



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, 16 kwietnia 2021 r.

DKK-1.423.4.2021.MAB

Decyzja nr DKK - 88/2021

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 DOR Plaza Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w Warszawie, w zakresie określonym we wniosku.

Uzasadnienie

5 marca 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 DOR Plaza Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w Warszawie (dalej łącznie jako „DOR”) w postaci hipermarketu Tesco zlokalizowanego zlokalizowana w Pasażu Częstochowa przy ul. Drogowców 43 w Częstochowie (dalej „Tesco Częstochowa”).

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 2019 r. poz. 369 ze zm.), 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 2018 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 2018 r. poz. 2096 ze zm.), organ antymonopolowy zawiadomił Wnioskodawcę pismem z 9 marca 2021 r.

Dodatkowo rozpatrując niniejszą sprawę Prezes Urzędu uwzględnił potencjalne skutki rynkowe notyfikowanego równoległe zamiaru koncentracji polegającej na nabyciu przez CP części mienia Galerii Ostrowiec Sp. z o.o. z siedzibą w Ostrowcu Świętokrzyskim (sprawa DKK-1.423.4.2021.MAB) oraz Ingka Centres Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Jankach, w zakresie określonym we wniosku (sprawa DKK-1.423.5.2021.MAB). Sprawy te dotyczą lokalnych rynków detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem HSD i hipermarketów na terenie Ostrowca Świętokrzyskiego oraz Wrocławia.

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. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Nabywane mienie – Tesco Częstochowa (pasywny uczestnik koncentracji) - stanowi tytuł prawny (prawa i obowiązki wynikające z umowy najmu) 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 Pasażu Częstochowa przy ul. Drogowców 43 w Częstochowie.

Właścicielem Pasażu Częstochowa w Częstochowie, na terenie którego działalność prowadzi Tesco Częstochowa jest DOR. Spółka ta wynajmie powierzchnię handlową na rzecz CP. Docelowo CP wynajmie od KI część powierzchni handlowej wykorzystywanej obecnie na działalność Tesco Częstochowa ([tajemnica przedsiębiorstwa]).

Obrót Tesco Częstochowa w 2020 r. wygenerowany w Polsce wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Przyczyny i zakres koncentracji

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

Transakcja polega na nabyciu przez CP mienia Tesco Częstochowa. Podstawą zgłoszenia zamiaru koncentracji jest zawarty 25 lutego 2021 r. przez CP oraz DOR list intencyjny dotyczący najmu powierzchni handlowej wykorzystywanej w części przez Tesco Częstochowa.

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 Częstochowa 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 Europejskiej¹ oraz Prezesa Urzędu² 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 zakupić. Jeśli zatem udział poszczególnych sprzedawców w sprzedaży detalicznej ogółem będzie ograniczony, nie będą oni również posiadać nadmiernie silnej pozycji na rynku zakupowym.

¹COMP/M.2161 – Ahold/Superdiplo.

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

Jak wynika z danych przedstawionych przez Wnioskodawcę, łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku zaopatrzenia AKCU [oszacowanym na podstawie sprzedaży detalicznej AKCU] w wyniku koncentracji będzie się kształtował na poziomie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

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 CP	Udział Tesco Częstochowa, Tesco Ostrowiec Świętokrzyski i Tesco Bielany Wrocławskie
Rynek zaopatrzenia w AKCU (ogółem)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	
Napoje		
Chemia gospodarcza		
Perfumy/artykuły higieniczne		
Artykuły spożywcze suche		
Parafarmaceutyki		
Towary nietrwałe sprzedawane w ramach samoobsługi		
Wyroby delikatesowe		
Ryby		
Owoce i warzywa		
Świeże pieczywo i ciasta		
Mięso		
Produkty do majsterkowania		
Artykuły dekoracyjne dla domu		

Kultura
Zabawki/czas wolny /relaks
Produkty ogrodnicze
Akcesoria samochodowe
Duży sprzęt gospodarstwa domowego
Mały sprzęt gospodarstwa domowego
Artykuły fotograficzne/filmowe
Sprzęt Hi-fi/audio
TV/video
Tekstylia
Wyroby tytoniowe

Źródło: dane Wnioskodawcy.

Jak wynika z przedstawionych danych, łączny udział Grupy Carrefour i Tesco Częstochowa w żadnej z 24 grup asortymentowych nie przekracza [*tajemnica przedsiębiorstwa*] 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 decyzjach³ 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 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 brytyjskich⁴ oraz ich badaniach⁵. 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 Częstochowa prowadzi hipermarket pod marką Tesco. Na analizowanym rynku lokalnym CP nie posiada żadnych hipermarketów. Powoduje to, że rozpatrywana koncentracja będzie analizowana w zakresie sprzedaży

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

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

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

detalicznej AKCU w HSD na rynkach, na których pokrywa się działalność marketów CP oraz hipermarketu Tesco Częstochowa.

Rynek sprzedaży detalicznej AKCU w HSD

Definicja rynku sprzedaży detalicznej AKCU w HSD została wypracowana w dotychczasowym orzecznictwie Prezesa Urzędu⁶ i nie jest ona 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 Częstochowa.

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 spotykają się z wystarczającą przeciwwagą ze strony hipermarketów, supermarketów i dyskontów należących do innych podmiotów.

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 15 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od hipermarketu Tesco Częstochowa zlokalizowanego przy ul. Drogowców 43 w Częstochowie.

⁶ Zob. Decyzje Prezesa Urzędu nr DDF 49/2002, DOK 15/2005, DOK 30/2005, DOK 41/2005, DOK 143/2006, czy DKK 76/2008.

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

Brak jest, w tym wymiarze geograficznym, rynku wspólnego dla uczestników koncentracji.

Rynek HSD w promieniu do 15 minut jazdy samochodem od hipermarketu Tesco
Częstochowa

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket Tesco Częstochowa, z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz jeden sklep Carrefour Express z łącznym udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą zatem ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Na rynku tym największymi konkurentami uczestników koncentracji są Biedronka, prowadząca 11 sklepów z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu, Grupa Schwarz, prowadząca 4 sklepy z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz Auchan z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Ponadto, z ważniejszych konkurentów, na omawianym rynku działalność prowadzą: Netto (2 sklepy) i Aldi (2 sklepy) z indywidualnymi udziałami nieprzekraczającymi [tajemnica przedsiębiorstwa] 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 rynkach właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji. Na rynku HSD położonym w promieniu do 15 minut jazdy samochodem od hipermarketu Tesco Częstochowa łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu. Przy czym, udział ten prawie w całości przypada na Tesco Częstochowa, gdyż udziały rynkowe CP nie przekraczają [tajemnica

przedsiębiorstwa] wg obydwu kryteriów. Na wszystkich 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, Grupa Schwarz, Auchan, Netto i Aldi. Ponadto udział rynkowy CP będzie kształtował się poniżej 40%, z którym ustawa o ochronie konkurencji wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Co więcej, pozycja rynkowa CP po koncentracji będzie i tak słabsza od pozycji Biedronki, Grupy Schwarz i Auchan. Należy wziąć również pod uwagę fakt, iż powierzchnia sprzedaży nowo otwartego sklepu będzie o połowę mniejsza od dotychczasowej powierzchni sklepu TP.

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(28) § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2019 r., poz. 1460 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.

*Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów*

*Robert Kamiński
Dyrektor Departamentu Kontroli Koncentracji*

Otrzymuje:

Carrefour Polska sp. z o. o.