



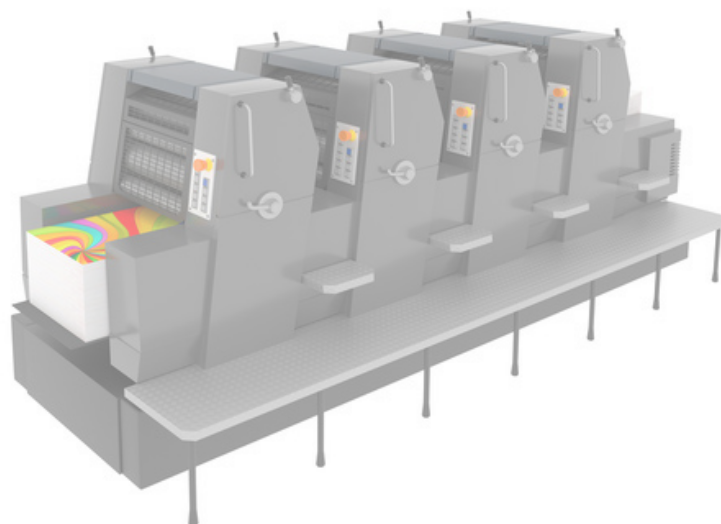
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

INFORMACJA O WYNIKACH BADANIA RYNKU DRUKARNI PRASOWYCH



Warszawa, 2019

INFORMACJA O WYNIKACH BADANIA RYNKU DRUKARNI PRASOWYCH



Głównym celem prowadzonego badania rynku drukarni prasowych, w związku z napływającymi do UOKiK sygnałami o jego znacznej koncentracji, było ustalenie jego struktury podmiotowej oraz stopnia koncentracji. Zanim jednak przeprowadzono wspomnianą analizę należało w pierwszej kolejności określić, które z drukarni są konkurentami na rynku druku prasy oraz czy konkurują na szczeblu krajowym czy też regionalnym. Innymi słowy należało określić substytucyjność drukarni w aspekcie produktowym, jak również geograficznym (zdefiniować rynki właściwe w aspekcie produktowym, jak i geograficznym).

Z zebranych informacji oraz przeprowadzonych analiz wynika, że w szerokopojętym rynku drukarni prasowych należy wyróżnić rynek właściwy druku prasy w technologii coldset oraz rynek właściwy druku prasy w technologii heatset/wkłęśtodruk. Argumentami przemawiającymi za takim podziałem rynku są przede wszystkim różnice technologiczne. Drukarnie coldsetowe wykorzystują do druku maszyny rolowe coldsetowe. Drukowane są na nich mniej wymagające pozycje takie jak: dzienniki czy niektóre

czasopisma (jak wynika z badania są to przede wszystkim tygodniki lokalne, które mają zbliżony format do dzienników i właściwie różnią się tylko od nich periodycznością). Natomiast do druku kolorowych czasopism magazynowych wykorzystywane są głównie maszyny rolowe heatsetowe. Druk rolowy heatsetowy wykorzystywany jest do druku wysokonakładowych wydawnictw wyższej jakości takich właśnie jak kolorowe czasopisma magazynowe. Jakkolwiek trzeba wspomnieć, iż do druku wysokonakładowych kolorowych czasopism magazynowych wykorzystywany był też wkłęśtodruk (wykorzystywał go największy wydawca czasopism w Polsce grupa Bauer¹). Dodatkowo brak substytucyjności pomiędzy technologiami coldsetowymi i heatsetowymi potwierdzają opinie samych drukarni czy wydawnictw prasowych, jak również analiza faktycznych przepływów klientów pomiędzy drukarniami.

W tym kontekście, jak się wydaje druk arkuszowy nie będzie zamiennikiem ww. technik drukowania ze względu na wyższe koszty jak i dłuższy czas realizacji zlecenia. Druk arkuszowy wykorzystywany jest do zleceń niskonakładowych. Jeżeli chodzi o wkłęśtodruk to jedyna zidentyfikowana (wśród

1 <http://www.bauerdruk.pl/drukarnia-bpc/>, <http://www.bauerdruk.pl/drukarnia-bpw/>.

badanych podmiotów²) drukarnia używająca tej technologii (Wydawnictwo Bauer) wykorzystywała drukarnie wyłącznie/w większości na własne potrzeby. Stąd też w praktyce (jak wynika z badania) pozostałe wydawnictwa do druku wysokonakładowych tytułów prasowych korzystały głównie z drukarni offsetowych rolowych.

W aspekcie geograficznym drukarnie działające na rynku druku prasy w technologii heatset/wklęsłodruk, jak wynika z badania, konkurują na szczeblu krajowym, co powodowane jest charakterem drukowanych przez nie produktów tzn. czasopism. Czasopisma ze względu na fakt, iż trafiają do sprzedaży raz na tydzień, miesiąc czy kwartał umożliwiają drukarniom dłuższy czas realizacji zlecenia, w tym dłuższy czas na dystrybucję ich w kraju, co oznacza, iż mogą być dostarczane z odległych (względem rynków sprzedaży) miejsc w kraju.

Natomiast drukarnie wykorzystujące technologie coldsetowe prowadzą konkurencję w zakresie druku prasy bardziej na szczeblu regionalnym niż krajowym. Drukowane przez nie dzienniki, ze względu na konieczność zamieszczania w nich jak najbardziej aktualnych informacji nie mogą być przewożone na znaczne odległości. Potwierdza to również analiza odpowiedzi wydawców prasowych czy też analiza rozmieszczenia drukarni względem rynków sprzedaży tytułów prasowych. Jeżeli chodzi o tygodniki lokalne drukowane w drukarniach coldsetowych to biorąc pod uwagę ich periodyczność, hipotetycznie można rozważać krajowy charakter ich konkurencji. Jednak w praktyce okazało się, że drukarnie wykorzystujące technologie coldsetowe w przypadku tego typu tytułów konkurują regionalnie, co również zostało potwierdzone przez opinie części wydawców, a w szczególności analizę rozmieszczenia rynków sprzedaży tygodników lokalnych względem drukarni, w których są drukowane.

W celu ustalenia granic rynku regionalnego konieczne jest ustalenie zasięgu (promienia) oddziaływania poszczególnych drukarni. Z przeprowadzonych analiz (opinii wydawców i dystrybutorów oraz rozmieszczenia drukarni względem rynków sprzedaży dzienników i tygodników lokalnych) wynika, że granicę rynku właściwego regionalnego określa promień o długości 250 km wyznaczony od drukarni.

Podsumowując w szerokopojętym rynku druku prasy, można wyodrębnić następujące rynki właściwe: krajowy rynek druku prasy w technologii heatset/wklęsłodruk (w których to technologiach drukowane są kolorowe czasopisma, magazyny) oraz regionalne rynki druku prasy w technologii coldset (w której to technologii drukowane są dzienniki oraz

czasopisma - tygodniki lokalne).

W ramach badania rynku zebrano informacje od 17 drukarni prasowych. Są to największe drukarnie działające na rynku (mające największy wpływ na jego funkcjonowanie). Badane drukarnie można podzielić na dwie grupy tj. należące do koncernów wydawniczych oraz niepowiązane z nimi kapitałowo. Warto tutaj zaznaczyć, że wydawnictwa posiadające własne drukarnie m.in. Agora, Polska Press czy Wydawnictwo Bauer należą do największych wydawnictw na rynku. Fakt ten powoduje, iż znacząca część lub nawet większość przychodów (w zależności od przyjętego podziału) realizowane jest w ramach sprzedaży wewnątrz grupowej. Tym samym postanowiono dokonać wyliczeń wartości rynku drukarni na dwa sposoby tj. uwzględniając w wartości rynku sprzedaż wewnątrz grupy (łączna sprzedaż) lub ją pomijając (sprzedaż poza grupę kapitałową). Należy jednak podkreślić, że w praktyce, wyliczając wartość rynku właściwego uwzględnia się jedynie sprzedaż do podmiotów spoza grupy kapitałowej (pomija się przepływy wewnątrzgrupowe), wychodząc z założenia, że o pozostałą sprzedaż tj. wewnątrz grup kapitałowych nie toczy się walka konkurencyjna.

W wyniku przeprowadzonego badania ustalono, że w latach 2015-2016 sprzedaż drukarni poza grupę kapitałową wynosiła około 640 mln zł. Spośród dwóch wyróżnionych pod względem produktowym rynków tj. rynku druku prasy w technologii coldset oraz rynku druku prasy w technologii heatset/wklęsłodruk, zdecydowanie większym rynkiem jest rynek druku prasy w technologii heatset/wklęsłodruk. Udział tych drukarni w latach 2015-2016 w sprzedaży tylko do podmiotów spoza grupy kapitałowej wyniósł od 79% do 81%. Natomiast udział drukarni wykorzystujących do druku prasy technologię coldset wyniósł 19-21%. W ujęciu liczbowym, wartość rynku druku prasy w technologii heatset/wklęsłodruk wzrosła o około 2% z 504 mln zł do 516 mln zł. Jeżeli chodzi o rynek drukarni wykorzystujących technologię coldset do druku prasy, to tutaj zanotowano spadek sprzedaży wynoszący około 9%. Sprzedaż drukarni zmniejszyła się po wyeliminowaniu przepływów wewnątrzgrupowych ze 133 mln zł do 122 mln zł.

Przeprowadzona analiza wykazała, że badane rynki drukarni prasowych są wysoce skoncentrowane. Na szczeblu krajowym działa 7 drukarni drukujących prasę w technologii coldset. Na rynku tym dominują dwa podmioty, należące do koncernów wydawniczych: Agora oraz Polska Press. Podmioty te jak wynika z badania można uznać za bezpośrednich konkurentów. Przedsiębiorcy ci, jako jedyni na rynku, posiadają odpowiednią liczbę drukarni (Agora posiada 3 drukarnie a Polska Press 6 drukarni)

² W ramach badania rynku zebrano informacje od 17 drukarni prasowych. Są to największe drukarnie działające na rynku (mające największy wpływ na jego funkcjonowanie).

pozwalającą im w całości obsługiwać druk ogólnopolskich wysokonakładowych dzienników (jakkolwiek z analizy wynika, iż wydawcy w praktyce również dzielili zlecenie druku tego typu dzienników pomiędzy kilka podmiotów). Dodatkowo, wśród badanych wydawnictw tygodników lokalnych, które zmieniły drukarnie, najczęściej właśnie dochodziło do zmiany pomiędzy drukarniami Agory i Polska Press. Warto też zauważyć, iż podmioty te jako jedyne działały na wszystkich analizowanych rynkach regionalnych.

Na strukturę podmiotową rynku druku prasy w technologii coldset istotny wpływ ma przyjęta metodologia wyliczenia wartości rynku. Jeżeli w wyliczeniach uwzględnimy przepływy wewnątrzgrupowe, to największym podmiotem działającym na rynku jest grupa Agora. Drugim w kolejności podmiotem jest Polska Press. Udziały obu wymienionych podmiotów w latach 2015-2016 znajdowały się w przedziale 30-40%. Trzeci w kolejności podmiot Seregni Printing Group posiada mniejszą sprzedaż niż dwa największe podmioty. Jego udziały w badanym okresie znajdowały się w przedziale 10-20%. Udziały pozostałych podmiotów znajdowały się w przedziale 0-10%. Wskaźnik koncentracji HHI w badanym okresie znajdował się w przedziale 2.800-3.100 co oznacza, iż rynek ten jest wysoce skoncentrowany.

Z kolei jeżeli przeprowadzimy wyliczenia struktury podmiotowej rynku z pominięciem sprzedaży wewnątrzgrupowej, w takiej sytuacji zmianie ulegnie kolejność dwóch największych podmiotów. Największym podmiotem na tak określonym rynku jest Polska Press. Drugim w kolejności podmiotem jest Agora. Udziały obu wymienionych podmiotów w latach 2015-2016 znajdowały się w przedziale 30-40%. Udział Seregni Printing Group jest mniejszy od udziału Agory i w latach 2015-2016 znajdował się w przedziale 10-20%. Udziały pozostałych podmiotów znajdowały się w przedziale 0-10%. Wyliczone dla rynku drukarni coldsetowych wskaźniki HHI znajdowały się w przedziale 2.700-3.000.

W rynku drukarni wykorzystujących do druku prasy technologie coldsetowe możemy wyróżnić dwa segmenty: segment dzienników oraz segment czasopism (tygodników lokalnych). Jakkolwiek należy podkreślić, iż nie są to rynki właściwe w aspekcie produktowym. Z przeprowadzonych wyliczeń, wynika, że struktura obu segmentów znacząco różni się od siebie. O ile w segmencie dzienników na szczeblu krajowym dominuje Agora, o tyle w przypadku czasopism jest to Polska Press.

W segmencie dzienników udziały Agory (wyliczone dla sprzedaży poza grupę kapitałową) znajdowały się w przedziale 40-50%. Drugim podmiotem jest natomiast Seregni Printing z udziałami znajdującymi się w przedziale 20-30%, a Polska Press jest dopiero trzecia (jej udziały

znajdowały się w przedziale 10-20%). Obliczone dla omawianego segmentu wskaźniki HHI są wyższe niż dla całego rynku i przekraczają wartość 3.500.

W segmencie czasopism największym podmiotem w 2016 r. jest Polska Press z udziałami znajdującymi się w przedziale 40-50%. Udziały Agory znajdowały się w przedziale 20-30%, a Seregni Printing Group były mniejsze i znajdowały się w przedziale 0-10%. Natomiast wskaźnik HHI przekracza wartość 3.000.

W związku z tym, iż badanie substytucyjności drukarni w aspekcie geograficznym wykazało, iż drukarnie drukujące prasę w technologii coldset konkurują bardziej w ujęciu regionalnym niż krajowym (rynkem właściwym w aspekcie geograficznym jest rynek regionalny), przeprowadzono również analizę struktury podmiotowej i stopnia koncentracji dla regionalnych rynków drukarni coldsetowych wyznaczonych promieniem 250 km od drukarni. Zgodnie z przyjętą w UOKiK metodologią dotyczącą wyznaczania rynków regionalnych, rynki wyznaczono od każdej drukarni należącej do dwóch największych podmiotów tj. Agora i Polska Press.

W sumie wyznaczono 9 rynków. Trzy rynki od drukarni Agory (w Pile, Warszawie i Tychach) oraz 6 rynków od drukarni Polska Press (w Koszalinie, Poznaniu, Bydgoszczy, Sosnowcu, Łodzi i Białymstoku). Z analizy tych rynków wynika, iż najbardziej skoncentrowane są rynki znajdujące się w północno-zachodniej Polsce (wyznaczone od drukarni w Pile, Poznaniu i Koszalinie). Wskaźnik HHI w ich przypadku przekracza wartość 5.000. Na rynkach tych działają tylko dwa podmioty tj. Agora i Polska Press. Najmniej skoncentrowany rynek znajduje się w północno-wschodniej Polsce (wyznaczony od drukarni w Białymstoku), gdzie wskaźniki HHI znajdują się w przedziale 1.900-2.100. Jakkolwiek również w tym przypadku jest to rynek wysoce skoncentrowany. W przypadku pozostałych rynków wskaźniki HHI mają wartość od 2.000 do około 4.000.

Z przeprowadzonych obliczeń dotyczących struktury podmiotowej poszczególnych rynków (wyliczonych dla sprzedaży poza grupę kapitałową), wynika, że na 4 rynkach (Warszawa, Poznań, Sosnowiec i Łódź) największym podmiotem jest Polska Press wyprzedzając Agorę. Na pozostałych rynkach sytuacja jest odmienna. To Agora jest największym podmiotem. Natomiast interesujący przypadek (w porównaniu do omówionych powyżej) wystąpił w Białymstoku. Agora była największym podmiotem w 2015 r. ale w 2016 r. została wyprzedzona przez Seregni Printing Group. Polska Press w 2016 r. była dopiero 6 podmiotem (w 2015 r. była trzecim podmiotem).

Podobnie jak w przypadku rynku na szczeblu krajowym,

strukturę podmiotową na rynku regionalnym wyliczono, także dla obu segmentów: dzienników i czasopism. Jakkolwiek należy podkreślić, iż segmenty te nie stanowią rynków właściwych. W segmencie dzienników na 7 rynkach największym podmiotem jest Agora, a tylko na 2 rynkach (Tychów i Sosnowca) większe udziały ma Seregni Printing Group. Jeżeli chodzi o segment czasopism to na większości rynków z wyjątkiem Białegostoku (i to tylko w 2016 r.) największym podmiotem była Polska Press. W 2016 r. największym podmiotem na rynku Białegostoku było ZPR.

Natomiast jeżeli chodzi o rynek druku prasy w technologii heatset/wkłędruk, to udziały rynkowe wyliczono tylko dla konkurencji na szczeblu krajowym (rynkem właściwym w aspekcie geograficznym jest rynek krajowy).

Rynek ten jest zdominowany przez jeden podmiot tj. LSC. Udziały LSC (wyliczone dla sprzedaży poza grupę kapitałową) znajdowały się w przedziale 60-70%. Udziały drugiego w kolejności podmiotu Quad Graphics znajdowały się w przedziale 10-20%, a pozostałych podmiotów nie przekraczają 10%. Rynek druku prasy w technologii heatset/wkłędruk jest rynkiem wysoce skoncentrowanym. Wskaźnik HHI przekracza wartość 4.000.

W ramach prowadzonej analizy badanym wydawnictwom zadano pytania o ocenę konkurencji na rynku druku prasy. Spośród 56 badanych podmiotów 10 respondentów nie miało zdania na ten temat, a 18 wydawnictw uznało, że konkurencja na tym rynku jest intensywna. Również 18 wydawnictw oceniło konkurencję na wystarczającym poziomie. Natomiast podmiotów, które uważały, że na rynku panuje niewielka konkurencja było 10. Podsumowując większość respondentów (około 80%) uznało, iż konkurencja na rynku prasy jest intensywna lub wystarczająca.

Dodatkowo drukarnie prasowe oraz wydawnictwa poproszono o wskazanie ewentualnych zaburzeń konkurencji. Spośród 17 drukarni działających na omawianym rynku, większość (13 odpowiedzi) wskazała, że nie miała do czynienia z takim działaniem. Tylko cztery podmioty zaobserwowały działania utrudniające konkurencję. Są to trzy drukarnie drukujące kolorowe czasopisma i jedna drukarnia coldsetowa. Podmioty te wskazywały przede wszystkim uwagę na podbieranie klientów oraz obniżanie cen. Jeden podmiot wskazał, na lepsze ceny uzyskiwane przez duże drukarnie w zakresie zakupu papieru co zniekształca rynek. Również większość spośród 56 ankietowanych wydawnictw (38 respondentów) uznało, iż nie dostrzegły one takich zaburzeń. Kolejne 9 wydawnictw nie miało zdania na ten temat. Jedna wypowiedź była nie na temat. Natomiast twierdzącej odpowiedzi udzieliło tylko 8 podmiotów, przy czym uzasadniły swoją odpowiedź przede wszystkim kwestią likwidacji drukarni czy ich małą ilością,

silną pozycją obcego kapitału czy też cenami papieru jako istotnego czynnika konkurencji.

Oceniając opisane powyżej zarzuty, podnoszone przez ankietowane podmioty, jakkolwiek mogą one wpływać na konkurencję na rynku, to jednak w ocenie DAR nie mogą być przedmiotem interwencji UOKiK ponieważ są one rezultatem normalnej gry rynkowej czy też wynikają z rozwoju rynku (ekonomii skali).

Przedstawiona powyżej struktura podmiotowa niektórych rynków właściwych regionalnych druku prasy w technologii coldset (rynków wyznaczonych od drukarni w Tychach i Sosnowcu) każe zadać pytanie o istnienie pozycji dominującej Polska Press na tych rynkach (w pozostałych przypadkach różnice pomiędzy udziałami obu głównych konkurentów tj. Agora i Polska Press nie wskazują na istnienie podmiotu o pozycji dominującej). Na rynku wyznaczonym od drukarni w Tychach i Sosnowcu Polska Press w 2016 r. posiadała udziały znajdujące się w przedziale 50-60%, a Agora 20-30%. W pozostałych przypadkach różnice pomiędzy udziałami obu głównych konkurentów tj. Agora i Polska Press nie wskazują na istnienie podmiotu o pozycji dominującej lub udziały nie przekraczają progu domniemania tj. 40%. I tak Polska Press i Agora posiadała udziały znajdujące się w przedziałach w następujących rynkach wyznaczonych od drukarni znajdujących się: w Pile 40-50% oraz 50-60%, w Warszawie 30-40% oraz 20-30%, w Poznaniu 60-70% oraz 30-40%, w Koszalinie 40-50% oraz 50-60%, Bydgoszczy 30-40% oraz 40-50%, w Łodzi 40-50% oraz 20-30% i w Białymstoku 0-10% i 10-20% oraz 20-30%.

Przeciwko tezie o posiadaniu przez Polska Press pozycji dominującej na rynkach wyznaczonych od drukarni w Tychach i Sosnowcu przemawia kilka argumentów. Po pierwsze na każdym z tych rynków działają drukarnie Agory. Jakkolwiek posiadają one znacznie mniejszą sprzedaż niż Polska Press, to jednak nie można zapomnieć, iż podmiot ten posiada również znaczącą siłę rynkową (w skali kraju udziały obu podmiotów są na zbliżonym poziomie). Po drugie żaden z ankietowanych przedsiębiorców w odpowiedzi na pytanie o zaburzenia konkurencji na rynku nie wskazał, na przejawy posiadania przez Polska Press pozycji dominującej. Zdecydowana większość podmiotów w przypadku o ocenę konkurencji na tym rynku wskazała, iż jest ona intensywna lub wystarczająca. Po trzecie, podobnie jak w przypadku rynku druku prasy w technologii heatset/wkłędruk na rynku najprawdopodobniej istnieją niewykorzystane moce produkcyjne, na co może wskazywać spadająca w ostatnich latach liczba sprzedawanych egzemplarzy dzienników. Jak wynika z zebranych danych, sprzedaż egzemplarzowa dzienników w latach 2012-2014 obniżyła się o około 20%. Następnie w latach 2015-2016 sprzedaż dzienników (jak wynika z danych Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy) spadła

o około 9-10%. Wreszcie warto wspomnieć o przepływach klientów pomiędzy dwoma bezpośrednimi konkurentami na rynku tj. Polska Press i Agora potwierdzających istnienie konkurencji pomiędzy tymi podmiotami. Podsumowując, jakkolwiek w przypadku niektórych rynków właściwych struktura rynku może sugerować występowanie pozycji dominującej, to jednak w praktyce ze względu na wymienione powyżej argumenty, w sytuacji podjęcia przez Polska Press niezgodnych z prawem konkurencji działań, jej obecna pozycja rynkowa mogłaby okazać się nietrwała. Niemniej jednak w przypadku pojawienia się ewentualnych skarg na Polska Press należałoby ponownie szczegółowo przeanalizować kwestię czy podmiot ten jednak nie posiada pozycji dominującej.

Również biorąc pod uwagę strukturę podmiotową na krajowym rynku druku prasy w technologii heatset/wkłódodruk można rozważyć, czy na tym rynku nie działa podmiot posiadający pozycję dominującą. Na krajowym rynku druku prasy w technologii heatset/wkłódodruk największym podmiotem było LSC z udziałem znajdującym się w przedziale 60-70%. Udziały Quad Graphics znajdują się w przedziale 10-20%, a pozostałych podmiotów nie przekraczają 10%. Stąd też powstaje pytanie czy podmiot LSC posiada pozycję dominującą. Przeciwno tej tezie przemawia kilka argumentów. Po pierwsze należy zauważyć, że w otoczeniu rynkowym działa potencjalny konkurent tj. Wydawnictwo Bauer dysponujący odpowiednim potencjałem (jego przychody są większe od LSC ale pochodzą wyłącznie/w większości od podmiotów z grupy kapitałowej), który mógłby w większym zakresie wejść na ten rynek. W przypadku ewentualnych problemów z konkurencją na rynku, należałoby oczekiwać, że część wydawnictw (w szczególności tych, które nie są bezpośrednimi konkurentami na rynku czasopism Wydawnictwa Bauer) mogłaby zdecydować się na powierzenie temu podmiotowi druku swoich czasopism. Po drugie, jakkolwiek LSC posiada pod względem sprzedaży

znaczącą przewagę nad swoimi konkurentami, to jednak z analizy przepływów klientów pomiędzy drukarniami wynika, że część klientów zrezygnowała z LSC i przeszła do konkurencji (w szczególności do głównego konkurenta tj. Quad Graphics), jak również badani klienci LSC wskazali na potencjalne drukarnie (głównie Quad Graphics), do których mogliby przenieść druk swoich czasopism, gdyby zaszła taka potrzeba. Nie można również zapomnieć, że znaczną elastyczność w zakresie zmiany drukarni mogą posiadać małe wydawnictwa, które do druku swoich czasopism nie potrzebują drukarni o rozbudowanych mocach produkcyjnych, stąd też ich możliwość wyboru drukarni jest szersza. Warto też zauważyć, iż działające na rynku podmioty (konkurenci LSC) najprawdopodobniej posiadają niewykorzystane moce produkcyjne i w przypadku działań antykonkurencyjnych ze strony LSC, klienci mogliby przejść do konkurencyjnych podmiotów. Wniosek taki można wyciągnąć na podstawie znaczących spadków sprzedaży liczby czasopism na rynku w ostatnich latach. Jak wynika z zebranych danych, w latach 2012-2014 liczba sprzedanych egzemplarzy czasopism spadła o około 15%, a w latach 2015-2016 (jak wynika z danych Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy) spadła o kolejne 7%. Wreszcie należy podkreślić, że w trakcie badania rynku, żaden z ankietowanych podmiotów nie wskazał na podejmowanie przez LSC działań niezgodnych z prawem konkurencji, co więcej zdecydowana większość podmiotów w odpowiedzi na pytanie o ocenę konkurencji na rynku druku prasy, wskazała, iż ta konkurencja jest intensywna lub na wystarczającym poziomie. Wszystkie te argumenty sugerują, że jakkolwiek LSC posiada znaczącą pozycję na rynku, to jednak w przypadku podjęcia przez ten podmiot antykonkurencyjnych działań, jego pozycja mogłaby okazać się nietrwała. Niemniej jednak w przypadku wpłynięcia do UOKiK ewentualnych skarg na ten podmiot, należałoby ponownie szczegółowo przeanalizować kwestię czy podmiot ten posiada pozycję dominującą.