



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, dnia 11 marca 2020 r.

DKK-1.423.24.2019.MAB

Decyzja nr DKK - 71/2020

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 2019 r. poz. 369 ze zm.), 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 Kasama Investments Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, w zakresie określonym we wniosku.

Uzasadnienie

31 grudnia 2019 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 Kasama Investments Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej łącznie jako „KI”) w postaci hipermarketu Tesco zlokalizowanego przy ul. Legnickiej 58 we Wrocławiu (dalej „Tesco Wrocław”).

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 3 stycznia 2020 r.

Dodatkowo rozpatrując niniejszą sprawę Prezes Urzędu uwzględnił potencjalne skutki rynkowe notyfikowanego równoległe zamiaru koncentracji polegającej na nabyciu przez Kaufland Polska Markety sp. z o.o. sp. k. z siedzibą we Wrocławiu części mienia Snowfinch 19 Sp. z o.o. II Sp. k. z siedzibą w Warszawie oraz Zodiac S.à.r.l. z siedzibą w Luksemburgu, w zakresie określonym we wniosku (sprawa DKK-1.423.12.19.MAB). Sprawa ta dotyczy lokalnego rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem HSD i hipermarketów na terenie 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 2018 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] EUR, w tym w Polsce ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] EUR.

Nabywane mienie – Tesco Wrocław (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 C.H. Magnolia Park przy ul. Legnickiej 58, 54-204 Wrocław.

Właścicielem C.H. Magnolia Park we Wrocławiu, na terenie którego działalność prowadzi Tesco Wrocław jest KI. Spółka ta wynajmie powierzchnię handlową na rzecz CP. Docelowo CP wynajmie od KI część powierzchni handlowej wykorzystywanej obecnie na działalność Tesco Wrocław.

Obrót Tesco Wrocław w 2018 r. wygenerowany w Polsce wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 1].

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 Wrocław. Podstawą zgłoszenia zamiaru koncentracji jest zawarta 18 grudnia 2019 r. przez CP oraz KI warunkowa umowa najmu powierzchni handlowej wykorzystywanej w części przez Tesco Wrocław.

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 Wrocław 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 poniżej [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 Wrocław
Rynek zaopatrzenia w AKCU (ogółem)	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Napoje	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Chemia gospodarcza	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Perfumy/artykuły higieniczne	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Artykuły spożywcze suche	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Parafarmaceutyki	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Towary nietrwale sprzedawane w ramach samoobsługi	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Wyroby delikatesowe	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Ryby	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Owoce i warzywa	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]



Świeże pieczywo i ciasta	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Mięso	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Produkty do majsterkowania	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Artykuły dekoracyjne dla domu	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Kultura	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Zabawki/czas wolny /relaks	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Produkty ogrodnicze	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Akcesoria samochodowe	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Duży sprzęt gospodarstwa domowego	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Mały sprzęt gospodarstwa domowego	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Artykuły fotograficzne/filmowe	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Sprzęt Hi-fi/audio	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
TV/video	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Tekstylia	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]
Wyroby tytoniowe	[tajemnica przedsiębiorstwa]	[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane Wnioskodawcy.



Jak wynika z przedstawionych danych, łączny udział Grupy Carrefour i Tesco Wrocław 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

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



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 Wrocław prowadzi hipermarket pod marką Tesco. W niniejszej sprawie asymetryczność konkurencji powoduje, że rozpatrywana koncentracja musi być równocześnie analizowana w zakresie dwóch obszarów:

- sprzedaży detalicznej AKCU w hipermarketach na rynku, na którym pokrywa się działalność hipermarketów Carrefour i Tesco Wrocław oraz
- sprzedaży detalicznej AKCU w HSD na rynkach, na których pokrywa się działalność marketów Carrefour i Carrefour Market oraz hipermarketu Tesco Wrocław.

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 Wrocław.

Organ antymonopolowy ocenił wpływ przedmiotowej koncentracji na rozpatrywany rynek na podstawie porównania pozycji rynkowej uczestników koncentracji szacowanej

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.

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.



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. Ocena wpływu koncentracji na sytuację hipermarketów została natomiast dokonana w dalszej części decyzji, w oparciu o analizę rynku hipermarketów.

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 lokalne rynki HSD położone w promieniu do 10 i 15 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od hipermarketu Tesco Wrocław zlokalizowanego we Wrocławiu, przy ul. Legnickiej 58.

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

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

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

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket Tesco Wrocław, z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz cztery hipermarkety Carrefour i jeden supermarket Carrefour Market 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 26 sklepów z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 2] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 3] według kryterium obrotu, Grupa Schwarz, prowadząca 9 sklepów⁷ z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 4] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 5] według kryterium obrotu oraz Leclerc z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 6] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 7] według kryterium obrotu.

Ponadto, z ważniejszych konkurentów, na omawianym rynku działalność prowadzą: Piotr i Paweł (4 sklepy), Netto (3 sklepy), Aldi (4 sklepy), Stokrotka (2 sklepy), Społem (2 sklepy), POLOmarket, Dino, z indywidualnymi udziałami nie przekraczającymi [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 8] zarówno według kryterium powierzchni sprzedaży, jak i kryterium obrotu.

Rynek sprzedaży AKCU w hipermarketach

Orzecznictwo Prezesa Urzędu w zakresie detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem hipermarketów jest ugruntowane⁸. W ocenie Prezesa Urzędu sposób działania hipermarketów powoduje, że odróżniają się one widocznie od dyskontów i supermarketów, co powoduje, iż formaty te nie stanowią wystarczająco bliskiej konkurencji dla hipermarketów. Rynek sprzedaży detalicznej AKCU w hipermarketach ma wymiar lokalny i obejmuje swoim zasięgiem obszar położony w promieniu do 20 min. lub do 25 min. jazdy samochodem od przejmowanej placówki handlowej.

Mając na uwadze powyższą definicję oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w *rozporządzeniu w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców*, organ antymonopolowy uznał, iż przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na lokalne rynki hipermarketów położone w promieniu do 20 i do 25 minut jazdy samochodem od hipermarketu Tesco Wrocław zlokalizowanego we Wrocławiu, przy ul. Legnickiej 58.

⁷ W analizie uwzględniono równoległą koncentrację z udziałem Kaufland oraz Origami.

⁸ Decyzja Nr DKK-161/2011 czy DKK - 4/2014.

Rynek hipermarketów w promieniu do 20 minut jazdy samochodem od hipermarketu
Tesco Wrocław

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket Tesco Wrocław, z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz dwa hipermarkety Carrefour 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 Grupa Schwarz, prowadząca 3 sklepy z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 9] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 10] według kryterium obrotu, Leclerc z jednym hipermarketem z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 11] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 12] według kryterium obrotu, Biedronka, prowadząca 1 sklep z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 13] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 14] według kryterium obrotu, Piotr i Paweł z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 15] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 16] według kryterium obrotu, a także Auchan z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 17] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 18] według kryterium obrotu.

Rynek hipermarketów w promieniu do 25 minut jazdy samochodem od hipermarketu
Tesco Wrocław

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket Tesco Wrocław, z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz dwa hipermarkety Carrefour 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 Grupa Schwarz, prowadząca 4 sklepy z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 19] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 20] według kryterium obrotu, Auchan prowadzący 3 sklepy z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 21] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 22] według kryterium obrotu, Leclerc z jednym hipermarketem z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 23] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 24] według kryterium obrotu, Biedronka, prowadząca 1 sklep z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 25] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 26] według kryterium obrotu, Tesco prowadzące 1 sklep⁹ z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 27] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 28] według kryterium obrotu, a także Piotr i Paweł z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 29] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 30] według 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

⁹ Pozostający poza zamiarem niniejszej koncentracji, a także innych równoległych transakcji realizowanych przez Grupę Schwarz.

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 Wrocław łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu. 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, Piotr i Paweł Netto, Aldi, Stokrotka, Leclerc i in. Ponadto udział rynkowy CP będzie kształtował się poniżej 40%, z którym ustawa o ochronie konkurencji wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Co więcej, pozycja CP po koncentracji i sklepów Biedronka będzie na tych rynkach bardzo zbliżona.

Na rynku sprzedaży AKCU w hipermarketach położonym w promieniu do 20 minut jazdy samochodem od hipermarketu Tesco Wrocław łączne udziały uczestników koncentracji



wynoszą ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu. Natomiast na rynku sprzedaży AKCU w hipermarketach położonym w promieniu do 25 minut jazdy samochodem od hipermarketu Tesco Wrocław łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu. Na wszystkich wspólnych lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem hipermarketów uczestnicy koncentracji spotykają się z silną konkurencją ze strony innych hipermarketów, tj. Grupa Schwarz, Auchan, Tesco i Leclerc. Należy też zauważyć, że CP przejmuje jedynie część powierzchni handlowej wykorzystywanej przez Tesco Wrocław, co powoduje, że w rzeczywistości jej pozycja rynkowa umocni się w mniejszym stopniu niż mogłoby to wynikać z nominalnego dodania udziałów CP i Tesco Wrocław. Co więcej, pozycja CP po koncentracji i Grupy Schwarz oraz Auchan będzie zbliżona.

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.

