



**Prezes
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów**

DDF2- 411/85/01/GK

Warszawa, dnia 12.09.2002 roku

DECYZJA Nr DDF 56/2001

Na podstawie art. 17 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319), w związku z art. 12 ust. 2 pkt 3, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego **wyda się zgodę** na dokonanie koncentracji polegającej na utworzeniu przez spółki: Mister Sp. z o.o. z siedzibą w Tychach, F.H.U. Libra Sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, P.P.H. Shah- Bob Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, PAMEX Sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach oraz Max Company Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wspólnego przedsiębiorcy pod nazwą NAVO – Polska Grupa Dystrybucyjna Sp. z o.o. z siedzibą w Tychach.

UZASADNIENIE

W dniu 12 lipca 2001 r do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wpłynęło od pełnomocnika Mister Sp. z o.o. z siedzibą w Tychach, zwanej dalej Mister, F.H.U. Libra Sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, zwanej dalej Libra, P.P.H. Shah-Bob Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, zwanej dalej Shah-Bob, PAMEX Sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach, zwanej dalej PAMEX oraz Max Company Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, zwanej dalej Max Company, zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, o której mowa w art. 12 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319), zwanej dalej „ustawą”, polegającej na utworzeniu przez ww. spółki wspólnego przedsiębiorcy pod nazwą NAVO – Polska Grupa Dystrybucyjna Sp. z o.o. z siedzibą w Tychach, zwanego dalej NAVO.

Podstawowa działalność przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji polega na dystrybucji na rynku krajowym produktów markowych firmy Procter & Gamble w następujących segmentach rynku: środków do prania i sprzątania, artykułów higienicznych oraz produktów kosmetycznych. Każdy z ww. przedsiębiorców prowadzi działalność gospodarczą na odrębnym rynku lokalnym.

W rynku krajowym udział wyrobów Procter & Gamble sprzedawanych za pośrednictwem uczestników koncentracji przedstawia się następująco. W segmencie środków do prania i sprzątania najwyższą pozycję spośród proszków do prania zajmuje VIZIR z udziałem rynkowym ca[...]%, pozycję rynkową na

zblizonym poziomie mają proszki ARIEL oraz BONUX z udziałem powyżej [...]%. Najniższy udział rynkowy posiada BOLD, powyżej [...]%. Kolejnym z segmentów tego rynku jest płyn zmiękczaający LENOR z udziałem rynkowym ca [...]%. Marginalne udziały, poniżej[...] %, posiadają środek wybielający ACE oraz środek czyszczący MR. PROPER.

W segmencie artykułów higienicznych najwyższy wartościowy udział w rynku, ca [...]%, ma kategoria pieluch dla dzieci i niemowląt PAMPERS. W kategorii środków higieny intymnej dla kobiet udział sprzedaży podpasek i tamponów wynosi dla ALWAYS ca [...]%, a dla TAMPAX poniżej [...]%. Sprzedaż chusteczek do pielęgnacji skóry dla dzieci i niemowląt PAMPERS BABY WIPERS stanowi ca [...]% rynku, a chusteczek higienicznych do nosa TEMPO poniżej [...]%. W segmencie produktów kosmetycznych udział rynkowy pasty do zębów BLEND-A-MED wynosi ca [...]%. Kolejnym z segmentów tego rynku są szampony H&S Shampoo z udziałem ca [...]% i PANTENE ca [...]%. Pozostałe z ww. kategorii produktów rynku kosmetycznego posiadają udział rynkowy poniżej [...]%.
Zgodnie z oświadczeniem stron zamiar utworzenia ogólnopolskiej firmy dystrybuującej produkty markowe Procter & Gamble wynika z potrzeby poprawy kondycji ekonomicznej ww. przedsiębiorców. Zmiana struktury organizacyjnej pozwoli na sprawne zarządzanie dystrybucją tych produktów na każdym z rynków lokalnych będących obszarem działania poszczególnych przedsiębiorców, także finansami i logistyką. W następnym etapie koncentracji planuje się podwyższenie kapitału i wniesienie do spółki NAVO aportem zorganizowanych części przedsiębiorstw poszczególnych uczestników koncentracji.

Organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje.

Zamiar koncentracji przedsiębiorców określony w art. 12 ust. 2 pkt 3 ustawy zgłaszają wspólnie wszyscy przedsiębiorcy biorący udział w utworzeniu wspólnego przedsiębiorcy stosownie do art. 94 ust. 1 w związku z art. 94 ust. 2 powołanej ustawy.

W rozpatrywanym zamiarze koncentracji obowiązek zgłoszenia zamiaru spoczywał na spółkach: Mister, Libra, Shah- Bob, PAMEX oraz Max Company.

Wymienione powyżej spółki prowadzą taką samą działalność, polegającą na dystrybucji środków do prania i sprzątania, artykułów higienicznych oraz produktów kosmetycznych. Jedynym dostawcą tych wyrobów jest producent zagraniczny Procter & Gamble. Kluczowymi konkurentami Procter & Gamble na rynku polskim są przede wszystkim światowe koncerny jak: Benckiser, Unilever, Colgate-Palmolive, Cussons, Henkel, Beiersdorf-Lechia, International Paper Klucze, SCA Hygiene Products, Johnson & Johnson. Główni polscy konkurenci Procter & Gamble to w szczególności: Pollena Uroda, Pollena Savona, Pollena Malwa, Joanna S.C., Inco Veritas, Gold Drop, Lakma SA, Unia-Tytan, Dramers SA.

W roku poprzedzającym planowaną koncentrację wśród 21 wyrobów marki Procter & Gamble dystrybuowanych na rynku krajowym najwyższy udział rynkowy osiągnęły pieluchy PAMPERS - ca[...] % oraz chusteczki PAMPERS BABY WIPERS – ca [...] %.

W każdym z analizowanych segmentów rynkowych producenci markowi przedstawiają konkurencyjną ofertę sprzedaży wobec wyrobów Procter & Gamble. Pozycję dominującą definiuje art. 4 ust. 9 ustawy. W myśl powołanego przepisu przez pozycję dominującą rozumienie 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%.

W rozpatrywanym zamiarze wszyscy uczestnicy koncentracji prowadzą taką samą działalność polegającą na sprzedaży detalicznej i hurtowej środków do prania i sprzątania, artykułów higienicznych oraz produktów kosmetycznych produkowanych przez Procter & Gamble. Działalność ta stanowi rynek relewantny dla omawianej koncentracji. Każdy z przedsiębiorców prowadzi jednak swoją działalność w innych regionach Polski, co oznacza, że działają na rozłącznych rynkach geograficznych. Tym samym łączny udział Procter & Gamble w rynku wyrobów produkowanych przez tego przedsiębiorcę nie ulegnie zmianie. Jednocześnie w wyniku utworzenia wspólnego przedsiębiorcy, NAVO – Polska Grupa Dystrybucyjna Sp. z o.o., który będzie prowadził działalność taką samą jak jego założyciele, nie nastąpi wzmocnienie pozycji rynkowej żadnego z uczestników planowanej koncentracji.

Z uwagi na fakt, że planowana koncentracja nie spowoduje zmian na rynku sprzedaży omawianych produktów, które prowadziłyby do powstania lub umocnienia pozycji dominującej przez któregokolwiek z ww. przedsiębiorców, orzeka się jak w sentencji.

Od niniejszej decyzji służy stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Antymonopolowego w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Marek Wojtkiewicz
Dyrektor Departamentu Instytucji
Finansowych i Usług

Otrzymuje:

Pani Martyna Kalinowska

Pełnomocnik

Mister Sp. z o.o., Tychy

F.H.U. Libra Sp. z o.o., Gdynia

P.P.H. Shah – Bob Sp. z o.o., Wrocław

PAMEX Sp. z o.o., Kielce

Max Company Sp. z o.o., Warszawa

Kancelaria Prawnicza LINKLATERS, T. Komosa i Wspólnicy

ul. Sienna 39

00-121 Warszawa