku produkcji i dystrybucji piwa, a bezpośredni uczestnicy na rynkach lokalnych rozłącznych. Jak wcześniej wskazano, Żywiec Trade prowadzi działalność na terenie województw: małopolskiego, podkarpackiego, świętokrzyskiego i lubelskiego, natomiast Cornaxpol na obszarze obejmującym część województwa podkarpackiego i lubelskiego. Wprawdzie zarówno Żywiec Trade, jak i Cornaxpol obecne są na obszarze tych dwóch województw, to jednak każda z tych spółek prowadzi działalność w innej jego części, a więc obszar ich działalności nie pokrywa się. Oznacza to, że nie występuje wspólny dla uczestników koncentracji rynek w aspekcie geograficznym. Piwo w Polsce produkowane jest w ponad 80 browarach. Do najbardziej liczących się producentów należą: Grupa Żywiec (browary: Żywiec, EB, Leżajsk i Warka) z blisko [tajemnica przedsiębiorstwa]32,5 % udziałem w rynku, Kompania Piwowarska (browary: Tyskie Gronie i Lech Premium) kontrolowana przez południowoafrykański SABMiller z udziałem w rynku około [tajemnica przedsiębiorstwa] %, Carlsberg Okocim (Browary: Okocim, Piast Wrocław, Kasztelan Sierpc i Bosman Szczecin), którego inwestorem strategicznym jest duński Carlsberg - z [tajemnica przedsiębiorstwa] % udziałem w rynku oraz Brau Union Polska (browary: Warszawskie, Van Pur Rzeszów i Kujawiak Bydgoszcz), kontrolowany przez austriacki koncern BBAG, z udziałem w rynku około [tajemnica przedsiębiorstwa] %.

Krajowy rynek odbiorców piwa jest zróżnicowany i rozproszony. Szacuje się, że na rynku tym funkcjonuje około 1-2 tysięcy hurtowni, 100 tysięcy sklepów mających koncesję na sprzedaż piwa oraz kilkadziesiąt tysięcy lokali gastronomicznych. Podmioty te konkurują ze sobą, a stopień konkurencji jest przeważnie determinowany obszarem działania poszczególnych firm. Typowymi odbiorcami piwa są: duża hurtownia – dystrybucja na terenie od kilku powiatów do kilku województw, sprzedaż roczna od kilkudziesięciu do kilkuset tys. hl, mała hurtownia (tzw. podhurt) – dystrybucja na terenie do kilku powiatów, sprzedaż roczna od kilku do kilkudziesięciu tys. hl, sieci handlowe – kilka/kilkanaście punktów sprzedaży detalicznej, należącej do jednego właściciela lub powiązanych wzajemną umową, różny poziom sprzedaży rocznej w zależności od wielkości i zasięgu geograficznego sieci, gastronomia – puby i restauracje, oferujące głównie piwo w pojemnikach typu KEG, ale również w butelkach i puszkach, sprzedaż roczna od kilkudziesięciu do kilkuset hl.

Grupa Żywiec prowadzi dystrybucję własnych marek piwa za pośrednictwem swoich spółek zależnych działających na terenie całego kraju. Każda z tych spółek prowadzi działalność na wyznaczonym dla niej obszarze. Na terenie działania Żywiec Trade, dla piwa będącego w dystrybucji tej firmy, usługi dystrybucyjne świadczy Żywiec Trade lub spółki z Grupy Żywiec. W Grupie Żywiec funkcjonują umowy z tzw. hurtowniami preferowanymi, tzn. tymi, które były dystrybutorami poszczególnych browarów z Grupy Żywiec przed ich fuzją. Żywiec Trade zawarła ok. 20 umów na czas nieokreślony z trzymiesięcznym okresem wypowiedzenia, gwarantujących korzystniejsze warunki sprzedaży piwa dla tych odbiorców. Umowy te dotyczą części asortymentu Grupy Żywiec oferowanego przez Żywiec Trade. Ponadto Żywiec Trade zawarła umowy o współpracy z innymi hurtowniami, w których określono zasady sprzedaży produktów Grupy Żywiec.

W toku przeprowadzonego postępowania organ antymonopolowy ustalił, iż przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji na rynku lokalnym spotykają się z konkurencją

hurtowni dostarczających piwo innych, konkurencyjnych wobec Grupy Żywiec, marek. Jednocześnie organ antymonopolowy stwierdził, że koncentracja wywiera wpływ na rynek w układzie wertykalnym, bowiem Żywiec Trade jest dostawcą piwa dla Cornaxpolu, a ok. 60 % sprzedaży Cornaxpolu stanowi piwo marek należących do Grupy Żywiec. Jednak wobec niewystępowania wspólnego dla uczestników koncentracji rynku geograficznego koncentracja nie wywiera wpływu na rynek dystrybucji piwa w układzie horyzontalnym. Należy zauważyć, że w dłuższej perspektywie w wyniku koncentracji może nastąpić na omawianym rynku lokalnym zwiększenie udziału piwa marek należących do Grupy Żywiec, gdyż w ocenie organu antymonopolowego, jednym z celów koncentracji jest poszerzenie rynku dystrybucji piwa o obszar Jarosławia i Biłgoraju. Możliwość ta wynika z faktu, że po przejęciu działalności Cornaxpolu w zakresie dystrybucji piwa Grupa Żywiec zwiększy ofertę piwa własnych marek, w miejsce obcych marek dotychczas sprzedawanych za pośrednictwem Cornaxpolu. Zwiększenie to, w ocenie organu antymonopolowego, nie spowoduje jednak istotnego ograniczenia konkurencji, bowiem jego skala będzie odnosiła się tylko do tej części sprzedaży Cornaxpolu, która dotyczy marek piwa innych niż należące do Grupy Żywiec. Ponadto, jak wykazało postępowanie, rynek dystrybucji piwa jest rynkiem otwartym i o zróżnicowanej strukturze, tak po stronie podażowej (różne kanały dystrybucji) jak i popytowej (duża liczba odbiorców). Powyższe ustalenia prowadzą do wniosku, że przedmiotowa koncentracja nie spowoduje umocnienia pozycji dominującej Żywiec Trade na lokalnym rynku dystrybucji piwa, wskutek czego konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona.

Reasumując należy stwierdzić, że przedmiotowy zamiar koncentracji spełnia przesłanki określone w art. 17 ustawy antymonopolowej i nie stwarza zagrożenia dla konkurencji.

Biorąc powyższe pod uwagę orzeczono jak w sentencji.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 Instytucji Finansowych,
Usług i Rolnictwa
Marek Wojtkiewicz