



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, 23 maja 2023 r.

DKK-2.420.1.2023.MG

DECYZJA nr DKK- 113/2023

Na podstawie art. 18 w związku z art. 13 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (j.t. Dz. U. z 2021 r., poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Spółdzielni Mleczarskiej „Mlekoop” z siedzibą w Grajewie oraz „JOGO” Łódzkiej Spółdzielni Mleczarskiej z siedzibą w Łodzi, **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na połączeniu się Spółdzielni Mleczarskiej „Mlekoop” z siedzibą w Grajewie z „JOGO” Łódzką Spółdzielnią Mleczarską z siedzibą w Łodzi.

UZASADNIENIE

W dniu 6 marca 2023 r. do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) wpłynęło zgłoszenie zamiaru koncentracji, polegającej na połączeniu się Spółdzielni Mleczarskiej „Mlekoop” z siedzibą w Grajewie (dalej: "Mlekoop") oraz „JOGO” Łódzkiej Spółdzielni Mleczarskiej z siedzibą w Łodzi (dalej: "JOGO"), zwanymi łącznie „Zgłaszającymi”, tj. koncentracji określonej w art. 13 ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275 – dalej zwanej: „*ustawą o ochronie konkurencji*”).

W związku z tym, iż:

- 1) spełnione zostały niezbędne przesłanki uzasadniające zgłoszenie zamiaru koncentracji, bowiem:
 - łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej równowartość 50 mln euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji*,

- połączenie dwóch samodzielnych przedsiębiorców jest sposobem koncentracji, określonym w art. 13 ust. 2 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji*,
- 2) w przedmiotowej sprawie nie występuje żadna okoliczność z katalogu przesłanek wymienionych w art. 14 *ustawy o ochronie konkurencji*, powodująca wyłączenie obowiązku zgłoszenia zamiaru koncentracji,

Prezes Urzędu wszczął, na podstawie art. 49 ust. 2 w związku z art. 13 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji*, postępowanie antymonopolowe w sprawie koncentracji, o czym, zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego Dz. U. z 2022 r. poz. 2000), powiadomił Zgłaszających pismem z dnia 8 marca 2023 r.

W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

Uczestnicy koncentracji

- 1) **Mlekpól** – jedna z największych spółdzielni mleczarskich w Polsce. W jej skład wchodzi trzynaście zakładów przetwórczych: w Grajewie, Kolnie, Mrągowie, Sejnach, Zambrowie, Bydgoszczy, Radomiu, Sokółce, Dąbrowie Białostockiej, Zwoleniu, Gorzowie Wielkopolskim i Suwałkach.

Mlekpól posiada następujące główne marki: Łaciate, Milko, Białe, Mazurski Smak, Rolmlecz, Maślanka Mrągowska. Wyroby Mlekpól eksportowane są m.in. do Niemiec, Irlandii, Wielkiej Brytanii, Litwy, Łotwy oraz Chin.

Produktem eksportowym jest przede wszystkim produkowane w Grajewie mleko w proszku.

Mlekpól zrzesza jako członków, zarówno osoby fizyczne, jak i osoby prawne. Według danych z dnia 28 lutego 2023 r., liczba członków spółdzielni wynosi 8 210. Żaden z członków spółdzielni nie posiada co najmniej 5% na zebraniu przedstawicieli.

Mlekpól posiada następujące spółki zależne:

- Centrum Badawczo – Analityczne Mleka sp. z o.o. z siedzibą w Grajewie – działalność w zakresie prowadzenia badań i analiz związanych z jakością żywności,
- Instytut Innowacji Przemysłu Mleczarskiego sp. z o.o. z siedzibą w Mrągowie - działalność w zakresie prowadzenia badań i analiz związanych z jakością żywności oraz badań naukowych i prac rozwojowych w dziedzinie biotechnologii,
- Zakład Zaopatrzenia Rolnictwa „Rolmlek” sp. z o.o. z siedzibą w Kolnie – działalność zawieszona.

Łączny obrót Mlekpól w 2022 r. wyniósł 1 544 978 990 euro z czego w Polsce 1 246 747 052 euro.



2) **JOGO** - spółdzielnia zrzeszająca czynnych dostawców mleka. W ofercie JOGO znajdują się m.in. mleko o różnej zawartości tłuszczu, w tym również mleko UHT, śmietany, twarogi, twarożki, serki wiejskie, serki homogenizowane, desery, zsiadłe mleka, maślanki (naturalne i owocowe), kefiry, jogurty czy lody Bambino.

JOGO zrzesza jako członków, zarówno osoby fizyczne, jak i osoby prawne. Według danych z dnia 28 lutego 2023 r., liczba członków spółdzielni wynosi 359. Żaden z członków spółdzielni nie posiada co najmniej 5% na zebraniu przedstawicieli.

JOGO nie wchodzi w skład, ani nie tworzy żadnej grupy kapitałowej.

Łączny obrót JOGO w 2022 r. wyniósł 26 222 419 euro z czego w Polsce 26 005 458 euro.

Opis i przyczyny koncentracji

Planowana koncentracja została zgłoszona w trybie art. 13 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji* i polega na połączeniu się Mlekpól i JOGO.

Połączenie nastąpi na podstawie art. 96 ustawy Prawo spółdzielcze (tj. Dz.U. z 2021 r. poz. 648), przy czym spółdzielnią przejmującą będzie Mlekpól, a spółdzielnią przejmowaną JOGO. Po dokonaniu koncentracji będzie istniał jeden przedsiębiorca – Mlekpól.

Stosowne uchwały zostały podjęte 31 stycznia 2023 r. przez Radę Nadzorczą Mlekpól i 23 lutego 2023 r. przez Nadzwyczajne Zebranie Przedstawicieli JOGO

Jako przyczynę przedmiotowej koncentracji Zgłaszający wskazali chęć utrzymania poziomu konkurencyjności Mlekpól w stosunku do innych podmiotów przetwarzających mleko na rynku polskim, które również realizują procesy koncentracji. Przyczyną jest również pogarszająca się kondycja finansowa JOGO i spadek skupu mleka w tej spółdzielni.

Połączenie spółdzielni ma pozwolić na wzmocnienie ich potencjału technologicznego, rynkowego oraz zapewni uzyskanie lepszych wyników ekonomicznych poprzez:

- obniżenie kosztów przerobu w zakładach przetwórczych,
- pełne wykorzystanie zdolności technologicznych zakładów przetwórczych,
- poszerzenie asortymentu produkowanych wyrobów i obniżenie nakładów związanych z reklamą i marketingiem,
- zapewnienie stabilnych warunków współpracy producentom mleka, co umożliwi im dalszy rozwój i poprawę jakości produkcji w gospodarstwach,
- obniżenie kosztów logistycznych,
- zapobieżenie niewypłacalności i utracie miejsc pracy w JOGO w związku z pogarszającymi się wskaźnikami ekonomicznymi oraz zmniejszaniem się skupu mleka.

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

W myśl 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, 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).

Działalność uczestników koncentracji pokrywa się w zakresie sprzedaży (wprowadzania do obrotu):

- mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT,
- twarogów,
- śmietany i śmietanki spożywczej,
- twarożków,
- jogurtów,
- kefirów,
- maślanek

oraz w zakresie skupu mleka w województwie łódzkim.

Mając na względzie definicję rynku właściwego 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) organ antymonopolowy uznał, iż:

A) Koncentracja wywiera wpływ **w układzie horyzontalnym** na:

1. krajowy (polski) rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT,
2. krajowy (polski) rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) twarogu oraz
3. krajowy (polski) rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) maślanek

bowiem działalność uczestników koncentracji pokrywa się w tym zakresie, a ich łączny udział w każdym z tych rynków przekracza próg 20%. Poniżej przedstawiono uzasadnienie określenia rynków właściwych w aspekcie produktowym oraz geograficznym.

1. Uzasadnienie określenia rynków w aspekcie produktowym, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym.

Jak zostało wskazane powyżej działalność uczestników koncentracji pokrywa się m.in. w zakresie sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT oraz twarogu i maślanek



1.1. Uzasadnienie określenia rynków w aspekcie produktowym.

Wyznaczając dla wyrobów mleczarskich rynek właściwy w aspekcie produktowym należy wziąć pod uwagę zróżnicowane właściwości poszczególnych wyrobów. W związku z tym każdy wyrób (lub grupa wyrobów) stanowić będzie odrębny rynek produktowy. Z uwagi na powyższe rynek sprzedaży mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT, twarogów oraz maślanki należy potraktować jako rynki odrębne produktowo od innych produktów mleczarskich, takich np. jak jogurty, masło czy śmietana.

1.2. Uzasadnienie określenia rynków w aspekcie geograficznym.

Drugim niezbędnym elementem rynku właściwego jest jego wymiar geograficzny, co przesądza o konieczności wskazania obszaru, na którym warunki konkurencji, mające zastosowanie do sprzedaży określonego produktu są zbliżone.

Zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Prezesa Urzędu¹ rynkiem właściwym w aspekcie geograficznym, w odniesieniu do sprzedaży wyrobów mleczarskich, w tym mleka płynnego (spożywczego) oraz twarogu, jest rynek co najmniej krajowy. Takie określenie rynku geograficznego wynika przede wszystkim z właściwości fizyko-chemicznych oraz wymagań związanych z przechowywaniem niektórych produktów mleczarskich (np. mleko płynne, twarogi, śmietana spożywcza), a także związane z tym koszty transportu poszczególnych produktów mleczarskich, jak również rozpoznawalności poszczególnych produktów, reklamowanych w całym kraju.

2. Charakterystyka rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym.

2.1. Krajowy rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT.

Mleko płynne (spożywcze), w tym mleko UHT jest podstawowym produktem mleczarskim o zróżnicowanym terminie przydatności do spożycia (co ma wpływ na odmienną logistykę mleka świeżego i mleka UHT). Służy do bezpośredniego spożycia lub użycia przez konsumentów do przygotowania innych potraw. Rynek sprzedaży mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT w Polsce jest rynkiem w pełni ukształtowanym. Duży wpływ wywierają na niego czynniki zewnętrzne oraz sytuacja ekonomiczna. Na popyt wpływa natomiast cena, jakość, reklama, dostępność czy lokalizacja punktu sprzedaży.

¹ Np. decyzje Prezesa Urzędu z 7 kwietnia 2008 r. RLU Nr-10/2008, z 17 lipca 2008 r. Nr DKK-56/2008, z 12 maja 2010 r. Nr DKK-39/2010, z 30 listopada 2011 r. Nr DKK-150/2011, z 24 lutego 2014 r. Nr DKK-22/2014, z 23 maja 2016 r. Nr DKK-76/2016 i z 24 maja 2016 r. Nr DKK-77/2016.

Zgłaszający oferują mleko płynne pod następującymi markami: Mlekpól - „Mazurski Smak”, „Łaciate”, „Zambrowskie”, „Białe”, „Rolmlecz”, „Rolmlecz Wiejskie”, „Osowa”, a także produkuje mleko na zlecenie sieci handlowych sprzedających je pod markami: Mleczarnia Mleczna Dolina (Jeronimo Martens), Pilos (Lidl), Kanka (Eurocash), K-clasic (Kaufland), Mleczna Polana (Polomarket) – przy czym w przypadku marek własnych sieci handlowych Mlekpól nie jest jedynym producentem towarów występujących w obrocie pod daną marką. Natomiast JOGO oferuje mleko płynne pod marką „JOGO”.

Mlekpól oferuje zarówno mleko świeże, jak i UHT, zaś JOGO głównie mleko świeże (sprzedaż mleka UHT przez ten podmiot jest znikoma)

Głównymi kanałami dystrybucji są:

- sieci handlowe;
- detal tradycyjny;
- hurtownie;
- sektor hotelarski oraz gastronomiczny oraz
- sklepy firmowe: sprzedaż towarów w pojedynczych egzemplarzach lub w małych ilościach bezpośrednio konsumentowi we własnej sieci sklepów.

Dla Mlekpól największe znaczenie ma dystrybucja poprzez sieci handlowe (ok. 40 %) oraz hurtownie zewnętrzne (ok. 30%), natomiast system dystrybucji JOGO opiera się na bezpośrednich dostawach do sklepów detalicznych i hurtowni, z nieznacznym udziałem sieci handlowych (lokalnie).

Łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT wyniósł w 2022 r. ok. 23,15%, z czego Mlekpól ok. 23%, a JOGO ok. 0,15%.

Łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka UHT wyniósł w 2022 r. ok. 24%, z czego Mlekpól ok. 24%, a JOGO ok. 0,01%.

Łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka świeżego (pasteryzowanego) wyniósł w 2022 r. ok. 18,3%, z czego Mlekpól ok. 18%, a JOGO ok. 0,33%.

Z uwagi na fakt, że łączne udziały uczestników koncentracji zarówno w krajowym rynku mleka płynnego ogółem jak i w rynkach węższych - przypadku podziału tego rynku na mleko świeże i UHT są zbliżone, a jednocześnie dalekie od progu 40% z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej, na potrzeby oceny przedmiotowej koncentracji, w ocenie Prezesa Urzędu, nie istnieje konieczność ostatecznego przesądzenia czy rynek mleka płynnego powinien być poddany dalszej segmentacji na mleko UHT i mleko świeże.



Do głównych konkurentów uczestników koncentracji, działających na krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT, należą: Spółdzielnia Mleczarska „Mlekovita” z siedzibą w Wysokiem Mazowieckim z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 19%, Polmlek sp. z o.o. z siedzibą w Pułtusk z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 16% oraz Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Łowiczu której udział kształtował się w 2022 r. na poziomie ok. 14%.

2.2. Krajowy rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) twarogów.

Twaróg, podobnie jak mleko, jest specyficznym produktem, zaliczającymi się do nabiału, posiadającymi substytuty jedynie w ograniczonym zakresie. Jest towarem posiadającym określony termin przydatności do spożycia, wymagającym wykorzystania w krótkim czasie od momentu pozyskania.

Twaróg jest wytwarzany z mleka, zaliczany do serów świeżych, o białej barwie i grudkowatej bądź kremowej konsystencji, zależnej od zawartości tłuszczu w mleku. Proces przygotowywania twarogu polega na ukwaszeniu mleka, a następnie stopniowym jego podgrzewaniu bez osiągnięcia temperatury wrzenia, ostudzeniu i odczerpaniu serwatki. Następnie poddawany jest prasowaniu. Twaróg jest używany do bezpośredniego spożycia oraz jako półprodukt.

Uczestnicy koncentracji oferują twarogi pod następującymi markami: Mlekol – „Mazurski Smak”, „Zambrowski”, „Rolmlecz”, „Osowa”, „Mlekol,” a także produkuje twaróg na zlecenie sieci handlowych sprzedających ten produkt pod markami: Delikate (Lidl), Pilos (Lidl) - przy czym w przypadku marek własnych sieci handlowych Mlekol nie jest jedynym producentem towarów występujących w obrocie pod daną marką; JOGO oferuje twarogi pod marką JOGO.

Łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) twarogów wyniósł w 2022 r. ok. 29,56%. Udział Mlekol stanowił ok. 27%, a JOGO ok. 2,56%.

Do głównych konkurentów uczestników koncentracji, działających na wskazanym rynku, należą: Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Piątnicy z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 20%, Zott sp. z o.o. z siedzibą w Opolu z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 20% oraz Spółdzielnia Mleczarska „Mlekovita” z siedzibą w Wysokiem Mazowieckim której udział kształtował się w 2022 r. na poziomie ok. 13%.



2.3 Krajowy rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) maślanki.

Maślanka to napój mleczny, powstały w efekcie oddzielenia tłuszczu od zmaślanej śmietanki. Na rynku nazwą "maślanka" określa się również mieszaninę maślanki i mleka w proszku oraz różnych innych dodatków, która – jeżeli zawiera mleko w proszku – nie jest w ścisłym rozumieniu maślanką.

Uczestnicy koncentracji oferują maślankę pod następującymi markami: Mlekpól – Mrągowska, Mazurski Smak, a także produkuje maślankę na zlecenie sieci handlowych sprzedających je pod markami: Mleczna Dolina (Jeronimo Martins), Pilos (Lidl) - przy czym w przypadku marek własnych sieci handlowych Mlekpól nie jest jedynym producentem towarów występujących w obrocie pod daną marką; JOGO oferuje maślankę pod marką JOGO.

Łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) maślanki wyniósł w 2022 r. ok. 32,15%. Udział Mlekpól stanowił ok. 31%, a JOGO ok. 1,15%.

Do głównych konkurentów uczestników koncentracji, działających na wskazanym rynku, należą: Spółdzielnia Mleczarska „Mlekovita” z siedzibą w Wysokiem Mazowieckim z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 14%, Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Kole z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 8% oraz Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Łowiczu której udział kształtował się w 2022 r. na poziomie ok. 6%.

3. Pozostałe rynki wspólne, na których prowadzą działalność uczestnicy koncentracji.

W rozpatrywanej koncentracji jej uczestnicy prowadzą ponadto działalność na następujących rynkach wspólnych:

- krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) śmietany i śmietanki spożywczej,
- krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) jogurtów,
- krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) kefirów,
- krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) twarożków,
- lokalnym rynku skupu mleka w województwie łódzkim,

Jak już powyżej wspomniano, wyznaczając rynek właściwy w aspekcie produktowym należy wziąć pod uwagę zróżnicowane właściwości poszczególnych wyrobów mleczarskich. W związku z tym każdy wyrób (lub grupa wyrobów) stanowi odrębny rynek produktowy.

Natomiast wyznaczając rynek w aspekcie produktowym dla działalności, polegającej na skupie mleka należy wskazać, iż mleko surowe służy przede wszystkim do produkcji



wyrobów mleczarskich i nie ma substytutów. Podmioty zajmujące się produkcją wyrobów mlecznych dokonują skupu mleka bezpośrednio od rolników oraz od innych podmiotów, takich jak spółdzielnie mleczarskie.

Zgodnie z dotychczasowym, powyżej przytoczonym już orzecznictwem Prezesa Urzędu rynkiem właściwym w aspekcie geograficznym, w odniesieniu do sprzedaży (wprowadzania do obrotu) ww. wyrobów mleczarskich jest rynek co najmniej krajowy. Natomiast w dotychczasowym orzecznictwie Prezesa Urzędu² rynek skupu mleka surowego w aspekcie geograficznym został określony jako rynek lokalny ograniczony do obszaru jednego województwa. Takie ujęcie rynku wynika przede wszystkim z właściwości fizykochemicznych mleka surowego, które jest towarem łatwo psującym się, wymagającym szybkiego przerobu, co określa zasięg, na jaki można je bezpiecznie i w sposób opłacalny przewozić. Z reguły jest to dystans niewykraczający poza dane województwo. Z uwagi na powyższe, a także bariery i koszty związane z transportem mleka, stwierdzić należy, iż uczestnicy koncentracji działają na lokalnym rynku skupu mleka o zasięgu wojewódzkim, pomimo iż postępujący rozwój infrastruktury drogowej i technicznej sprawia, że rynek skupu mleka może stać się rynkiem szerszym³.

Udziały (w %) uczestników koncentracji w krajowych rynkach sprzedaży (wprowadzania do obrotu) każdego z ww. produktów w 2022 r. w ujęciu ilościowym przedstawia poniższa tabela:

Tabela 1 Udział uczestników koncentracji w rynkach wspólnych

lp.	Krajowy rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu)	Udziały w rynku w (%)		
		Mlekpól	JOGO	Łącznie
1.	śmietany i śmietanki	10	0,8	10,8
2.	jogurtów	5	0,3	5,3
3.	kefirów	8	0,9	8,9
5.	twarożków	11,5	3	11,8

Źródło: Zgłoszenie

Z kolei łączny udział uczestników koncentracji w lokalnym rynku skupu mleka, obejmującym obszar województwa łódzkiego kształtował się w 2022 r. na poziomie ok. 5,89%, z czego Mlekpól uzyskała udział ok. 1,33%, a JOGO ok. 4,56%

² Np. decyzje Prezesa Urzędu z 7 kwietnia 2008 r. RLU Nr-10/2008, z 17 lipca 2008 r. Nr DKK-56/2008, z 12 maja 2010 r. nr DKK-39/2010, z 30 listopada 2011 r. Nr DKK-150/2011, z 24 lutego 2014 r. Nr DKK-22/2014, z 23 maja 2016 r. Nr DKK-76/2016 i z 24 maja 2016 r. Nr DKK-77/2016.

³ Szybki transport surowca w połączeniu z niską temperaturą składowania u rolnika pozwala odbierać mleko co drugi lub nawet trzeci dzień. Dzięki temu nawet odległości 200-400 km nie stanowią barier, aby podmiot z innego województwa lub części kraju odbierał mleko od danego rolnika.

Jak wynika z przedstawionych w tabeli nr 1 danych łączny udział uczestników koncentracji w żadnym z powyżej przedstawionych rynków wspólnych nie przekracza poziomu 12%.

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

W toku przeprowadzonego postępowania nie zidentyfikowano żadnych rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym, bowiem uczestnicy koncentracji nie prowadzą działalności na rynkach będących jednocześnie rynkami poprzedniego, bądź następnego szczebla obrotu oraz w których indywidualny lub łączny udział tych przedsiębiorców przekraczałby 30%.

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

W niniejszej sprawie nie występują również rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym, gdyż żaden z uczestników koncentracji nie dysponuje udziałem w jakimkolwiek rynku właściwym obejmującym terytorium Polski lub jego część, przekraczającym próg 40%.

**Na podstawie zgromadzonego materiału i powyższych ustaleń
Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

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, kiedy 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.

Powołany przepis wskazuje, że to intensywność ograniczenia konkurencji będzie determinowała treść rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu. Oznacza to, że nie każde ograniczenie konkurencji, będące wynikiem planowanej fuzji będzie skutkowało wydaniem zakazu dokonania koncentracji, a jedynie mające charakter „istotnego” ograniczenia.

Analiza skutków niniejszej koncentracji wykazała, iż w jej wyniku nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na żadnym z rynków, na których prowadzą działalność jej uczestnicy. Oceniając zasadność wyrażenia zgody na przeprowadzenie tej koncentracji Prezes Urzędu wziął pod uwagę następujące argumenty.

Koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na krajowy rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT, krajowy rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) twarogu oraz krajowy rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) maślanki.

Łączny udział uczestników koncentracji w 2022 r. w krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT wyniósł ok. 23,15%, z czego Mlekpól – ok. 23%, a JOGO – ok. 0,15%. Gdyby natomiast rozpatrywać te rynki w węższym ujęciu produktowym - łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka UHT wyniósł w 2022 r. ok. 24%, z czego Mlekpól ok. 24%, a JOGO ok. 0,01%, zaś łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka świeżego (pasteryzowanego) wyniósł w 2022 r. ok. 18,3% z czego Mlekpól ok. 18%, a JOGO ok. 0,33%.

Jeśli chodzi o rynek sprzedaży (wprowadzania do obrotu) twarogu to łączny udział uczestników koncentracji w 2022 r. kształtował się na poziomie ok. 29,56% - udział Mlekpól to ok. 27%, a JOGO ok. 2,56%.

Natomiast łączny Mlekpól i JOGO w krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) maślanki wyniósł w 2022 r. ok. 32,15%, udział Mlekpól to ok. 31%, a JOGO – ok. 1,15%.

Udział ten w żadnym z ww. rynków, nie przekracza zatem progu 40%, z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Podkreślić także należy, że wysokość łącznych udziałów uczestników koncentracji w tych rynkach wynika przede wszystkim z dotychczasowej pozycji rynkowej Mlekpól, nie jest zaś konsekwencją niniejszej koncentracji. Umocnienie dotychczasowej pozycji Mlekpól na tych rynkach będzie zatem niewielkie.

Po dokonaniu koncentracji na rynkach tych uczestnicy koncentracji będą spotykać się z konkurencją ze strony innych przedsiębiorców zajmujących sprzedażą (wprowadzaniem do obrotu) tych produktów. I tak na krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) mleka płynnego (spożywczego), w tym mleka UHT największymi konkurentami uczestników



koncentracji są: Spółdzielnia Mleczarska „Mlekovita” z siedzibą w Wysokiem Mazowieckim z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 19%, Polmlek sp. z o.o. z siedzibą w Pułtusk z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 16% oraz Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Łowiczu której udział kształtował się w 2022 r. na poziomie ok. 14%

Natomiast na krajowym rynku sprzedaży (wprowadzania do obrotu) twarogu największymi konkurentami uczestników koncentracji są Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Piątnicy z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 20%, Zott sp. z o.o. z siedzibą w Opolu z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 20% oraz Spółdzielnia Mleczarska „Mlekovita” z siedzibą w Wysokiem Mazowieckim której udział kształtował się w 2022 r. na poziomie ok. 13%.

Do głównych konkurentów uczestników koncentracji, działających na wskazanym rynku, należą: Spółdzielnia Mleczarska „Mlekovita” z siedzibą w Wysokiem Mazowieckim z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 14%, Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Kole z szacunkowym udziałem wynoszącym w 2022 r. ok. 8% oraz Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Łowiczu której udział kształtował się w 2022 r. na poziomie ok. 6%.

Analiza skutków niniejszej koncentracji nie dała więc podstaw do stwierdzenia, że w jej wyniku dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na wyżej wskazanych rynkach.

W sprawie nie zidentyfikowano rynków właściwych, na które koncentracja wywierałaby wpływ w układzie wertykalnym, jak i konglomeratowym.

Mając powyższe na uwadze Prezesa Urzędu uznał, iż zamierzona koncentracja spełnia kryterium wskazane w art. 18 *ustawy o ochronie konkurencji*, bowiem w jej wyniku nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na wskazanych rynkach, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej.

W związku z powyższym orzeczono, jak w sentencji.

POUCZENIE:

Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275) w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz.U. z 2021 r. poz. 1805 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.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (t.j. Dz.U. z 2022 r. poz. 1125), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.



Zgodnie z art. 103 ust. 1 i 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie, spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 zd. 1 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
DYREKTOR

Departamentu Kontroli Koncentracji
Robert Kamiński