



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, dnia 2 listopada 2021 r.

**DKK-1.423.17.2021.FR**

**DECYZJA nr DKK – 242 / 2021**

Na podstawie art. 18 w związku z art. 13 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz.U. z 2021 r. poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Carrefour Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na nabyciu przez Carrefour Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie części mienia należącego do EPP Retail – Galeria Echo sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, w zakresie wskazanym we wniosku.

**Uzasadnienie**

30 września 2021 r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegającej na nabyciu przez Carrefour Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej „CP”, „Zgłaszający” lub „Wnioskodawca”) części mienia należącego do EPP Retail – Galeria Echo sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej jako „EPP”) w postaci powierzchni handlowej wykorzystywanej na potrzeby placówki handlowej pod marką Tesco zlokalizowanej w wielobranżowym centrum handlowym Galeria Echo w Kielcach przy ul. Świętokrzyskiej 20 (dalej jako „Tesco Echo”).

W związku z tym, iż:

- 1) spełnione zostały niezbędne przesłanki uzasadniające obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji, bowiem:
  - łączny światowy obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekracza równowartość 1 000 000 000

euro, a także przekroczył równowartość 50 mln euro na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, tj. kwoty określone w art. 13 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275), zwanej dalej również „*ustawą o ochronie konkurencji*”,

- nabycie przez przedsiębiorcę części mienia innego przedsiębiorcy (całości lub części przedsiębiorstwa) jest jednym ze sposobów koncentracji, określonym w art. 13 ust. 2 pkt 4 *ustawy o ochronie konkurencji*, zaś obrót realizowany przez nabywane mienie w 2019 r. przekroczył na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej równowartość 10 000 000 euro.

2) nie występuje w tej sprawie żadna okoliczność z katalogu przesłanek wymienionych w art. 14 *ustawy o ochronie konkurencji*, wyłączająca obowiązek zgłoszenia zamiaru przedmiotowej koncentracji,

zostało wszczęte postępowanie antymonopolowe w tej sprawie, o czym, zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2021 r. poz. 735 ze zm.), organ antymonopolowy zawiadomił Wnioskodawcę pismem z 6 października 2021 r.

### Uczestnicy koncentracji

**CP** (aktywny uczestnik koncentracji) należy do międzynarodowej grupy kapitałowej Carrefour („Grupa Carrefour”). Grupa Carrefour prowadzi działalność głównie w sektorze handlu detalicznego AKCU poprzez sieci sklepów Carrefour, Carrefour Market, Carrefour Express i Globi. Grupa Carrefour jest ostatecznie kontrolowana przez Carrefour S.A. z siedzibą w Massy, Francja.

Grupa Carrefour kontroluje w Polsce następujące spółki zależne:

1. Carrefour Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie – prowadzenie sieci sklepów wielkopowierzchniowych;
2. CPA WAW 1 Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie - sprzedaż detaliczna i hurtowa napojów alkoholowych i bezalkoholowych;
3. CServices sp. z o. o. z siedzibą w Krakowie - świadczenie usług doradczych oraz księgowo finansowych, w tym również usług wspierających współpracę w sieci franczyzowej Carrefour.

Obrót światowy Grupy Carrefour w 2020 r. wyniósł ok. 70,7 mld euro, w tym w Polsce ok. 1,8 mld euro.

**Nabywane mienie – Tesco Echo** (pasywny uczestnik koncentracji) - stanowi tytuł prawny (prawa i obowiązki wynikające z umowy dzierżawy) do powierzchni handlowej przeznaczonej na prowadzenie wielkopowierzchniowego sklepu z niewyspecjalizowaną sprzedażą AKCU. Jest to część powierzchni aktualnie wykorzystywanej dla potrzeb prowadzenia wskazanej powyżej działalności przez Tesco (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie („Tesco Polska”), zlokalizowanej w Galerii Echo w Kielcach przy ul. Świętokrzyskiej 20.

Obiekt handlowy, w którym mieści się Tesco Echo należy do EPP. Działalność EPP polega na zarządzaniu oraz wynajmie powierzchni handlowej w nieruchomości przy ul. Świętokrzyskiej 20, gdzie funkcjonuje wielobranżowe centrum handlowe Galeria Echo. EPP jest częścią grupy kapitałowej, kontrolowanej przez EPP N.V. z siedzibą w Nieuw-amsterdam, Holandia.

Docelowo CP wynajmie od EPP powierzchnię handlową wynoszącą 7 479 m<sup>2</sup> wykorzystywaną obecnie na działalność Tesco Echo. CP dokona adaptacji tej powierzchni, w ten sposób, że 4 559 m<sup>2</sup> będzie wykorzystywane jako powierzchnia handlowa, zaś pozostałe 2 920 m<sup>2</sup> będzie stanowić powierzchnia dodatkowa, obejmująca pomieszczenia biurowe, socjalne, laboratoria i magazyn.

Obrót Tesco Echo wygenerowany w Polsce w 2020 r. wyniósł [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt I].

### Przyczyny i zakres koncentracji

Planowana koncentracja została zgłoszona w trybie art. 13 ust. 2 pkt 4 *ustawy o ochronie konkurencji*.

Transakcja polega na nabyciu Tesco Echo przez CP. Podstawą zgłoszenia zamiaru koncentracji jest podpisany przez CP oraz EPP dnia 16 lipca 2021 r. List Intencyjny wraz z aneksem zawartym 25 sierpnia 2021 r.

Przez realizację zgłoszonej koncentracji CP zamierza rozszerzyć swoją sieć wielkopowierzchniowych sklepów detalicznych, aby zwiększyć swoją rozpoznawalność na rynku, dotrzeć do szerszego grona konsumentów, a tym samym polepszyć swoją pozycję konkurencyjną wobec innych sieci wielkopowierzchniowych sklepów detalicznych.

## **Organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:**

Przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji prowadzą działalność w zakresie sprzedaży detalicznej AKCU i realizują ją w obiektach wielkopowierzchniowych, tj. Grupa Carrefour w hipermarketach, supermarketach i dyskontach, a Tesco Echo w jednym hipermarkecie. Prowadzenie działalności w zakresie sprzedaży detalicznej AKCU powoduje w sposób oczywisty konieczność uczestniczenia w rynku nabywania AKCU w celu odsprzedaży, czyli w rynku zaopatrzenia w te produkty.

### Rynek zaopatrzenia w AKCU

Zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Komisji Europejskiej<sup>1</sup> oraz Prezesa Urzędu<sup>2</sup> właściwym rynkiem geograficznym dla rynku zaopatrzenia w AKCU jest rynek krajowy. Takie określenie wynika przede wszystkim z preferencji konsumentów, istniejących kanałów dystrybucyjnych oraz różnic w cenach (w niektórych przypadkach, ze względu na rodzaj produktu może to być jednak również rynek lokalny lub europejski). Również w przypadku przedmiotowej koncentracji właściwy rynek geograficzny ma co do zasady zasięg krajowy, gdyż przeważającą część dostawców uczestników koncentracji stanowią krajowi producenci, których wyroby sprzedawane są na terytorium Polski.

Oszacowanie udziału uczestników koncentracji w tym rynku poprzez odniesienie wartości ich zakupów do wartości całego rynku hurtowych zakupów AKCU nie jest możliwe, bowiem nie ma dostępnych danych statystycznych dotyczących tej łącznej wartości. W tej sytuacji konieczne jest oparcie tego oszacowania na udziale uczestników koncentracji w rynku sprzedaży detalicznej AKCU, który stanowi zadowalające przybliżenie udziału w hurtowych zakupach AKCU, ponieważ żeby dane produkty sprzedać, trzeba je najpierw kupić. Jeśli zatem udział poszczególnych sprzedawców w sprzedaży detalicznej ogółem będzie ograniczony, nie będą oni również posiadać nadmiernie silnej pozycji na rynku zakupowym.

Jak wynika z danych przedstawionych przez Wnioskodawcę, łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku zaopatrzenia AKCU [oszacowanym

---

<sup>1</sup> COMP/M.2161 – Ahold/Superdiplo.

<sup>2</sup> Decyzja DOK nr 143/2006 z 21 listopada 2006 r.

na podstawie sprzedaży detalicznej AKCU] w wyniku koncentracji będzie się kształtował na poziomie ok. 3,56%.

Rynek zaopatrzenia w AKCU można także podzielić na segmenty (grupy segmentów) ze względu na rodzaje produktów, sposób ich wytwarzania oraz możliwość zmiany profilu produkcji przez producentów. Komisja Europejska dzieli rynek zaopatrzenia na 24 grupy produktowe, podobnego podziału dokonał Prezes Urzędu w niniejszej sprawie.

Udziały uczestników przedmiotowej koncentracji w rynkach zaopatrzenia 24 grup asortymentowych AKCU przedstawia poniższa tabela nr 1:

Tabela nr 1

Rynek produktowy	Udział Grupy Carrefour	Udział Tesco Echo
<b>Rynek zaopatrzenia w AKCU (ogółem)</b>	<b>3,55%</b>	<b>0,1%</b>
Napoje	3,17%	0,018%
Chemia gospodarcza	3,41%	0,032%
Perfумы/artykuły higieniczne	2,25%	0,02%
Artykuły spożywcze suche	3,44%	0,023%
Parafarmaceutyki	5,12%	0,04%
Towary nietrwałe sprzedawane w ramach samoobsługi	2,91%	0,017%
Wyroby delikatesowe	2%	0,012%
Ryby	3%	0,032%
Owoce i warzywa	5%	0,035%
Świeże pieczywo i ciasta	0,1%	0,001%
Mięso	2%	0,02%
Produkty do majsterkowania	0,3%	0,003%
Artykuły dekoracyjne dla domu	1,3%	0,014%
Kultura	0,1%	0,001%
Zabawki/czas wolny /relaks	1,4%	0,02%
Produkty ogrodnicze	0,6%	0,007%
Aksesoria samochodowe	0,4%	0,006%



Duży sprzęt gospodarstwa domowego	0,1%	0,002%
Mały sprzęt gospodarstwa domowego	0,1%	0,001%
Artykuły fotograficzne/filmowe	0,1%	0,001%
Sprzęt Hi-fi/audio	0,1%	0,001%
TV/video	0,1%	0,002%
Tekstylia	0,4%	0,006%
Wyroby tytoniowe	0,23%	0,001%

*Źródło: dane Wnioskodawcy.*

Jak wynika z przedstawionych danych, łączny udział Grupy Carrefour i Tesco Echo w żadnej z 24 grup asortymentowych nie przekracza 6% udziału w krajowym rynku sprzedaży detalicznej poszczególnych grup asortymentowych AKCU. Powyższe dane pozwalają na stwierdzenie, że udziały uczestników koncentracji w krajowym rynku zaopatrzenia w AKCU w każdej z ww. grup asortymentowych i łącznie w tych grupach nie będą wyższe od przedstawionych powyżej.

#### Rynek sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych

Rynek sprzedaży detalicznej AKCU charakteryzuje się znaczną liczbą jego uczestników zarówno od strony podażowej, jak i popytowej. Od strony popytowej jego uczestnikami są indywidualni klienci, którzy mogą dokonywać zakupów w obiektach handlowych o różnej skali działania, począwszy od małych sklepików i bazarów poprzez duże sklepy, supermarkety, a skończywszy na hipermarketach.

W dotychczasowych decyzjach<sup>3</sup> Prezes Urzędu przyjmował, że sklepy należące do nowoczesnego kanału dystrybucji różnią się od tradycyjnych sklepów spożywczych oraz pozostałych specjalistycznych sklepów modelem prowadzenia działalności gospodarczej. Sklepy wielkopowierzchniowe od pozostałych formatów sklepów odróżnia przede wszystkim wielkość powierzchni sprzedażowej. Jest ona zdecydowanie większa i wynosi od kilkuset

<sup>3</sup> Zob. Decyzje Prezesa Urzędu nr DDF-49/2002, DOK-15/2005, DOK-30/2005, DOK-41/2005, DOK-143/2006, DKK-76/2008.



metrów kwadratowych (sklep dyskontowy, supermarket) do nawet kilku tysięcy w przypadku hipermarketów. Wielkość powierzchni determinuje inne cechy, które wyróżniają ten kanał dystrybucji spośród pozostałych.

W niniejszej sprawie wskazane orzecznictwo zachowuje pełną aktualność.

Cechą charakterystyczną rynku sklepów wielkopowierzchniowych jest występująca asymetryczność konkurencji, która oznacza, że o ile większe formaty wywierają istotną presję konkurencyjną na formaty mniejsze, o tyle wpływ mniejszych formatów (supermarkety, dyskonty) na największy format sklepów (hipermarkety) jest ograniczony. Zdaniem Prezesa Urzędu na rynku HSD mamy do czynienia z konkurencją bądź też substytucją, pomiędzy poszczególnymi formatami sklepów, tylko „w jedną stronę”. Oznacza to, że o ile hipermarkety spotykają się z ograniczoną presją konkurencyjną ze strony pozostałych placówek, to zarówno supermarkety, jak i dyskonty muszą się liczyć z presją ze strony hipermarketów. W rezultacie otrzymujemy dwa produktowe rynki właściwe istotne w niniejszej sprawie: rynek hipermarketów (z punktu widzenia oceny wpływu koncentracji między hipermarketami) oraz rynek HSD (z punktu widzenia oceny wpływu koncentracji na supermarkety i dyskonty). Takie podejście do definiowania rynków właściwych w przypadku koncentracji sklepów wielkopowierzchniowych widoczne jest w orzecznictwie organów brytyjskich<sup>4</sup> oraz ich badaniach<sup>5</sup>. Szczegółowe uzasadnienie dla uznania hipermarketów za należące do odrębnego rynku produktowego w niniejszej sprawie zostało przedstawione w dalszej części decyzji, zawierającej opis tego rynku.

Grupa Carrefour prowadzi kilka rodzajów sklepów – hipermarkety pod marką Carrefour, supermarkety pod marką Carrefour Market, sklepy franczyzowe pod marką Carrefour Express i minimarkety Globi, zaś Tesco Echo prowadzi hipermarket pod marką Tesco. Na analizowanym rynku lokalnym CP nie posiada żadnych hipermarketów. Powoduje to, że rozpatrywana koncentracja będzie analizowana w zakresie sprzedaży detalicznej AKCU w HSD na rynkach, na których pokrywa się działalność marketu CP oraz hipermarketu Tesco Echo.

### Rynek sprzedaży detalicznej AKCU w HSD

---

<sup>4</sup> Decyzja OFT ME/5317/12 Co-op/David Samds, czy ME/4810/10 Tesco/Mills.

<sup>5</sup> The Supply of Groceries in the UK. Market Investigation, Competition Commission, London 2008, s. 62-64.

Definicja rynku sprzedaży detalicznej AKCU w HSD została wypracowana w dotychczasowym orzecznictwie Prezesa Urzędu<sup>6</sup> i nie jest kwestionowana przez CP. W zakresie wymiaru geograficznego rynku właściwego, bazując na dotychczasowym orzecznictwie oraz ustaleniach niniejszego postępowania należy przyjąć, że w przypadku przedmiotowej koncentracji rynek sprzedaży detalicznej AKCU w HSD ma wymiar lokalny i obejmuje swoim zasięgiem obszar położony w promieniu do 10 i 15 min. jazdy samochodem po drogach publicznych od przejmowanego hipermarketu Tesco Echo.

Organ antymonopolowy ocenił wpływ przedmiotowej koncentracji na rozpatrywany rynek na podstawie porównania pozycji rynkowej uczestników koncentracji szacowanej według kryterium obrotu i powierzchni sprzedaży. Analizując sytuację na rynku HSD, Prezes Urzędu oceniał, czy sklepy należące do łączących się stron będą w stanie pogorszyć ofertę dla konsumentów z uwagi na zmniejszenie presji konkurencyjnej między łączącymi się stronami.

Mając na uwadze powyższą definicję oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. z 2018 r. poz. 367), dalej „Rozporządzenie w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców”, organ antymonopolowy uznał, iż przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na lokalny rynek HSD położony w promieniu do 10 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od hipermarketu Tesco Echo zlokalizowanego w Kielcach przy ul. Świętokrzyskiej 20. Rynkiem wspólnym, na który koncentracja nie wywiera wpływu jest lokalny rynek HSD położony w promieniu do 15 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od hipermarketu Tesco Echo z uwagi na fakt, iż łączne udziały uczestników koncentracji zarówno biorąc pod uwagę powierzchnię sprzedaży, jak i wartość sprzedaży nie przekraczają 20 %.

#### Rynek HSD w promieniu do 10 minut jazdy samochodem od hipermarketu Tesco Echo

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket Tesco Echo, z udziałem w rynku wynoszącym ok. 17,76% według kryterium powierzchni sprzedaży (po zmniejszeniu

---

<sup>6</sup> Zob. Decyzje Prezesa Urzędu nr DDF 49/2002, DOK 15/2005, DOK 30/2005, DOK 41/2005, DOK 143/2006, DKK 76/2008, DKK-88/2021, DKK-89/2021 czy DKK-190/2021.



powierzchni sprzedaży do 4 559 m<sup>2</sup> udział ten wyniesie ok. 14,44%) oraz ok. 5,12% według kryterium obrotu oraz jeden sklep franczyzowy CP - Carrefour Market z udziałem w rynku wynoszącym ok. 3,95% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. 1,92% według kryterium obrotu.

Łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą zatem ok. 21,71% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. 7,04% według kryterium obrotu.

Na rynku tym największymi konkurentami uczestników koncentracji są Biedronka, prowadząca 13 sklepów z udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 2] według kryterium powierzchni sprzedaży i [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 3] według kryterium obrotu, Auchan, prowadzący 1 sklep z udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 4] według kryterium powierzchni sprzedaży i [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 5] według kryterium obrotu, Grupa Schwarz, prowadząca 4 sklepy (3 sklepy Lidl i 1 sklep Kaufland) z udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 6] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 7] według kryterium obrotu.

Ponadto, z ważniejszych konkurentów, na omawianym rynku działalność prowadzą: Stokrotka (2 sklepy) i Tesco (3 sklepy) z indywidualnymi udziałami nie przekraczającymi [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 8] zarówno według kryterium powierzchni sprzedaży, jak i kryterium obrotu.

### Ocena skutków koncentracji

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.

Powyższe oznacza, że koncentracja jest dopuszczalna wówczas, gdy nie zakłóca skutecznej konkurencji na rynku właściwym, w szczególności w wyniku powstania lub umocnienia pozycji dominującej.

Oceniając przedmiotową koncentrację Prezes Urzędu uznał, iż brak jest podstaw do stwierdzenia, iż na rynku właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji. Na rynku HSD położonym w promieniu do 10 minut jazdy samochodem od hipermarketu Tesco Echo łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą ok. 21,71% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. 7,04% według kryterium obrotu. Przekroczenie progu 20% następuje zatem wyłącznie w przypadku obliczenia łącznego udziału uczestników koncentracji według kryterium powierzchni, podczas gdy decydujący dla oceny skutków koncentracji jest udział rynkowy liczony według kryterium obrotu, który świadczy o sile rynkowej danego podmiotu. Należy również zauważyć, że po zmniejszeniu przez CP nabywanej powierzchni sprzedaży do 4 559 m<sup>2</sup>, udział rynkowy Tesco Echo liczony według kryterium powierzchni sprzedaży ulegnie obniżeniu, a łączny udział uczestników koncentracji wyniesie wówczas 18,55% i znajdzie się poniżej progu 20%, z którym wiąże się wywieranie wpływu na rynek w układzie horyzontalnym. Na dodatek na obydwu wspólnych lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem HSD uczestnicy koncentracji spotykają się z silną konkurencją ze strony innych sieci handlowych zaliczanych do nowoczesnego kanału dystrybucji, np. Biedronka, Tesco, Kaufland, Lidl, Stokrotka.

Ponadto udział rynkowy CP będzie kształtował się znacznie poniżej 40%, z którym ustawa o ochronie konkurencji wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Liderem rynku HSD położonym w promieniu do 10 minut jazdy samochodem od



hipermarketu Tesco Echo, z udziałami wynoszącymi niemal 40% według kryterium obrotu pozostanie Biedronka.

Wskazać także należy, iż w rozpatrywanej sprawie nie występują rynki, na które planowana koncentracja wywierałaby wpływ w układzie wertykalnym czy konglomeratowym.

Można tym samym stwierdzić, iż zamierzona koncentracja nie wpłynie negatywnie na stan konkurencji na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, ani też nie będzie miała negatywnych skutków dla konsumentów.

Biorąc powyższe pod uwagę należy stwierdzić, iż planowana transakcja spełnia przesłanki określone w art. 18 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W związku z powyższym orzeczono, jak w sentencji.

Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2020 r., poz. 1575 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 (Dz. U. z 2020 r., poz. 755), 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.

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**

Otrzymuje:

- 1) **Carrefour Polska sp. z o.o.**
- 2) a/a – Decyzja z załącznikiem