



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DOK3-421/23/04/EP

Warszawa, 2004-10-20

DECYZJA Nr DOK - 107/2004

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 (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyduje zgodę na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Norauto S.A. z siedzibą w Sainghinen Melantois (Francja) kontroli nad Magneti Marelli Services S.p.A. z siedzibą w Corbetta Milan (Włochy).

UZASADNIENIE

W dniu 19 sierpnia 2004 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. z 2003 r. Nr 86, poz. 804), zwanej dalej także „ustawą”, wszczął na wniosek Norauto S.A. z siedzibą w Sainghinen Melantois (Francja), zwanej dalej „Norauto”, postępowanie antymonopolowe w sprawie koncentracji, polegającej na przejęciu przez tę Spółkę kontroli nad Magneti Marelli Services S.p.A. z siedzibą w Corbetta Milan (Włochy), zwaną dalej „M.M.S.”

Z wniosku zgłoszeniowego wynika, że planowana koncentracja spełnia przesłanki art. 12 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 oraz nie spełnia żadnej z przesłanek art. 13 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, wobec czego na spółce Norauto spoczywał obowiązek zgłoszenia przedmiotowego zamiaru.

Uczestnicy koncentracji

Norauto stoi na czele Grupy, do której należy 15 spółek zależnych, których siedziby znajdują się w krajach Unii Europejskiej oraz w Argentynie. Grupa jest właścicielem jednej z najbardziej liczących się międzynarodowych sieci w dziedzinie kompleksowej obsługi samochodów. Pierwsze Auto Centrum Norauto – połączenie sklepu motoryzacyjnego ze stacją obsługi - powstało we Francji w 1970 r. Obecnie sieć liczy 351 punktów usługowych, w tym: Francja – 244, Belgia – 48, Hiszpania – 32, Polska – 10, Włochy – 9, Portugalia – 4 i Argentyna – 4. Centra Norauto prowadzone są także pod szyldami: MAXAUTO, AUTO 5 oraz CARTER CASH.

Akcjonariuszami Norauto są: [tajemnica przedsiębiorstwa] – 29% akcji, [tajemnica przedsiębiorstwa] – 5%, [tajemnica przedsiębiorstwa] – 2,9%, [tajemnica przedsiębiorstwa] – 6% oraz około 150-200 osób fizycznych – 57,1%.

W Polsce Norauto prowadzi działalność za pośrednictwem spółki zależnej Norauto Polska Sp. z o.o., dalej: „Norauto Polska”, której siedziba znajduje się w Warszawie. Działalność tej Spółki polega na prowadzeniu centrów samochodowych. Pierwsze Auto Centrum Norauto w Polsce powstało w 1998 roku. Obecnie istnieje 10 punktów Norauto, z tego: 7 usytuowanych przy centrach handlowych Auchan (po jednym w Warszawie, Gdańsku, Bielsku-Białej, Katowicach, Płocku i 2 w Poznaniu) oraz 3 usytuowane przy centrach handlowych M1, tj. w Warszawie, Zabrzu i Poznaniu. Powierzchnia każdego centrum wynosi od 1000m² do 1200m², na co składa się sklep o powierzchni około 700m² (część handlowa i magazyn) oraz stacja o powierzchni około 500m².

M.M.S. należy do holdingu Magneti Marelli, stanowiącego część Grupy FIAT. Spółki należące do Grupy FIAT prowadzą działalność w dziesięciu podstawowych sektorach, w tym w produkcji:

- samochodów osobowych i dostawczych (Fiat Auto),
- maszyn rolniczych i budowlanych (CNH Global),
- ciężarówek i samochodów dostawczych (Iveco),
- luksusowych samochodów sportowych (Ferrari i Maserati),
- komponentów motoryzacyjnych (Magneti Marelli),
- sprzętu i systemów produkcyjnych (Comau)

oraz w usługach (Business Solutions) i w dziedzinie wydawnictw i komunikacji (Itedi).

W Polsce Grupa FIAT jest obecna za pośrednictwem 22 spółek (19 zależnych i 3 powiązanych), które prowadzą działalność we wszystkich ww. dziedzinach z wyjątkiem wydawnictw i komunikacji oraz produkcji luksusowych samochodów sportowych.

Firma Magneti Marelli produkuje części i podzespoły samochodowe na skalę światową. Jej bezpośrednimi odbiorcami są tacy producenci samochodów, jak: Fiat, Alfa-Romeo, Lancia, Iveco, Seat i wiele innych, a do jej producentów należą m.in.: Spica, Descam, Solex, Weber.

M.M.S., przedsiębiorca pasywny rozpatrywanej koncentracji, jest właścicielem sieci stacji szybkich napraw samochodów. Placówki sieci działają pod szyldem Midas. Do sieci należy obecnie 607 centrów usytuowanych w Europie, w tym: Francja - 359, Hiszpania - 118, Belgia - 48, Włochy - 45, Austria - 10, Szwajcaria - 2, Polska - 5 i Portugalia - 7, a także 9 centrów w Brazylii, i 4 w Maroku. W Polsce sieć Midas posiada 5 placówek, z czego 4 znajdują się w Warszawie i jedna w Bydgoszczy.

Przyczyny koncentracji

Planowana koncentracja zostanie dokonana - zgodnie z umową sprzedaży akcji M.M.S. zawartą pomiędzy Magneti Marelli Holding S.p.A. oraz Norauto - po uzyskaniu zgody organów antymonopolowych we Francji i w Polsce.

Bezpośrednim deklarowanym celem koncentracji jest przejęcie przez Norauto kontroli nad komplementarną pod względem usytuowania w miastach siecią stacji szybkiej obsługi pojazdów, bowiem stacje działające pod szyldem Midas lokowane są w centrach miast przy ciągach komunikacyjnych, natomiast centra samochodowe należące do Norauto znajdują się najczęściej na peryferiach miast w sąsiedztwie hipermarketów. Koncentracja stwarza Norauto możliwość pozyskania nowych klientów oraz pozostania przy dotychczasowej polityce niskich cen dzięki obniżeniu i racjonalizacji kosztów. Osiągnięcie tego efektu koncentracji jest konieczne ze względu na zachowanie przez obie sieci obsługi samochodów niezależności od producentów pojazdów samochodowych. Norauto deklaruje ponadto, że po dokonaniu koncentracji sieć Midas będzie prowadziła w dalszym ciągu działalność pod własnym szyldem.

Organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 17 ustawy Prezes Urzędu w drodze decyzji wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, w wyniku której konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona,

w szczególności poprzez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku. Przez pozycję dominującą, zgodnie z art. 4 pkt 9 ustawy, 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%. Ocena oddziaływania koncentracji na stan konkurencji wymaga określenia rynków właściwych zarówno w aspekcie produktowym, jak i geograficznym, na które koncentracja wywiera wpływ.

W myśl art. 4 pkt 8 ustawy 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 zasadniczo dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

Rynek właściwy

Jak wynika z opisu działalności przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji, właściwymi dla niej rynkami produktowymi są: rynek usług w zakresie konserwacji i napraw pojazdów samochodowych (PKD 50.20) oraz rynek sprzedaży części zamiennych (PKD 50.30), na których prowadzą działalność obaj uczestnicy koncentracji.

Placówki należące do sieci Norauto prowadzą sprzedaż części zamiennych i akcesoriów w sklepie samoobsługowym oraz świadczą usługi konserwacji i naprawy samochodów, w tym instalację wyposażenia samochodowego. Usługi obejmują: serwis opon, wymianę oleju, przeglądy, diagnostykę, wymianę płynów, regulację świateł, montaż sprzętu audio i wymianę innych części i akcesoriów samochodowych, nie obejmują natomiast tzw. napraw ciężkich, które wymagają unieruchomienia samochodu na kilka dni.

Placówki należące do sieci Midas specjalizują się w wykonywaniu kilku podstawowych napraw i czynności konserwacyjnych, a mianowicie: wymianie tłumików, amortyzatorów, klocków hamulcowych i opon. Do tych części samochodowych i akcesoriów ogranicza się także sprzedaż prowadzona przez te placówki.

Określając rynek właściwy w aspekcie geograficznym należy wziąć pod uwagę, na jakim obszarze dostępne są usługi oferowane przez uczestników koncentracji. W przypadku przedmiotowej koncentracji obaj jej uczestnicy prowadzą działalność w krajach europejskich, jednak uwzględniając praktykę decyzyjną Komisji Europejskiej należy rynek usług

konserwacji i napraw pojazdów samochodowych określić jako rynek o zasięgu lokalnym (zob. Sprawa nr IV/M 1526 Ford/Kwik-Fit, Sprawa nr comp/M 2087 Feu Vert/Carrefour/Autocenter Delauto). Uzasadnieniem dla takiego określenia rynku geograficznego działalności stacji obsługi pojazdów samochodowych są zachowania użytkowników samochodów, którzy korzystają z usług stacji obsługi samochodów położonych w pobliżu ich miejsca zamieszkania. Wobec powyższego rynkami właściwymi w aspekcie geograficznym w odniesieniu do rynku konserwacji i napraw pojazdów samochodowych są rynki: Warszawy, Poznania, Gdańska, Bielska-Białej, Katowic, Płocka i Zabrze wraz z obszarami położonymi w promieniu około 15 km, natomiast rynkiem wspólnym dla obu uczestników koncentracji jest rynek warszawski.

Takie ograniczenie rynku geograficznego nie występuje natomiast w odniesieniu do rynku sprzedaży części zamiennych i akcesoriów samochodowych. Rynek ten ma wymiar co najmniej krajowy. Zgodnie jednak z zasadą, określoną w art. 1 ust. 2 ustawy, przedmiotowa koncentracja powinna zostać oceniona pod względem skutków, jakie wywoła na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

W Polsce zarówno rynek usług naprawy i konserwacji pojazdów samochodowych, jak i rynek sprzedaży części i akcesoriów samochodowych są rynkami konkurencyjnymi, na których prowadzi działalność bardzo wielu przedsiębiorców. Obok sieci stacji obsługi działalność prowadzą także niezależne stacje obsługi, stacje dealerskie należące do producentów samochodów lub przez nich autoryzowane oraz tradycyjne warsztaty samochodowe. Również na rynku sprzedaży części i akcesoriów samochodowych obok sieci szybkiej obsługi występują niezależni wyspecjalizowani sprzedawcy i hurtownie, producenci samochodów i ich dealerzy, a także małe sklepy motoryzacyjne i stacje benzynowe. Łączny udział uczestników koncentracji nie przekracza 20% w żadnym z ww. rynków produktowych ani na rynku krajowym, ani na rynku aglomeracji warszawskiej.

Skutki koncentracji

Przedstawione wyżej ustalenia organu antymonopolowego w odniesieniu do rynków właściwych dla przedmiotowej koncentracji prowadzą do wniosku, że przedmiotowa koncentracja nie wywiera wpływu na żaden rynek właściwy w układzie horyzontalnym i w układzie wertykalnym.

Pojęcia rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym i wertykalnym, zostały określone w punkcie 7.2 Wykazu Informacji i Dokumentów, stanowiącego załącznik do rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 3 kwietnia 2002 r.

w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. Nr 37 poz. 334). 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 %.

Rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym jest każdy rynek produktowy, na którym przynajmniej potencjalnie może wystąpić powiązanie typu dostawca-odbiorca i równocześnie indywidualny lub łączny udział uczestników koncentracji przekracza 30% na tym rynku. W przypadku przedmiotowej koncentracji mogą wprawdzie potencjalnie wystąpić powiązania o charakterze wertykalnym pomiędzy jej uczestnikami, jednak nie posiadają oni ani indywidualnie, ani łącznie udziału w rynku przekraczającego 30%.

W związku z wymogiem przedstawienia informacji o rynkach właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym, strona zgłaszająca zamiar przedstawiła wniosek o uznanie zgłoszenia - mimo braku tych informacji – za spełniające wymogi określone w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 3 kwietnia 2002 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców. Organ antymonopolowy przychylił się do tego wniosku uznając, że informacje te nie są niezbędne do wydania decyzji w niniejszej sprawie, bowiem w wyniku realizacji koncentracji Grupa Fiat, po stronie której mogą występować rynki konglomeratowe, utraci całkowicie kontrolę nad M.M.S., a tym samym nad siecią centrów samochodowych działających jako Grupa Midas. Oznacza to, że pozycja rynkowa Grupy Fiat nie będzie w przyszłości oddziaływać na działalność uczestników koncentracji, a zatem fakt występowania rynków konglomeratowych, na których prowadzą działalność przedsiębiorcy należący do grupy Fiat, nie jest istotny- dla oceny skutków rozpatrywanej koncentracji.

Jak wynika z powyższych ustaleń, ponieważ koncentracja polegająca na przejęciu przez Norauto kontroli nad M.M.S., do której należy Grupa Midas, nie wywiera wpływu na rynek właściwy, w wyniku jej realizacji konkurencja nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności poprzez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na tym rynku. Oznacza to, że spełnione zostały przytoczone wcześniej przesłanki art. 17 ustawy. Wobec powyższego orzeczono jak w sentencji.

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

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
DYREKTOR
Departamentu Ochrony Konkurencji
Piotr Mück

Otrzymuje:

Norauto S.A., Francja

Za pośrednictwem pełnomocnika

Pani Agnieszki Łupińskiej
Dariusz Tokarczuk i Wspólnicy
Kancelaria Prawna GLN
Spółka komandytowa
ul. Ks. I. Skorupki 5
00-546 Warszawa