



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, 15 lutego 2022 r.

**DKK-1.423.23.2021.FR**

**DECYZJA nr DKK - 52 / 2022**

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 EPP Retail – Galeria Amber sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, w zakresie wskazanym we wniosku.

**Uzasadnienie**

15 grudnia 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 Amber sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej jako „EPP”) w postaci powierzchni handlowej wykorzystywanej na potrzeby placówki handlowej pod marką E. Leclerc zlokalizowanej w wielobranżowym centrum handlowym Galeria Amber w Kaliszu przy ul. Górnośląskiej 82 (dalej jako „Leclerc Kalisz”).

W związku z tym, że:

- 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 mld

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*,
- obrót realizowany przez nabywane mienie wraz z obrotem zrealizowanym przez inne składniki mienia należącego do tej samej grupy kapitałowej co EPP, które również były przedmiotem nabycia przez CP w okresie nie dłuższym niż 2 lata od zgłoszenia zamiaru przedmiotowej koncentracji, przekroczyły w 2020 r. na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej równowartość 10 mln 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 22 grudnia 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.

Grupa Carrefour posiada 955 sklepów w Polsce (w tym 277 sklepów własnych oraz 678 sklepów franczyzowych), spośród których hipermarkety stanowią 76 sklepów.

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

**Nabywane mienie – Leclerc Kalisz** (pasywny uczestnik koncentracji) - stanowi tytuł prawny (prawa i obowiązki wynikające z umowy najmu) do powierzchni handlowej przeznaczonej na prowadzenie wielkopowierzchniowego sklepu pod marką E. Leclerc z niewyspecjalizowaną sprzedażą AKCU, która do 19 września 2020 r. wykorzystywana była dla potrzeb prowadzenia wskazanej powyżej działalności przez Kaliszdis sp. z o. o. z siedzibą w Poznaniu zlokalizowanej w Galerii Amber w Kaliszu przy ul. Górnośląskiej 82.

Obiekt handlowy, w którym mieści się Leclerc Kalisz należy do EPP, kontrolowanej przez EPP N.V. z siedzibą w Nieuw-amsterdam, Holandia<sup>1</sup>.

CP wynajmie od EPP powierzchnię wynoszącą 1718 m<sup>2</sup>, z czego powierzchnię handlową stanowić będzie 1200 m<sup>2</sup>, zaś pozostała powierzchnia (518 m<sup>2</sup>) obejmie pomieszczenia biurowe, socjalne, laboratoria i magazyn. Jest to ok. 1/3 powierzchni, którą wynajmował wcześniej Leclerc Kalisz, wynoszącej ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 1]. Zgodnie z oświadczeniem Zgłaszających, na pozostałej powierzchni, która nie będzie podlegać przejściu przez CP, zostaną otwarte sklepy marek Half Price, CCC oraz Eobuwie.

Konkurentami CP o nabycie Leclerc Kalisz były marki [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 2].

Obrót Leclerc Kalisz wygenerowany w Polsce w 2020 r. wyniósł ok. [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 3].

### Przyczyny i zakres koncentracji

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

---

<sup>1</sup> Prezes Urzędu decyzją nr DKK-297/2021 z 22 grudnia 2021 r. wyraził zgodę na przejście przez Redefine Properties Limited z siedzibą w Johannesburgu, Republika Południowej Afryki, kontroli nad EPP N.V. z siedzibą w Amsterdamie, Holandia.



Transakcja polega na nabyciu części mienia Leclerc Kalisz przez CP. Podstawą zgłoszenia zamiaru koncentracji jest podpisany przez CP oraz EPP 8 listopada 2021 r. List Intencyjny wraz z aneksem zawartym 29 listopada 2021 r.

List intencyjny przewiduje, że docelowa umowa najmu zostanie zawarta na okres 7 lat począwszy od dnia otwarcia lokalu dla klientów, z możliwością przedłużenia okresu najmu przez najemcę o kolejne 6 lat.

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 Leclerc Kalisz 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.

CP zamierza wynająć część powierzchni, jaką wynajmował wcześniej hipermarket Leclerc Kalisz i otworzyć w tym miejscu sklep o mniejszej powierzchni (supermarket).

#### Rynek zaopatrzenia w AKCU

Zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Komisji Europejskiej<sup>2</sup> oraz Prezesa Urzędu<sup>3</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.

---

<sup>2</sup> COMP/M.2161 – Ahold / Superdiplo.

<sup>3</sup> Np. decyzja nr DKK-190/2021 z 26 sierpnia 2021 r., decyzja nr DKK-242/2021 z 2 listopada 2021 r.

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 na podstawie sprzedaży detalicznej AKCU) w wyniku koncentracji będzie się kształtował na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 4].

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 - [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 5]:

Rynek produktowy	Udział Grupy Carrefour <sup>4</sup>	Udział Leclerc Kalisz
<b>Rynek zaopatrzenia w AKCU (ogółem)</b>		
Napoje		
Chemia gospodarcza		
Perfumy/artykuły higieniczne		
Artykuły spożywcze suche		
Parafarmaceutyki		
Towary nietrwałe sprzedawane w		

<sup>4</sup> Dane oparte na szacunkach Wnioskodawcy obejmują również sklepy, na których przejęcie Prezes Urzędu wyraził zgodę w 2021 r., tj. sklepy Tesco w Kielcach, Suwałkach, Łomży, Częstochowie, Ostrowcu Świętokrzyskim i Bielaniach Wrocławskich .



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		

Jak wynika z przedstawionych danych, łączny udział Grupy Carrefour i Leclerc Kalisz w żadnej z 24 grup asortymentowych nie przekracza 6% 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>5</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 350 m<sup>2</sup> do 2000 m<sup>2</sup> (sklep dyskontowy, supermarket) do nawet kilku tysięcy w przypadku hipermarketów (hipermarkety to sklepy o powierzchni przekraczającej 2000 m<sup>2</sup>). 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>6</sup> oraz ich badaniach<sup>7</sup>.

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 Leclerc Kalisz stanowił hipermarket pod marką E. Leclerc. Wobec powyższego w niniejszej sprawie asymetryczność konkurencji powoduje,

---

<sup>5</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-285/2021.

<sup>6</sup> Decyzja OFT ME/5317/12 Co-op/David Samds, czy ME/4810/10 Tesco/Mills.

<sup>7</sup> The Supply of Groceries in the UK. Market Investigation, Competition Commission, London 2008, s. 62-64.



że rozpatrywana koncentracja musi być równocześnie analizowana w zakresie dwóch obszarów:

- sprzedaży detalicznej AKCU w HSD na rynkach, na których pokrywa się działalność marketów CP oraz hipermarketu Leclerc Kalisz oraz

- sprzedaży detalicznej AKCU w hipermarketach na rynku, na którym pokrywa się działalność hipermarketów CP i Leclerc Kalisz.

### Rynek sprzedaży detalicznej AKCU w HSD

Definicja rynku sprzedaży detalicznej AKCU w HSD została wypracowana w dotychczasowym orzecznictwie Prezesa Urzędu<sup>8</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 do 15 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od przejmowanego hipermarketu Leclerc Kalisz.

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 lokalne rynki HSD położone w promieniu do 10 i do 15 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od hipermarketu Leclerc Kalisz oraz na lokalne rynki hipermarketów położone w promieniu do 20 i do 25 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od hipermarketu Leclerc Kalisz.

---

<sup>8</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.



### Rynek HSD w promieniu do 10 minut jazdy samochodem od hipermarketu Leclerc Kalisz

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket Carrefour, z udziałem w rynku wynoszącym 26,5% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz 14,6% według kryterium obrotu oraz hipermarket Leclerc Kalisz, z udziałem w rynku wynoszącym 12,4% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz 4,7% według kryterium obrotu.

Łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą zatem 38,9% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz 19,3% według kryterium obrotu.

Największymi konkurentami uczestników koncentracji na tym rynku są Biedronka, prowadząca 7 sklepów z łącznym udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 6] według kryterium powierzchni sprzedaży i [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 7] według kryterium obrotu, Lidl oraz Kaufland<sup>9</sup>, które prowadzą 4 sklepy z łącznym udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 8] według kryterium powierzchni sprzedaży i [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 9] według kryterium obrotu, Polomarket, prowadzący 4 sklepy z łącznym udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 10] według kryterium powierzchni sprzedaży i [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 11] według kryterium obrotu, Dino, prowadzące 3 sklepy z łącznym udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 12] według kryterium powierzchni sprzedaży i [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 13] według kryterium obrotu.

Ponadto, na omawianym rynku działalność prowadzą również Netto (1 sklep) i Stokrotka (1 sklep) z indywidualnymi udziałami nie przekraczającymi [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 14] zarówno według kryterium powierzchni sprzedaży, jak i kryterium obrotu.

### Rynek HSD w promieniu do 15 minut jazdy samochodem od hipermarketu Leclerc Kalisz

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket Carrefour, z udziałem w rynku wynoszącym 23,5% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz 12,6% według kryterium obrotu oraz hipermarket Leclerc Kalisz, z udziałem w rynku wynoszącym 11% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz 4,1% według kryterium obrotu.

Łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą zatem 34,5% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz 16,7% według kryterium obrotu.

---

<sup>9</sup> Lidl i Kaufland należą do tej samej grupy kapitałowej (Grupa Schwarz).

Największymi konkurentami uczestników koncentracji na tym rynku są Biedronka, prowadząca 8 sklepów z łącznym udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 15] według kryterium powierzchni sprzedaży i [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 16] według kryterium obrotu, Lidl oraz Kaufland, które prowadzą 4 sklepy z łącznym udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 17] według kryterium powierzchni sprzedaży i [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 18] według kryterium obrotu, Polomarket, prowadzący 4 sklepy z łącznym udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 19] według kryterium powierzchni sprzedaży i [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 20] według kryterium obrotu, Dino, prowadzące 6 sklepów z łącznym udziałem w rynku wynoszącym [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 21] według kryterium powierzchni sprzedaży [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 22] według kryterium obrotu.

Ponadto, na omawianym rynku działalność prowadzą również Netto (2 sklepy), Aldi (1 sklep) i Stokrotka (1 sklep) z indywidualnymi udziałami nie przekraczającymi [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 23] zarówno według kryterium powierzchni sprzedaży, jak i kryterium obrotu.

#### Rynki hipermarketów w promieniu do 20 minut oraz do 25 minut jazdy samochodem od hipermarketu Leclerc Kalisz

Wyłącznie w przypadku uwzględnienia całej dotychczasowej powierzchni, na której działalność prowadził przejmowany sklep Leclerc Kalisz, rynek hipermarketów uznać można za rynek wspólny dla uczestników koncentracji. W takim przypadku, na obydwu wskazanych rynkach, bez względu na dokonanie rozróżnienia pomiędzy obszarem wyznaczonym promieniem do 20 i do 25 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od hipermarketu Leclerc Kalisz, działalność prowadzą 2 hipermarkety (do czasu zamknięcia hipermarketu Leclerc Kalisz były to 3 hipermarkety). Z informacji przekazanych w zgłoszeniu zamiaru koncentracji wynika natomiast, że CP przejmie od Leclerc Kalisz 1718 m<sup>2</sup> powierzchni, podczas gdy sklep Leclerc Kalisz operował na powierzchni [tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik – pkt 1]. W związku z powyższym, przejęte przez CP mienie nie będzie mogło być już sklasyfikowane jako hipermarket. Tym samym, rynek hipermarketów po dokonaniu koncentracji nie będzie stanowił już rynku wspólnego dla jej uczestników.

Licząc udziały zgodnie z dotychczasową powierzchnią sprzedaży Leclerc Kalisz oraz uwzględniając osiągnięte z tej powierzchni przychody ze sprzedaży, udział Leclerc Kalisz



w określonym wyżej rynku wyniósł ponad 20% kryterium powierzchni sprzedaży i ponad 10% według kryterium obrotu. CP we wskazanych rynkach prowadzi 1 sklep z udziałem w rynku wynoszącym ponad 50% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ponad 40% według kryterium obrotu.

We wskazanym łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą zatem ponad 70% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ponad 50% według kryterium obrotu.

Jedynym konkurentem uczestników koncentracji na powyższych rynkach jest Kaufland, prowadzący 1 sklep.

### **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 Leclerc Kalisz łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą 38,9% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz 19,3% według kryterium obrotu. Natomiast na rynku HSD położonym w promieniu do 15 minut jazdy samochodem od hipermarketu Leclerc Kalisz łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą 34,5% według kryterium powierzchni sprzedaży oraz 16,7% według kryterium obrotu. 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, Kaufland, Lidl.

Ponadto udział rynkowy CP będzie kształtował się znacznie poniżej 40%, z którym ustawa o ochronie konkurencji wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Liderami rynków HSD położonych w promieniu do 10 minut jazdy samochodem od hipermarketu Leclerc Kalisz, z udziałami wynoszącymi ponad 30% według kryterium obrotu pozostaną Biedronka oraz Grupa Schwarz. Na rynku HSD położonym w promieniu do 15 minut jazdy samochodem od hipermarketu Leclerc Kalisz, najsilniejszą pozycję zachowają Biedronka oraz Grupa Schwarz, z udziałami wynoszącymi po ok. 30% według kryterium obrotu.

Odnosnie rynków hipermarketów w promieniu do 20 minut oraz do 25 minut jazdy samochodem od hipermarketu Leclerc Kalisz, dokonując oceny skutków koncentracji należy w pierwszej kolejności mieć na uwadze, że pomimo posiadania przez uczestników koncentracji łącznego udziału powyżej 40% w obydwu ujęciach, to tylko w przypadku uwzględnienia całej dotychczasowej powierzchni, na której prowadził działalność Leclerc Kalisz, rynek hipermarketów stanowi rynek wspólny dla uczestników koncentracji. Natomiast z treści wniosku o wydanie zgody na dokonanie koncentracji oraz postanowień zawartego 8 listopada 2021 r. Listu Intencyjnego, który wraz z aneksem zawartym 29 listopada 2021 r., stanowi podstawę zgłoszenia zamiaru koncentracji, wynika, że CP zamierza wynająć od EPP powierzchnię wynoszącą 1718 m<sup>2</sup>, z czego powierzchnia



sprzedaży, na której CP zamierza otworzyć sklep w miejscu hipermarketu Leclerc Kalisz, wynosić będzie 1200 m<sup>2</sup>. Będzie to zatem sklep mniejszego formatu - supermarket. Mając powyższe na względzie, po dokonaniu koncentracji, jej uczestnicy nie będą prowadzić działalności na wspólnym rynku hipermarketów, zaś kluczowe dla oceny koncentracji pozostaną rynki HSD.

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 2021 r. poz. 1805 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 2021 r. poz. 2257 ze zm.), 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.**, Warszawa
- 2) a/a – Decyzja z załącznikiem.