



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
MAREK NIECHCIAŁ**

Warszawa, 21 grudnia 2018 r.

DKK1-421.23.2018.JBG

**Decyzja nr DKK– 227/2018**

Na podstawie art. 18 w związku z art. 13 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. Dz. U. z 2018 r., poz. 798 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach, **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach kontroli nad Partner sp. z o.o. z siedzibą w Lipnie.

**UZASADNIENIE**

W dniu 25 czerwca 2018 r. do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) wpłynęło zgłoszenie zamiaru koncentracji, polegającej na przejęciu przez Eurocash S.A z siedzibą w Komornikach (dalej „Eurocash”, „Wnioskodawca” lub „Zgłaszający”) kontroli nad Partner sp. z o.o. z siedzibą w Lipnie (dalej „Partner”).

W związku z tym, iż spełnione zostały niezbędne przesłanki, uzasadniające zgłoszenie zamiaru koncentracji, tj.:

- łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył na świecie równowartość 1 mld euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2018 r., poz. 798 - dalej „ustawa o ochronie

konkurencji” lub „ustawa antymonopolowa”), przy czym obrót na terenie Rzeczypospolitej Polskiej przekroczył równowartość 50 mln euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 2 ww. ustawy,

- przejście kontroli nad innym przedsiębiorcą jest jednym ze sposobów koncentracji określonym w art. 13 ust. 2 pkt 2 ustawy antymonopolowej,
- w sprawie nie występuje żadna okoliczność z katalogu przesłanek wymienionych w art. 14 ustawy antymonopolowej, powodująca odstąpienie od konieczności zgłoszenia zamiaru koncentracji,

zostało wszczęte postępowanie antymonopolowe w przedmiotowej sprawie, o czym - zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2018, poz. 2096) Zgłaszający został powiadomiony pismem z 5 lipca 2018 r.

Dnia 8 sierpnia 2018 r. Prezes Urzędu wydał postanowienie przedłużające termin zakończenia postępowania o 4 miesiące. W ocenie organu antymonopolowego w przedmiotowej sprawie zaszła przesłanka, o której mowa w art. 96 a ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji, tj. istnieje konieczność przeprowadzenia badania rynku. Wydanie tego postanowienia uzasadnione było koniecznością weryfikacji udziałów uczestników koncentracji oraz udziałów ich konkurentów w lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku (dalej „AKCU”), na które, według szacunków Zgłaszającego, koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym i wertykalnym.

Dokonanie analizy w powyższym zakresie było niezbędne do ustalenia pozycji rynkowej Eurocash i Partnera oraz ich konkurentów na rynkach, na których działalność przedsiębiorców pokrywa się, wpływu koncentracji na poszczególne rynki w układzie horyzontalnym, a także wpływu transakcji na konkurencję.

W ramach postępowania organ antymonopolowy skierował ankietę do przedsiębiorców - konkurentów uczestników koncentracji, działających w zakresie detalicznej sprzedaży AKCU, na których działalność Eurocash i Partnera się pokrywa. Pytania dotyczyły m.in. przychodów netto uzyskanych w 2016 i 2017 r. z detalicznej sprzedaży AKCU, powierzchni i lokalizacji prowadzonych sklepów, planowanych otwarć sklepów oraz opinii na temat zamiaru koncentracji.

W toku postępowania pismem z dnia 12 grudnia 2018 r. Zgłaszający poinformował, iż sklep należący do Partnera zlokalizowany w Dobrzyniu nad Wisłą, został wyłączony z transakcji.

### **W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje:**

#### Uczestnicy koncentracji

**Eurocash** – jest notowana na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Według stanu na 11 maja 2018 r. jedynym akcjonariuszem Eurocash, posiadającym powyżej 5% akcji, był Pan Luis Amaral, który bezpośrednio oraz pośrednio przez spółkę zależną Politra B.V. S.a.r.l. z siedzibą w Luksemburgu posiada ok. 44,04% głosów na wza.

Grupa Eurocash prowadzi działalność za pośrednictwem 50 spółek zależnych, przede wszystkim w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU za pośrednictwem zlokalizowanych na obszarze całej Polski [*tajemnica przedsiębiorstwa*] hurtowni ogólnospożywczych oraz wyspecjalizowanych, oferujących: wyroby tytoniowe i produkty impulsowe ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] hurtowni), żywność mrożoną ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] hurtowni), nabiał ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] hurtownie), napoje alkoholowe i bezalkoholowe ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] hurtowni), kosmetyki, artykuły higieniczne i produkty chemii gospodarczej ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] hurtownie).

Ponadto Grupa Eurocash prowadzi działalność w zakresie sprzedaży detalicznej:

a) AKCU za pośrednictwem:

- sklepów własnych („Delikatesy Centrum” - [*tajemnica przedsiębiorstwa*] sklepów, „EKO” - [*tajemnica przedsiębiorstwa*] sklepów, „Mila” – [*tajemnica przedsiębiorstwa*] sklepów oraz „Lewiatan” - [*tajemnica przedsiębiorstwa*] sklepów),
- sklepów zrzeszonych w sieciach partnerskich, nadzorowanych oraz organizowanych przez Eurocash: „Abc Sklepy po sąsiedzku” ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] sklepów), „Groszek” ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] sklepów), „Euro Sklep” ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] sklepów), „Lewiatan” ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] sklepów), „Gama” ([*tajemnica przedsiębiorstwa*] sklepów) oraz

- sklepów zrzeszonych w sieci franczyzowej „Delikatesy Centrum”, zarządzanej przez Eurocash Franczyza sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach ([tajemnica przedsiębiorstwa] sklepów),
- b) prasy, czasopism i drobnych artykułów pozaprasowych za pośrednictwem salonów prasowych „Inmedio” ([tajemnica przedsiębiorstwa] salony),
- c) kosmetyków i artykułów drogeryjnych za pośrednictwem sklepów własnych „Kontigo” ([tajemnica przedsiębiorstwa] sklepów) i sklepów partnerskich „Drogerie Koliber” ([tajemnica przedsiębiorstwa] sklepy),
- d) napojów alkoholowych poprzez sklepy własne „Duży Ben” ([tajemnica przedsiębiorstwa] sklepów).

Sprzedaż detaliczna AKCU jest dodatkowo realizowana za pośrednictwem platformy internetowej „Frisco” oraz poprzez mobilną sieć sklepów „ABC na kołach”.

Ponadto, poprzez spółkę zależną PayUp Polska S.A., Eurocash prowadzi działalność w zakresie pośrednictwa w dystrybucji doładowań telefonicznych do kont przedpłaconych (pre-paid), usług pośrednictwa w dystrybucji doładowań do kont przedpłaconych w postaci pieniądza elektronicznego, obsługi technicznej kart płatniczych. W niewielkiej skali PayUp Polska prowadzi również działalność w zakresie usług płatności rachunków domowych oraz sprzedaży doładowań energetycznych do liczników przedpłaconych.

Grupa Eurocash jest również obecna na rynku wprowadzania do obrotu AKCU oraz na rynku usług logistycznych.

Obrót Grupy Eurocash wyniósł w 2017 r. ok. 6 mld euro na świecie i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] mld euro w Polsce.

**Partner** – pasywny uczestnik koncentracji – jest wyłącznie kontrolowana przez Asteria Holding sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Asteria”), której współnikami są: Pan Wojciech Kruszewski posiadający 73% udziałów, Pani Dorota Bachman, posiadająca 13% udziałów oraz Pan Andrzej Bachman posiadający 13% udziałów.

Partner prowadzi działalność przede wszystkim w zakresie sprzedaży detalicznej AKCU poprzez 26<sup>1</sup> sklepów tradycyjnych (poniżej 350 m<sup>2</sup> pow. sprzedaży)

---

<sup>1</sup> Partner obecnie posiada 26 sklepów, przy czym jeden z nich (we Włocławku przy ul. Toruńskiej) został zamknięty i ze względów ekonomicznych działalność w tej lokalizacji nie będzie kontynuowana. Ponadto w trakcie postępowania Eurocash poinformował o wyłączeniu z transakcji

oraz wielkopowierzchniowych (powyżej 350m<sup>2</sup> pow. sprzedaży) działających pod nazwą „Lewiatan”<sup>2</sup> (dalej „przejmowane sklepy Partner”) oraz zaopatrzenia w AKCU.

Nie posiada spółek zależnych.

Obrót Partnera w 2017 r. został osiągnięty wyłącznie na terytorium Polski i wyniósł ok. 45 mln euro.

### Przyczyny i zakres koncentracji

Zgłoszona transakcja polega na przejściu przez Eurocash kontroli nad Partnerem. Podstawę zgłoszenia stanowi przedwstępna umowa sprzedaży udziałów z 12 czerwca 2018 r. zawarta pomiędzy Eurocash oraz Asteria, na podstawie której Eurocash nabędzie 100% udziałów w Partnerze.

Zgodnie z deklaracją Wnioskodawcy, planowana koncentracja ma na celu rozwój działalności Eurocash w różnych obszarach dystrybucji AKCU. Poprzez realizację zgłaszanej koncentracji Eurocash zamierza rozpocząć ekspansję w nowoczesnym kanale detalicznej sprzedaży AKCU i tym samym stanowić konkurencyjną przeciwwagę dla silnych sieci sklepów wielkopowierzchniowych takich jak np. Biedronka, Lidl, Aldi, Netto, Kaufland czy Auchan.

## **Rynki wspólne dla uczestników koncentracji**

### I. Rynek detalicznej sprzedaży AKCU

Przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji prowadzą działalność na rynku detalicznej sprzedaży AKCU, realizowanej w tradycyjnych sklepach o powierzchni sprzedaży poniżej 350 m<sup>2</sup> oraz w obiektach wielkopowierzchniowych o powierzchni sprzedaży nie przekraczającej 2000 m<sup>2</sup>.

---

sklepu w Dobrzyniu nad Wisłą. Oznacza to, że wraz z przejściem kontroli nad Partnerem Eurocash przejmie działalność prowadzoną w 24 sklepach.

<sup>2</sup> Sklepy te przynależą do sieci partnerskiej „Lewiatan”, której organizatorem jest Lewiatan Kujawy sp. z o.o. z siedzibą we Włocławku, kontrolowana przez Eurocash.

Sklepy wielkopowierzchniowe od pozostałych formatów sklepów odróżnia przede wszystkim wielkość powierzchni sprzedażowej, która wynosi od 350 m<sup>2</sup> do 2000 m<sup>2</sup> w przypadku sklepów dyskontowych i supermarketów do nawet kilku tysięcy w przypadku hipermarketów.

Wielkość powierzchni determinuje inne cechy, które wyróżniają ten kanał dystrybucji spośród pozostałych. W sklepach wielkopowierzchniowych można nabyć szereg różnego rodzaju produktów - od artykułów spożywczych przez środki chemiczne, produkty gospodarstwa domowego i odzież aż po sprzęt RTV i AGD. Dodatkowo w ramach poszczególnych grup asortymentowych, takich np. jak kawa czy herbata, konsumenci posiadają szerszy wybór. Zazwyczaj sieci wielkopowierzchniowe oferują klientom zarówno towary markowe, jak i produkty pod marką własną. W odróżnieniu od nich sklepy tradycyjne mają ograniczony asortyment produktów - dominują tu przede wszystkim artykuły spożywcze oraz w wąskim zakresie środki chemiczne. Mniejsze sklepy oferują głównie towary markowe.

Z przedstawionych powyżej powodów należy uznać, że sklepy tradycyjne nie stanowią konkurencji dla sklepów wielkopowierzchniowych. Jednocześnie należy zaznaczyć, iż rynki sprzedaży detalicznej AKCU w aspekcie produktowym są przez Prezesa Urzędu definiowane w sposób asymetryczny. Oceniając wpływ koncentracji na konkurencję, w przypadku placówek działających w formacie tradycyjnym włącza się do rynku właściwego również sklepy wielkopowierzchniowe, które wywierają istotny wpływ na konkurencję na rynku sklepów tradycyjnych<sup>3</sup>.

Określając zasięg rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem obiektów wielkopowierzchniowych w aspekcie geograficznym należy wziąć pod uwagę fakt, że popyt na AKCU kreowany jest na niewielkim obszarze, na którym indywidualny klient może swobodnie się przemieszczać, nie ponosząc przy tym nadmiernych kosztów, ani nie poświęcając zbyt wiele czasu na dotarcie do sklepu, w którym ma zamiar zrobić zakupy. Przesądza to jednoznacznie kwestię określenia rynku właściwego w aspekcie geograficznym jako rynku lokalnego, a w praktyce szeregu rynków lokalnych, na których funkcjonują obiekty handlowe uczestników koncentracji.

---

<sup>3</sup> Przykładowo decyzja Prezesa Urzędu nr DKK-4/2014 z dnia 21 stycznia 2014 r. (Auchan/Real), DKK-71/2014 z dnia 30 maja 2014 r. (Jeronimo Martins/Marcpol), DKK-54/2014 z dnia 29 kwietnia 2014 r. (Żabka/Spółem).

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu przeanalizował rynki geograficzne w dwóch wariantach, tj. obejmujących obszar w odległości 10 oraz 15 minut jazdy samochodem (po drogach publicznych) od przejmowanych placówek handlowych. Powyższe ma na celu wszechstronne zbadanie stanu konkurencji na rynku, zarówno z uwzględnieniem bliższych, jak i dalszych geograficznie alternatyw dla sklepów uczestników konkurencji.

Natomiast w przypadku sklepów tradycyjnych (o mniejszej powierzchni i węższym asortymencie w stosunku do sklepów wielkopowierzchniowych) w ocenie organu antymonopolowego rynek geograficzny powinien być wyznaczony obszarem do 1 km od danego sklepu przejmowanego. W przypadku małych miejscowości przyjęcie takiego kryterium powoduje, w praktyce, zdefiniowanie rynku geograficznego jako obszaru tej miejscowości. Za takim określeniem rynku dla sklepów tradycyjnych przemawia fakt, iż konsumenci dokonują w nich zakupów często bez użycia takich środków transportu, jak np. samochód, przemieszczając się pieszo od kilku do co najwyżej kilkunastu minut w celu dotarcia do tego sklepu.

Biorąc pod uwagę powyższe organ antymonopolowy uznał, iż działalność uczestników koncentracji pokrywa się na:

**a) 6 lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU<sup>4</sup> za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, położonych w obszarze do 1 km od przejmowanego sklepu Lewiatan w:**

- 1. Lipno (ul. 3 Maja 12)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. 3 Maja 12 i os. Armii Krajowej 6A, a Eurocash za pośrednictwem sklepu przy ul. 3 Maja 3. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży**.
- 2. Lipno (os. Armii Krajowej 6A)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy os. Armii Krajowej 6A i ul. 3 Maja 12, a Eurocash za pośrednictwem sklepu przy ul. 3 Maja 3. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według**

---

<sup>4</sup> Opierając się na ustaleniach dokonanych przez Prezesa Urzędu w toku postępowania zakończonego decyzją nr DKK-191/2016 z 23 grudnia 2016 r. analiza sprzedaży detalicznej AKCU uwzględnia zarówno sklepy własne Eurocash, jak również sklepy działające w ramach sieci franczyzowej „Delikatesy Centrum”.



kryterium obrotu oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.

3. **Lipno (ul. Okrzei 7)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Okrzei 7, a Eurocash za pośrednictwem sklepu przy ul. 3 Maja 3. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.
4. **Włocławek (ul. Chopina 27)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Chopina 27, a Eurocash za pośrednictwem sklepu przy ul. Piekarskiej 9. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.
5. **Skępe (ul. 21-go Stycznia 2A)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. 21-go Stycznia 2A, a Eurocash za pośrednictwem sklepu przy ul. Kolejowej 4. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.
6. **Kowal (ul. Matejki 13)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Matejki 13, a Eurocash za pośrednictwem sklepu przy ul. Zamkowej 4. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.

**b) 4 lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU<sup>5</sup> za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych do 2000 m<sup>2</sup> w wariacie wyznaczonym promieniem do 10**

<sup>5</sup> Opierając się na ustaleniach dokonanych przez Prezesa Urzędu w toku postępowania zakończonego decyzją nr DKK-191/2016 z 23 grudnia 2016 r. analiza sprzedaży detalicznej AKCU uwzględnia zarówno sklepy własne Eurocash, jak również sklepy działające w ramach sieci franczyzowej „Delikatesy Centrum”.



**minut jazdy samochodem po drogach publicznych od przejmowanego sklepu**

**Lewiatan:**

- 1. Lipno (ul. Kościuszki 10)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Kościuszki 10, a Eurocash za pośrednictwem sklepu przy ul. 3 Maja 3. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży**.
  
- 2. Płock (ul. Rembielińskiego 10B)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Rembielińskiego 10B, Królewieckiej 2 oraz Dworcowej 42, a Eurocash za pośrednictwem sklepów przy ul. Padlewskiego 18C, Otolińskiej 11 oraz Tysiąclecia 14. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży**.
  
- 3. Płock (ul. Królewiecka 2)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Królewieckiej 2, Rembielińskiego 10B oraz Dworcowej 42, a Eurocash za pośrednictwem sklepów przy ul. Padlewskiego 18C, Otolińskiej 11, Tysiąclecia 14, Wyszogrodzkiej 163 oraz Kolejowej 41. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży**.
  
- 4. Płock (ul. Dworcowa 42)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Dworcowej 42, Królewieckiej 2 oraz Rembielińskiego 10B, a Eurocash za pośrednictwem sklepów przy ul. Padlewskiego 18C, Otolińskiej 11, Tysiąclecia 14, Wyszogrodzkiej 163 oraz Kolejowej 41. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży**.

c) **4 lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych do 2000 m<sup>2</sup> w wariantcie wyznaczonym promieniem do 15 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od przejmowanego sklepu Lewiatan:**

1. **Lipno (ul. Kościuszki 10)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Kościuszki 10, a Eurocash za pośrednictwem sklepu przy ul. 3 Maja 3. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.**
2. **Płock (ul. Rembielińskiego 10B)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Rembielińskiego 10B, Królewieckiej 2 oraz Dworcowej 42, a Eurocash za pośrednictwem sklepów przy ul. Padlewskiego 18C, Otolińskiej 11, Tysiąclecia 14, Wyszogrodzkiej 163 oraz Kolejowej 41. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.**
3. **Płock (ul. Królewiecka 2)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Królewieckiej 2, Rembielińskiego 10B oraz Dworcowej 42, a Eurocash za pośrednictwem sklepów przy ul. Padlewskiego 18C, Otolińskiej 11, Tysiąclecia 14, Wyszogrodzkiej 163 oraz Kolejowej 41. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.**
4. **Płock (ul. Dworcowa 42)** - na rynku tym Partner prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Dworcowej 42, Królewieckiej 2 oraz Rembielińskiego 10B, a Eurocash za pośrednictwem sklepów przy ul. Padlewskiego 18C, Otolińskiej 11, Tysiąclecia 14, Wyszogrodzkiej 163 oraz Kolejowej 41. Łączny udział uczestników koncentracji w 2017 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł **ok.**

**[tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.**

### Rynek hurtowej sprzedaży AKCU

Ocena skutków koncentracji na rynkach powiązanych wertykalnie wymaga również ustalenia, czy pomiędzy uczestnikami koncentracji mogą zachodzić relacje wertykalne, w zakresie, w jakim Grupa Eurocash prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU, natomiast przejmowane sklepy Partner obecne są po stronie popytowej tego rynku.

W wymiarze geograficznym rynki te, zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Prezesa UOKiK<sup>6</sup>, mogą zostać zdefiniowane jako rynki obejmujące obszar wyznaczony odległością do 50 km od każdej hurtowni Eurocash.

Zgodnie z informacjami uzyskanymi od Zgłaszającego istnieją 24 rynki powiązane wertykalnie, tj. w odległości od każdego z 24 przejmowanych sklepów Partner znajdują się hurtownie Eurocash, a mianowicie 7 hurtowni niewyspecjalizowanych (w Toruniu, Włocławku, Brodnicy, Gorzewie, Płocku, Kutnie oraz w Inowrocławiu), 7 hurtowni wyrobów tytoniowych i produktów impulsowych (dwie w Toruniu oraz po jednej we Włocławku, Brodnicy, Płocku, Kutnie oraz w Inowrocławiu) oraz 2 hurtownie napojów alkoholowych (w Toruniu oraz w Rypinie).

Udział żadnej z tych hurtowni nie przekracza 30% w rynku lokalnym.

### Rynek zaopatrzenia w AKCU

Zgodnie z orzecznictwem Komisji Europejskiej<sup>7</sup> oraz Prezesa Urzędu<sup>8</sup> rynek zaopatrzenia w AKCU ma wymiar krajowy. Takie określenie wynika przede wszystkim z preferencji konsumentów, istniejących kanałów dystrybucyjnych oraz różnic w cenach towarów (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 dostawcy, których wyroby sprzedawane są na terytorium Polski.

Rynek zaopatrzenia w AKCU można także podzielić na segmenty (grupy segmentów) ze względu na rodzaj produktów, sposób ich wytwarzania oraz możliwość

<sup>6</sup> Zgodnie z decyzją Prezesa Urzędu z dnia 27 października 2011 r. DKK-128/2011.

<sup>7</sup> Decyzja KE COMP/M.2161 z dnia 23 października 2000 r. (Ahold/Superdiplo).

<sup>8</sup> Decyzja DOK nr 143/2006 z dnia 21 listopada 2006 r., DKK nr 4/2014 z dnia 21 stycznia 2014 r.

zmiany profilu produkcji przez wytwórców. Komisja Europejska w swoich decyzjach dzieli rynek zaopatrzenia na 23 grupy produktowe, tj.: 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 i tekstylia. Taki podział stosuje także Prezes Urzędu, dodając jednakże kategorię wyroby tytoniowe. Powyższe grupy produktowe w ocenie Prezesa Urzędu mogą podlegać dalszej segmentacji.

Jak wynika z informacji zgromadzonych w toku postępowania antymonopolowego, łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku zaopatrzenia w AKCU nie będzie przekraczał progu 20% w którejkolwiek z ww. grup produktowych, ani w krajowym rynku zaopatrzenia w AKCU ogółem, bez dalszej segmentacji na poszczególne grupy asortymentowe.

Wskazać jednocześnie należy, że działalność Partnera na tym rynku jest marginalna i wynika z tego, że przejmowane sklepy Lewiatan prowadzone są w kanale tradycyjnym, zaś podstawowym źródłem zaopatrzenia sklepów działających w tym kanale są przede wszystkim dystrybutorzy hurtowni a nie producenci.

## **Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ**

Zgodnie z art. 4 pkt 9 ustawy o ochronie konkurencji przez rynek właściwy rozumie się rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, uznawane są przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji. A zatem rynek ten wyznaczają zasadniczo dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

Mając na uwadze powyższą definicję oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 23

grudnia 2014 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (tekst jednolity Dz. U. 2018 poz. 367) organ antymonopolowy uznał, iż:

- a) **przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na lokalne rynki detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych położonych w obszarze do 1 km od przejmowanych sklepów Partner w: Lipnie (os. Armii Krajowej 6A), Skępem oraz Kowalu.**

Rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym (poziomym), jest każdy rynek produktowy, na którym zaangażowani są co najmniej dwaj przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji (ryunki wspólne) i gdzie koncentracja prowadzi do uzyskania łącznego udziału w rynku geograficznym w wysokości większej niż 20%.

Wpływ przedmiotowej koncentracji na każdy rozpatrywany rynek oceniono na podstawie porównania pozycji rynkowej uczestników koncentracji szacowanej według kryterium obrotu i powierzchni sprzedaży, przy czym decydujący dla oceny skutków koncentracji był udział rynkowy liczony według kryterium obrotu, który świadczy o sile rynkowej danego podmiotu.

### **Lipno (os. Armii Krajowej 6A)**

Na rynku wyznaczonym obszarem do 1 km od przejmowanego sklepu w Lipnie przy os. Armii Krajowej 6A Partner prowadzi jeszcze jeden sklep – przy ul. 3 Maja 12, zaś Eurocash prowadzi sklep przy ul. 3 Maja 3, a łączny udział uczestników koncentracji w tak wyznaczonym rynku w 2017 r. wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.**

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji, gdyż na omawianym rynku Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony czterech sklepów wielkopowierzchniowych i jednego sklepu tradycyjnego, których łączny udział w rynku w 2017 r. wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży.**

### **Skępe (ul. 21-go Stycznia 2A)**

Na rynku wyznaczonym obszarem do 1 km od przejmowanego sklepu Partner zlokalizowanego przy ul. 21-go Stycznia 2A w Skępem Eurocash prowadzi sklep przy ul. Kolejowej 4, a łączny udział uczestników koncentracji w tak wyznaczonym rynku w 2017 r. wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży**.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji, gdyż na omawianym rynku Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony jednego sklepu wielkopowierzchniowego oraz siedmiu sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku w 2017 r. wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży**.

### **Kowal (ul. Matejki 13)**

Na rynku wyznaczonym obszarem do 1 km od przejmowanego sklepu Partner zlokalizowanego przy ul. Matejki 13 w Kowalu Eurocash prowadzi sklep przy ul. Zamkowej 8, a łączny udział uczestników koncentracji w tak wyznaczonym rynku w 2017 r. wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży**.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji, gdyż na omawianym rynku Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony jednego sklepu wielkopowierzchniowego oraz pięciu sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku w 2017 r. wyniósł **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium obrotu** oraz **ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] % według kryterium powierzchni sprzedaży**.

### **b) brak wpływu koncentracji na rynki w układzie wertykalnym**

Jak już wyjaśniono, pomiędzy uczestnikami koncentracji mogą zachodzić relacje typu dostawca-odbiorca, albowiem Eurocash prowadzi sprzedaż AKCU w hurtowniach ogólnospożywczych i wyspecjalizowanych, natomiast przejmowane sklepy Partner obecne są po stronie popytowej tego rynku, dokonując zakupów AKCU w hurtowniach.

W odległości do 50 km od każdego z 24 przejmowanych sklepów Partner znajdują się hurtownie Eurocash. W odległości do 50 km od sklepów uczestników koncentracji na rynku wspólnym w Skępem Eurocash prowadzi działalność za pośrednictwem czterech hurtowni ogólnospożywczych (w Płocku, Brodnicy, Gorzewie oraz we Włocławku), trzech hurtowni oferujących wyroby tytoniowe oraz artykuły impulsowe (w Płocku, Brodnicy i we Włocławku) oraz jednej hurtowni oferującej napoje alkoholowe (w Rypinie).

Zaś w odległości do 50 km od sklepów uczestników koncentracji na rynku wspólnym w Kowalu Eurocash prowadzi działalność za pośrednictwem trzech hurtowni ogólnospożywczych (w Płocku, Kutnie oraz we Włocławku) oraz trzech hurtowni oferujących wyroby tytoniowe oraz artykuły impulsowe (w Płocku, Kutnie oraz we Włocławku).

Jednocześnie należy wskazać, że udziały uczestników koncentracji w lokalnych rynkach zakupu AKCU nie przekraczają 30%. Również udział żadnej z ww. hurtowni działającej w odległości 50 km od sklepów uczestników koncentracji nie przekracza 30%.

Ponadto należy wyjaśnić, że przejmowane sklepy działają w ramach sieci partnerskiej Lewiatan zarządzanej przez podmiot należący do Grupy Eurocash i już przed koncentracją były zaopatrywane przez hurtownie z tej grupy. Realizacja koncentracji nie zmieni zatem sytuacji w tym zakresie.

### c) **wpływ koncentracji na rynki w układzie konglomeratowym**

Koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym na 17 rynków lokalnych hurtowej sprzedaży AKCU realizowanej poprzez hurtownie niewyspecjalizowane należące do Eurocash. Zgłaszający wskazuje, że udziały grupy Eurocash w niżej wymienionych rynkach mogą przekraczać 40%. Rynki te obejmują obszar położony w odległości do 50 km po drogach od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w następujących miejscowościach:

1. Białystok (4 hurtownie),
2. Brodnica,
3. Choroszcz,
4. Ełk,
5. Garwolin,
6. Grudziądz,
7. Kołobrzeg,
8. Koszalin,



9. Ostrołęka,
10. Łomża,
11. Nowa Wieś k. Hawy,
12. Puławy,
13. Ryki,
14. Suwałki.

**Na podstawie zgromadzonego materiału i powyższych ustaleń organ antymonopolowy  
zważył, co następuje:**

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 sytuację, 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.

Powołany przepis wskazuje, że to intensywność ograniczenia konkurencji będzie determinowała treść rozstrzygnięcia organu antymonopolowego. Oznacza to, że nie każde ograniczenie konkurencji, będące wynikiem planowanej koncentracji będzie skutkowało wydaniem zakazu dokonania koncentracji, a jedynie mające charakter „istotnego” ograniczenia.

Przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na:

1. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych* wyznaczony obszarem do 1 km od przejmowanego sklepu Partner w Lipnie (os. Armii Krajowej 6A),
2. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych* wyznaczony obszarem do 1 km od przejmowanego sklepu Partner w Skępem (ul. 21-go Stycznia 2A),
3. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych* wyznaczony obszarem do 1 km od przejmowanego sklepu Partner w Kowalu (ul. Matejki 13),

Analiza skutków koncentracji nie wykazała jednakże istotnych zagrożeń, wynikających z realizacji planowanej transakcji w odniesieniu do ww. rynków.

Na rynku wskazanym w pkt. 3 powyżej łączny udział uczestników koncentracji według kryterium obrotu przekracza próg 40%, z którym ustawa *o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej, jednakże nie dojdzie na nim do istotnego ograniczenia konkurencji.

Na rynku tym Eurocash spotykać się będzie bowiem z konkurencją ze strony jednego sklepu wielkopowierzchniowego oraz pięciu sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku stanowi przeciwwagę dla jego udziału po koncentracji, uniemożliwiając tym samym Zgłaszającemu działanie niezależne od konkurentów i kontrahentów. Podkreślenia wymaga, że działający na rynku Kowala ww. sklep wielkopowierzchniowy należy do sieci „Biedronka”- będącej największą siecią handlową w Polsce, a jego udział w rynku (w ujęciu wartościowym) jest większy od łącznego udziału uczestników koncentracji. W związku z tym należy stwierdzić, że sam ten sklep będzie stanowił wystarczającą przeciwwagę dla połączonego podmiotu. Jednocześnie na uwagę zasługuje fakt, iż sklep Biedronki od

sklepów uczestników koncentracji dzieli niewielka odległość (ok. 500 m od przejmowanego sklepu Partner oraz ok. 300 m od sklepu Eurocash), której pokonanie pieszo zajmuje ok. 4-7 min., zatem sklepy te są równie dostępne i stanowią dla siebie bezpośrednią konkurencję.

Na pozostałych dwóch rynkach łączny udział uczestników koncentracji według kryterium obrotu nie przekracza progu 40%, z którym ustawa *o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Ponadto, jak już wskazano szczegółowo powyżej, na każdym z tych rynków uczestnicy koncentracji spotykają się z konkurencją innych uczestników tych rynków, których udział rynkowy stanowi przeciwwagę siły rynkowej, jaką uzyska Eurocash po dokonaniu koncentracji.

Brak jest rynków, na które koncentracja wywierałaby wpływ w układzie wertykalnym.

Koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym na 17 rynków lokalnych hurtowej sprzedaży AKCU realizowanej poprzez hurtownie niewyspecjalizowane należące do Eurocash. Zgłaszający wskazuje, że udziały grupy Eurocash w niżej wymienionych rynkach mogą przekraczać 40%. Rynki te obejmują obszar w promieniu do 50 km od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w następujących miejscowościach:

1. Białystok (4 hurtownie),
2. Brodnica,
3. Choroszcz,
4. Ełk,
5. Garwolin,
6. Grudziądz,
7. Kołobrzeg,
8. Koszalin,
9. Ostrołęka,
10. Łomża,
11. Nowa Wieś k. Iławy,
12. Puławy,
13. Ryki,
14. Suwałki.

Jednakże, analizując wpływ koncentracji na te rynki w układzie konglomeratowym, organ antymonopolowy uznał, iż brak jest podstaw aby przypuszczać, iż grupa Eurocash będzie wykorzystywać swoją silną pozycję na tych rynkach, bowiem lokalne rynki konglomeratowe położone są w innych częściach Polski niż rynki wspólne dla uczestników koncentracji. Brak jest zatem podstaw aby uważać, że w połączeniu z silną pozycją Eurocash na ww. rynkach produktowych zamiar tej koncentracji wpłynie w sposób istotny na sytuację na rynkach, na których prowadzą działalność przejmowane sklepy Partner.

Mając powyższe na uwadze organ antymonopolowy uznał, iż zamierzona koncentracja spełnia kryterium wskazane w art. 18 ustawy o ochronie konkurencji, bowiem w jej wyniku nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku.

W związku z powyższym orzeczono, jak w sentencji.

#### POUCZENIE:

Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2018 r., poz. 798 ze zm.) w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2018 r., poz. 1360) – 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 2018 r., poz. 300), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 103 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.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.



Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 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  
Robert Kamiński – DYREKTOR  
Departamentu Kontroli Koncentracji*

Otrzymuje:  
**Eurocash S.A., Komorniki**

