



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
*MAŁGORZATA KRASNODEŃSKA-TOMKIEL*

Warszawa, dnia 27 października 2011 r.

DKK1-421/5/11/KO

**Decyzja Nr DKK - 128/2011**

**I.** Na podstawie art. 19 ust. 1 w związku z art. 13 ust. 1 pkt 1 i 2 oraz ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach kontroli nad Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie, Detal Koncept Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie, Euro Sklep S.A. z siedzibą w Bielsku – Białej, Partnerski Serwis Detaliczny S.A. z siedzibą w Warszawie, Lewiatan Zachód Sp. z o.o. z siedzibą w Stargardzie Szczecińskim, Lewiatan Północ Sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku, Drogerie Koliber Sp. z o.o. z siedzibą w Gliwicach i Lewiatan Opole Sp. z o.o. z siedzibą w Opolu **pod warunkiem** trwałego i nieodwracalnego wyzbycia się przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach wszelkich praw, w tym prawa własności, prawa użytkowania wieczystego, prawa najmu, do następujących hurtowni:

1. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Rykach przy ul. Fabrycznej 2,
2. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Gorzowie Wielkopolskim przy ul. Bierzarina 43,
3. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Płońsku przy ul. Zajazd 4,
4. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Kopytowie 44H (Błonie),
5. Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach zlokalizowanej w Brodniczy przy ul. Długiej 1A,
6. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Płocku przy ul. Kostrogaj 24,

7. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Zamościu przy ul. Przemysłowej 8B,
8. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Łomży przy ul. Poznańskiej 36,
9. Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach zlokalizowanej w Białej Podlaskiej przy ul. Sidorskiej 102,
10. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Kraśniku przy ul. Obwodowej 15,
11. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Suwałkach przy ul. Szkolnej 4 oraz
12. Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zlokalizowanej w Ostrowcu Świętokrzyskim przy ul. Kilińskiego 30A

w terminie 12 miesięcy od dnia zrealizowania niniejszej transakcji. Wyzbycie się powyższych praw może nastąpić wyłącznie na rzecz niezależnego inwestora (inwestorów) nie należącego do grupy kapitałowej, w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), do której należy Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach i nie współkontrolowanego przez żaden podmiot lub podmioty z tej grupy. Ponadto inwestor (inwestorzy), przed nabyciem praw do ww. hurtowni, powinien zostać zaakceptowany przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może odmówić akceptacji - w terminie 21 dni od przedstawienia mu informacji na temat ww. inwestora - jeżeli inwestor ten nie będzie dawał gwarancji prowadzenia, w oparciu o ww. hurtownię, działalności handlowej zgodnej z dotychczasową. Brak zajęcia stanowiska przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w powyżej wskazanym terminie będzie równoznaczny z akceptacją przedstawionego inwestora. W przypadku istnienia po stronie zaakceptowanego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów inwestora (inwestorów) obowiązku zgłoszenia Prezesowi Urzędu zamiaru nabycia praw do wyżej wymienionych hurtowni, do terminu 12 miesięcy przewidzianego na realizację przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach wskazanego powyżej zobowiązania nie wlicza się czasu trwania postępowania antymonopolowego w sprawie koncentracji.

**II.** Na podstawie art. 19 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach obowiązek złożenia informacji dotyczących:

- 1) przebiegu realizacji warunku za każde pełne 3 miesiące, jakie upłyną od dokonania koncentracji, w terminie nie dłuższym niż 20 dni po upływie każdego trzymiesięcznego okresu oraz
- 2) realizacji warunku w terminie 30 dni od jego wykonania.

### **Uzasadnienie**

W dniu 21 stycznia 2011 r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegającej na przejęciu przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach (dalej jako „Eurocash”, „wnioskodawca” lub „zgłaszający”) kontroli nad Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie, Detal Koncept Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie, Euro Sklep S.A. z siedzibą w Bielsku – Białej, Partnerski Serwis Detaliczny S.A. z siedzibą w Warszawie, Lewiatan Zachód Sp. z o.o. z siedzibą w Stargardzie Szczecińskim, Lewiatan Północ Sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku, Drogerie Koliber Sp. z o.o. z siedzibą w Gliwicach oraz Lewiatan Opole Sp. z o.o. z siedzibą w Opolu (dalej jako „Spółki Przejmowane”).

W związku z tym, iż:

- 1) spełnione zostały niezbędne przesłanki uzasadniające obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji, bowiem:
  - łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył 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 (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), zwanej dalej również „*ustawą o ochronie konkurencji*”, przy czym łączny obrót tych przedsiębiorców przekroczył także równowartość 50 mln euro na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 2 tej ustawy,
  - przejęcie przez jednego przedsiębiorcę kontroli nad innym przedsiębiorcą poprzez nabycie akcji i udziałów jest jednym ze sposobów koncentracji, określonym w art. 13 ust. 2 pkt 2 ustawy *o ochronie konkurencji*,
- 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 2000 r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.), organ antymonopolowy zawiadomił wnioskodawcę pismem z dnia 26 stycznia 2011 r.

W ramach prowadzonego postępowania organ antymonopolowy postanowieniem z dnia 11 sierpnia 2011 r. zaliczył w poczet materiału dowodowego odpowiedzi na ankietę Prezesa Urzędu z dnia 24 czerwca 2011 r. i z dnia 5 lipca 2011 r. skierowaną do 39 przedsiębiorców – największych konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych w toku postępowania wyjaśniającego, mającego na celu badanie rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG<sup>1</sup> – sygn. akt DKK1-401/3/10/KO. Pytania zawarte w ankiecie dotyczyły m.in. przychodów ze sprzedaży netto uzyskanych w 2010 r. z hurtowej sprzedaży produktów FMCG, liczby SKU<sup>2</sup> oraz charakteru prowadzonej hurtowni.

Organ antymonopolowy w trakcie niniejszego postępowania przeprowadził również badanie rynku konkurentów uczestników koncentracji działających na rynkach, na których działalność Eurocash i Spółek Przejmowanych pokrywa się w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG. Ankietę wystosowano do ponad 750 przedsiębiorców. Pytania skierowane do nich dotyczyły m.in.: przychodów ze sprzedaży netto uzyskanych w 2010 r. z hurtowej sprzedaży produktów FMCG, liczby SKU oraz charakteru prowadzonej hurtowni.

### Uczestnicy koncentracji

**Eurocash** – aktywny uczestnik koncentracji – to spółka notowana na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Akcjonariuszami Eurocash, posiadającymi powyżej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy, są:

- Politra B.V., Holandia (69,6 %),
- AVIVA Powszechnie Towarzystwo Emerytalne Aviva BZ WBK S.A. (5,9 %),
- ING Nationale Nederlanden Polska OFE (5,9 %)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> **FMCG** – jest to określenie opisujące produkty szybko rotujące w punktach sprzedaży (skrót od ang. *Fast Moving Consumer Goods* - produkty szybko rotujące, dobra szybko zbywalne), najczęściej codziennego użytku. Należą do nich przede wszystkim: artykuły spożywcze, kosmetyki, chemia gospodarcza, drobne artykuły gospodarstwa domowego itp.

<sup>2</sup> **SKU** - (*stock keeping unit*) reprezentuje najmniejszą jednostkę produktu (charakteryzowaną przez takie parametry produktu jak np. marka, rozmiar, kolor, model), która może być sprzedawana, kupowana i magazynowana. Od przypisania do jednego bądź też kilku SKU zależy czy dwa warianty jakiegoś produktu będą ewidencjonowane jako jeden produkt bądź też dwa odrębne. W praktyce SKU oznacza w terminologii handlowej „pojedynczy produkt”. Przez „liczbę SKU” w decyzji rozumie się liczbę produktów.

<sup>3</sup> wg stanu na dzień dokonania zgłoszenia

Politra B.V. jest spółką holdingową należącą do grupy kapitałowej, na czele której stoi Pan Luis Manuel Conceicao do Amaral. Oprócz Eurocash i Politra B.V. Pan Luis Manuel Conceicao do Amaral kontroluje spółkę holdingową KIPI N.V. z siedzibą w Curacao (Antyle Holenderskie). KIPI N.V. i Politra B.V. nie posiadają innych niż Eurocash podmiotów zależnych w Polsce.

Aktywny uczestnik koncentracji prowadzi działalność na rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG. Działalność ta prowadzona jest za pośrednictwem zlokalizowanych na terytorium całej Polski niewyspecjalizowanych hurtowni działających w formacie cash&carry – ok. 130 hurtowni oraz serwisowym (z dowozem) – 4 hurtownie.

Do grupy Eurocash należy KDWT S.A. z siedzibą w Komornikach, która za pośrednictwem hurtowni prowadzi działalność w zakresie hurtowej dystrybucji wyrobów tytoniowych i produktów impulsowych oraz Batna Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, której hurtownie zlokalizowane w Ożarowie Mazowieckim, Warszawie i Ząbkach specjalizują się w sprzedaży nabiału.

Spółki należące do grupy kapitałowej Eurocash prowadzą także działalność w zakresie zarządzania siecią franczyzową detalicznej sprzedaży produktów FMCG – „Delikatesy Centrum”, do której należy ok. 560 sklepów, oraz w zakresie organizowania i nadzoru nad sieciami partnerskimi detalicznej sprzedaży produktów FMCG: „Abc Sklepy po sąsiedzku”, do której należy ok. 4000 sklepów, „IGA” zrzeszającej ok. 100 sklepów oraz „Zielony Kłos” obejmującej ok. 40 sklepów.

W skład grupy Eurocash wchodzi również spółki zajmujące się hurtową i detaliczną sprzedażą napojów alkoholowych i bezalkoholowych. Są to:

1. Astor Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie,
2. Dako-Galant Przedsiębiorstwo Handlowo Produkcyjne Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie,
3. Damianex S.A. z siedzibą w Stargardzie Szczecińskim,
4. Delikates Sp. z o.o. z siedzibą w Przeworsku,
5. Miro Sp. z o.o. z siedzibą w Koninie,
6. MTC Sp. z o.o. z siedzibą w Ząbkowicach Śląskich,
7. Multi-Ex S.A. z siedzibą w Białymstoku,
8. Onufry S.A. z siedzibą w Warszawie,
9. Panta-Hurt Sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku,

10. Polskie Hurtownie Alkoholi Sp. z o.o. z siedzibą w Mińsku Mazowieckim,
11. Premium Distributors Sp. z o.o. z siedzibą w Zielonej Górze,
12. Przedsiębiorstwo Dystrybucji Alkoholi „Agis” S.A z siedzibą w Toruniu,
13. Przedsiębiorstwo Handlu Spożywczego Sp. z o.o. z siedzibą w Świebodzinie,
14. Saol Dystrybucja sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu.

Przedsiębiorcy ci prowadzą działalność w zakresie hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych za pośrednictwem 85 hurtowni, zaś w zakresie detalicznej sprzedaży alkoholi za pośrednictwem 17 sklepów własnych, w tym 15 sklepów „Joker” należących do Przedsiębiorstwa Handlu Spożywczego Sp. z o.o. z siedzibą w Świebodzinie. Spółka ta posiada także 15 sklepów własnych działających pod marką „Grosik”, zajmujących się detaliczną sprzedażą produktów FMCG.

Ponadto w skład grupy Eurocash weszła spółka Pol Cater Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Puchałach (spółka holdingowa), dalej „Pol Cater”, która za pośrednictwem spółki zależnej Dania Fast Food Sp. z o.o. z siedzibą w Puchałach specjalizuje się w hurtowej sprzedaży produktów na rzecz HoReCa<sup>4</sup> i stacji benzynowych. Dania Fast Food Sp. z o.o. posiada 8 hurtowni zlokalizowanych w Chwaszczynie, Piekarach Śląskich, Krakowie, Łodzi, Swarzędzu, Raszynie, Wrocławiu i Szczecinie.

Do grupy Eurocash należą również Eurocash Trade I Sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach i Eurocash Trade II Sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach, które zostały utworzone w 2009 r. i nie prowadzą żadnej działalności.

**Spółki Przejmowane** – pasywni uczestnicy koncentracji – należą do grupy kapitałowej, na czele której stoi Emperia Holding S.A. z siedzibą w Lublinie (dalej „Emperia”) – spółka notowana na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Jedyńm akcjonariuszem posiadającym powyżej 10 % głosów na WZA Emperia jest Aviva Comercial Union OFE (10,04 %) <sup>5</sup>. Przedmiotem działalności Emperia jest świadczenie usług holdingowych i koordynowanie prac spółek bezpośrednio i pośrednio kontrolowanych. Natomiast głównym przedmiotem działalności Spółek Przejmowanych, realizowanym przez Tradis Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie, dalej „Tradis”, jest hurtowa sprzedaż produktów FMCG za pośrednictwem niewyspecjalizowanych hurtowni: 6 działających w formacie cash&carry, 16

---

<sup>4</sup> HoReCa (*HotelsRestaurantsCaterings*) - pojęcie to określa sektor hotelarsko-restauracyjno-cateringowy

<sup>5</sup> wg stanu na dzień dokonania zgłoszenia

działających w formacie serwisowym i 33 łączących oba formaty sprzedaży. Ponadto w skład Tradis wchodzi hurtownie specjalizujące się w sprzedaży mrożonek (Częstochowa, Sosnowiec), nabiału (Mława, Siedlce, Olsztyn) i art. spożywczych sypkich (Zakopane).

Spółki Przejmowane prowadzą również działalność w zakresie sprzedaży detalicznej produktów FMCG oraz w zakresie zarządzania siecią franczyzową, a także w zakresie organizowania i nadzoru nad sieciami partnerskimi detalicznej sprzedaży produktów FMCG. Do sieci tych należą: „Groszek” (sieć partnerska – ok. 1100 sklepów), „Milea” (sieć franczyzowa – ok. 30 sklepów), „Euro Sklep” (sieć partnerska – ok. 600 sklepów), „Społem” (sieć partnerska – ok. 500 sklepów) i „Lewiatan” (sieć partnerska – ok. 1800 sklepów). Ponadto w ramach Spółek Przejmowanych funkcjonuje sieć sklepów partnerskich „Drogerie Koliber” (60 sklepów) prowadzących działalność w zakresie detalicznej sprzedaży produktów drogeryjno-chemicznych. Detaliczna sprzedaż produktów FMCG prowadzona jest również za pośrednictwem ok. 300 sklepów własnych należących do Spółek Przejmowanych: „Stokrotka”, „Społem Tychy”, „Milea”, „Delima”, „Lewiatan”, „Euro Sklep” i „Maro Market”. W Lublinie funkcjonuje również jeden sklep Stokrotka zajmujący się detaliczną sprzedażą wyrobów alkoholowych.

Ponadto w skład grupy Emperia wchodzi następujące spółki zależne Tradis:

1. DEF Sp. z o.o. z siedzibą w Białymstoku – prowadząca hurtową dystrybucję produktów FMCG, za pośrednictwem 3 hurtowni cash&carry,
2. Ambra Sp. z o.o. z siedzibą w Czechowicach Dziedzicach – zajmująca się sprzedażą hurtową kosmetyków i chemii gospodarczej,
3. Lewiatan Podlasie Sp. z o.o. z siedzibą w Białymstoku – prowadząca działalność w zakresie zarządzania i koordynowania pracy sklepów branży FMCG na obszarze woj.: podlaskiego i mazowieckiego,
4. Lewiatan Śląsk Sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu – zajmująca się organizacją sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej niezależne placówki detaliczne prowadzące sprzedaż produktów FMCG,
5. Lewiatan Kujawy Sp. z o.o. z siedzibą we Włocławku – zajmująca się organizacją sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej niezależne placówki detaliczne prowadzące sprzedaż produktów FMCG; prowadzi również handel detaliczny produktów FMCG za pośrednictwem własnych sklepów,

6. Lewiatan Orbita Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie – zajmująca się organizacją sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej niezależne placówki detaliczne prowadzące sprzedaż produktów FMCG,
7. Lewiatan Wielkopolska Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu – zajmująca się organizacją sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej niezależne placówki detaliczne prowadzące sprzedaż produktów FMCG,
8. Lewiatan Holding S.A. z siedzibą we Włocławku – spółka holdingowa posiadająca prawa do marki „Lewiatan”, pod którą prowadzą działalność placówki sprzedaży detalicznej produktów FMCG oraz franczyzodawca sieci sklepów detalicznych branży FMCG.

#### Przyczyny i zakres koncentracji

Zgłoszona transakcja polega na przejęciu przez Eurocash kontroli nad Spółkami Przejmowanymi. Przejęcie kontroli nastąpi na zasadach określonych w Umowie Inwestycyjnej podpisanej w dniu 21 grudnia 2010 r. przez Eurocash oraz Emperia, która stanowi podstawę zgłoszenia niniejszej koncentracji. Eurocash i Emperia zobowiązały się na mocy ww. Umowy przeprowadzić transakcję, w ramach której Emperia dokona zbycia na rzecz Eurocash udziałów oraz akcji posiadanych przez Emperia bezpośrednio lub pośrednio w Spółkach Przejmowanych. Zbycie udziałów nastąpi poprzez:

- (i) wniesienie części udziałów i wszystkich akcji na pokrycie podwyższonego kapitału zakładowego Eurocash w zamian za akcje nowej emisji Eurocash obejmowane przez Emperia reprezentujące do 14 % kapitału zakładowego Eurocash oraz sprzedaż pozostałej części udziałów w spółce Tradis przez Emperia na rzecz Eurocash, albo poprzez
- (ii) sprzedaż przez Emperia wszystkich udziałów i akcji w Spółkach Przejmowanych na rzecz Eurocash.

Zgodnie z deklaracją wnioskodawcy zamiar niniejszej koncentracji wynika ze strategii rozwoju Eurocash, zakładającej dalszy rozwój sieci punktów sprzedaży hurtowej przy wykorzystaniu synergii wynikających m.in. z efektów skali oraz ulepszonych działań logistycznych.

Jako jedną z przyczyn koncentracji Eurocash wskazuje konieczność sprostania wzrastającej sile nabywczej konkurentów głównych odbiorców uczestników koncentracji, tj. sieci detalicznych, w tym sektora obejmującego sprzedaż poprzez nowoczesne kanały dystrybucji, wynikającej m.in. z postępującej konsolidacji uczestników tego sektora. Ponadto



zgłaszający ma na uwadze fakt wchodzenia przez sieci super- i hipermarketów w nowe segmenty poprzez tworzenie sieci sklepów o mniejszych formatach, które jeszcze bardziej wzmacniają siłę wielkich koncernów dystrybuujących towary FMCG.

Kolejnym powodem w ocenie Eurocash przeprowadzenia zamierzonej koncentracji jest coraz dalej postępująca koncentracja na rynku hurtowej sprzedaży FMCG. Zgłaszający oczekuje, że konsekwencją uzyskania kontroli nad Spółkami Przejmowanymi będzie zwiększenie możliwości i zdolności Eurocash do konkurowania na rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG w Polsce.

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

#### Rynek zaopatrzenia w produkty FMCG

Przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji prowadzą działalność w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG. Prowadzenie działalności w ww. zakresie powoduje w sposób oczywisty konieczność uczestniczenia w rynku nabywania tych produktów w celu odsprzedaży, czyli w rynku zaopatrzenia w te produkty.

Zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Komisji Europejskiej<sup>6</sup> oraz Prezesa Urzędu<sup>7</sup> właściwym rynkiem geograficznym dla rynku zaopatrzenia w FMCG 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 będzie miał co do zasady zasięg krajowy, gdyż przeważającą część dostawców uczestników koncentracji stanowią krajowi producenci, których wyroby sprzedawane są na terytorium Polski.

Jak wynika z danych przedstawionych przez Eurocash, łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku zaopatrzenia w produkty FMCG nie przekroczy w wyniku koncentracji **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 1]** %.

---

<sup>6</sup> COMP/M.2161 – Ahold/Superdiplo

<sup>7</sup> Decyzja DOK nr 143/2006 z dnia 21 listopada 2006 r., decyzja DKK nr 76/2008, decyzja DKK nr 83/2009

Rynek zaopatrzenia w produkty FMCG można także podzielić na segmenty (grupy segmentów) ze względu na rodzaje produktów, sposób ich wytwarzania oraz możliwość zmiany profilu produkcji przez producentów.

Udziały uczestników przedmiotowej koncentracji w rynkach zakupu poszczególnych grup asortymentowych przedstawia poniższa tabela nr 1:

Tabela nr 1

KATEGORIA PRODUKTU	Udział w 2010 r. (w %)	
	Eurocash	Spółki Przejmowane
produkty spożywcze	<b>[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 2]</b>	
soki i napoje bezalkoholowe		
napoje alkoholowe		
kosmetyki		
artykuły higieniczne		
chemia gospodarcza		
leki OTC		
wyroby tytoniowe		
pozostałe towary nieżywnościowe		

źródło: dane wnioskodawcy

Jak wynika z przedstawionych danych, łączny udział Eurocash i Spółek Przejmowanych w żadnej z ww. grup asortymentowych nie przekracza 20 %.

#### Rynek hurtowej sprzedaży produktów FMCG

W ocenie Eurocash uczestnicy koncentracji prowadzą działalność na krajowym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG, na które składają się trzy główne grupy produktów: artykuły żywnościowe, napoje bezalkoholowe oraz napoje alkoholowe.

Na terytorium Polski sprzedaż hurtowa produktów FMCG prowadzona jest w formie serwisowej – sprzedaż produktów z dowozem, w formie cash&carry – zakup produktów przez klienta w magazynie hurtownika. Ponadto znaczna część hurtowni na rynku łączy te dwa formaty działalności (działa zarówno jako hurtownie cash&carry, jak i serwisowe).

W ocenie zgłaszającego pomimo występowania w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG różnych form sprzedaży brak jest podstaw do segmentacji tego rynku. Forma prowadzenia sprzedaży produktów FMCG (cash&carry lub hurtownie z dowozem -

„serwis”) nie wpływa na zróżnicowanie koszyka produktów posiadanego przez hurtownie. Hurtownie cash&carry, jak i hurtownie serwisowe współpracują ze wszystkimi grupami klientów prowadzącymi działalność gospodarczą. Nie istnieją żadne ograniczenia podmiotowe odnośnie możliwości zostania klientem hurtowni cash&carry, czy hurtowni serwisowych. Hurtownie cash&carry i serwisowe zaopatrują te same kanały sprzedaży: sklepy detaliczne, HoReCa, stacje benzynowe i inne hurtownie, wobec czego nie istnieją w ocenie Eurocash podstawy do segmentacji rynku hurtowej sprzedaży FMCG według kanałów dystrybucji i do wydzielenia z niego hurtowni zaopatrujących klientów z kanału HoReCa.

Powyższe znajduje w ocenie Eurocash potwierdzenie w danych i raportach rynkowych (np. GFK, “Strategic report FMCG”), które wskazują, że ci sami sprzedawcy detaliczni korzystają zarówno z oferty cash&carry oraz hurtowni z dostawą, w tym hurtowni specjalistycznych lub ogólnych. Jednocześnie większość małych klientów z segmentu detalicznego oraz kanału HoReCa korzysta z oferty hipermarketów. Zależy to od: (i) rodzaju produktów, które chcą zakupić, (ii) czasu jaki mogą na to przeznaczyć, (iii) czy chcą wybrać się do hurtowni i mieć kontakt z personelem, (iv) czy chcą sprawdzić nowe produkty przed ich nabyciem itd.

Oceniając aspekt geograficzny hurtowej sprzedaży produktów FMCG, zgłaszający uznał, iż ma ona wymiar krajowy. Przemawiają za tym m.in. następujące argumenty:

- każdy z uczestników koncentracji działa na skalę krajową - obsługuje klientów zlokalizowanych w różnych regionach kraju;
- zasięg oddziaływania hurtowni uczestników koncentracji - według kryterium lokalizacji klientów - sięga 200-250 km (w linii prostej) od hurtowni;
- nie istnieją żadne przeszkody, aby klientów położonych w bliższej odległości od hurtowni zaczęła obsługiwać hurtownia położona w innej części Polski;
- poziom sprzedaży hurtowej różni się od poziomu sprzedaży detalicznej. Zakupy na tym poziomie dokonywane są na większą skalę, gdyż jednostkowy koszt transportu towaru jest mniejszy. Implikuje to szerszy rynek właściwy w ujęciu geograficznym aniżeli rynek sprzedaży detalicznej produktów FMCG;
- koszty transportu nie są na tyle istotne, aby stanowiły barierę w dostarczaniu produktów z różnych regionów Polski do klientów zlokalizowanych w innych regionach kraju – zasięg geograficzny działalności danej hurtowni determinuje jedynie decyzja biznesowa przedsiębiorcy.

Ponadto w ocenie Eurocash zasięg działania hurtowni uczestników koncentracji nie może być traktowany jako wyznacznik właściwego rynku geograficznego, na którym działają uczestnicy koncentracji. Nie istnieją bowiem żadne okoliczności, które uniemożliwiłyby zaopatrywanie z danej hurtowni klientów położonych w innej części Polski, także w dalszych odległościach aniżeli klienci zaopatrywani w danym momencie przez daną hurtownię.

W ocenie Prezesa Urzędu takie określenie rynku, zarówno w aspekcie produktowym, jak i geograficznym, przedstawione przez zgłaszającego nie jest jednak właściwe. Uzasadniając powyższe należy wskazać, iż wśród hurtowni prowadzących działalność na rynku polskim można wyodrębnić hurtownie:

1. spożywcze, tj. hurtownie, które w swojej ofercie posiadają jedynie artykuły spożywcze;
2. niewyspecjalizowane, tj. hurtownie, które w swojej ofercie obok produktów spożywczych posiadają także produkty nieżywnościowe;
3. specjalistyczne, które (a) w swoim asortymencie posiadają wyłącznie jedną grupę lub co najwyżej trzy grupy produktowe, np. hurtownie mięsne, hurtownie drobiowe, hurtownie nabiałowe, hurtownie kosmetyczne, hurtownie owocowo-warzywne, hurtownie słodczy itd., lub (b) swoją sprzedaż kierują do ściśle określonej grupy odbiorców, np. HoReCa. Ważną cechą hurtowni specjalistycznych jest wymóg posiadania odrębnych zezwoleń na prowadzenie danej działalności (np. hurtownie farmaceutyczne lub hurtownie alkoholi wysokoprocentowych) oraz/lub posiadania specjalnego zaplecza technicznego niezbędnego do prowadzenia danego rodzaju działalności (np. hurtownie produktów spożywczych mrożonych czy hurtownie farmaceutyczne). Ponadto w przypadku sprzedaży na rzecz HoReCa dominują dostawy produktów o większej gramaturze i pojemności, które np. w przypadku Pol Cater (spółki z grupy Eurocash specjalizującej się w sprzedaży na rzecz HoReCa i stacji benzynowych) stanowiły ponad **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 3]** % sprzedaży ogółem. Hurtownie te nie prowadzą sprzedaży na rzecz odbiorców detalicznych;
4. z dominującym jednym asortymentem, które posiadają w swoim asortymencie wiele grup produktowych, w szczególności wiele grup artykułów spożywczych, przy czym ponad 50 % przychodów tej hurtowni realizowane jest z jednej grupy produktowej, np. ze sprzedaży alkoholu czy wyrobów tytoniowych. Profil działania tych hurtowni zbliżony jest do hurtowni specjalistycznych, z zastrzeżeniem, że jednak oprócz faktycznej specjalizacji w sprzedaży danej kategorii produktów dokonywana jest także incydentalna

lub na niewielką skalę sprzedaż innych produktów, najczęściej nieżywnościowych. Przykładem hurtowni z dominującym jednym asortymentem są np. hurtownie należące do KDWT (spółka z grupy Eurocash – ponad **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 4]**), Lekkerland Polska S.A., Polski Tytoń S.A. i Ruch S.A., w których od ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 1]**;

5. artykułów nieżywnościowych, np. zabawek, kosmetyków, chemii gospodarczej, artykułów AGD, artykułów papierniczych, które jednocześnie nie oferują artykułów spożywczych.

Analiza profilu działalności hurtowni łączących się podmiotów wykazała, że grupa Eurocash prowadzi hurtownie niewyspecjalizowane (hurtownie Eurocash), specjalistyczne np. Pol Cater oraz z dominującym jednym asortymentem. Natomiast działalność Spółek Przejmowanych koncentruje się głównie na działalności hurtowni niewyspecjalizowanych, tym samym planowane połączenie będzie miało wpływ na działalność właśnie tego typu hurtowni.

Oprócz hurtowni niewyspecjalizowanych, jak wskazano powyżej, na rynku działalność prowadzą również cztery inne typy hurtowni. W ocenie Prezesa Urzędu spośród pozostałych kategorii hurtowni działalność konkurencyjną wobec hurtowni niewyspecjalizowanych prowadzą tylko hurtownie spożywcze. Z analizy struktury sprzedaży hurtowni niespecjalistycznych wg asortymentu wynika, iż np. w przypadku hurtowni należących do Spółek Przejmowanych ponad **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 5]** % przychodów osiągają one ze sprzedaży artykułów spożywczych.

Pozostałe typy hurtowni, tj. specjalistyczne, z dominującym jednym asortymentem i artykułów nieżywnościowych nie stanowią konkurencji dla hurtowni niewyspecjalizowanych. O ile charakter hurtowni niewyspecjalizowanych oraz hurtowni artykułów nieżywnościowych nie budzi wątpliwości, iż działają one na innych rynkach produktowych, o tyle charakter działalności hurtowni specjalistycznych i hurtowni z dominującym jednym produktem nie jest oczywisty.

Co prawda hurtownie specjalistyczne i hurtownie z dominującym jednym produktem, podobnie jak hurtownie niewyspecjalizowane prowadzą sprzedaż artykułów żywnościowych, to jednak liczba kategorii produktowych oraz liczba produktów dostępnych w hurtowniach specjalistycznych oraz z dominującym jednym artykułem jest zdecydowanie mniejsza. Dodatkowo hurtownie te koncentrują się przeważnie na sprzedaży jednej określonej grupy

produktowej. Powoduje to, że hurtownie niewyspecjalizowane traktowane są przez klientów jako główne źródło zaopatrzenia w produkty FMCG. Natomiast rola hurtowni specjalistycznych i hurtowni z dominującym jednym produktem polega głównie na uzupełnianiu oferty hurtowni niewyspecjalizowanych, stanowiąc źródło zaopatrzenia sklepów w daną kategorię produktów.

Brak konkurencji ze strony hurtowni specjalistycznych i z dominującym jednym produktem potwierdza również analiza umów franczyzowych zawieranych przez uczestników koncentracji. Zgodnie z tymi umowami franczyzobiorcy są zobowiązani do zakupu podstawowych produktów z niewyspecjalizowanych hurtowni Eurocash i Spółek Przejmowanych. Natomiast jako dostawcy na przykład wyrobów tytoniowych, prasy i wydawnictw, mrożonek oraz mięsa i wędlin wskazane są hurtownie specjalistyczne lub z dominującym jednym asortymentem, np. papierosy – **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 6]** (Eurocash), **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 2]** (Spółki Przejmowane), prasa i wydawnictwa – **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 7]** (Eurocash), mrożonki – **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 8]** (Eurocash), **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 3]** (Spółki Przejmowane), mięso i wędlin – **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 9]** (Eurocash). Ponadto sam wnioskodawca wskazał w materiale „Propozycja połączenia Eurocash i Emperia. Konferencja prasowa 14 września 2010 r.” Lekkerland Polska S.A. i Kolporter S.A. jako hurtownie wyspecjalizowane w sprzedaży papierosów, tak więc w ocenie Prezesa Urzędu nie traktuje ich jako konkurentów dla hurtowni niewyspecjalizowanych.

Dlatego też, z omówionych powyżej powodów, Prezes Urzędu uznał, iż hurtownie specjalistyczne, hurtownie z dominującym jednym asortymentem i hurtownie artykułów nieżywnościowych nie stanowią konkurencji dla hurtowni niewyspecjalizowanych.

Jak wspomniano wcześniej hurtownie niewyspecjalizowane mogą działać w formie serwisowym lub cash&carry. Pierwszy format polega na tym, iż odbiorcy składają zamówienie na towary, które są następnie dowożone do nich transportem hurtowni i na koszt hurtowni. Odbiorca nie musi mieć bezpośredniego kontaktu z hurtownią, a zamówienia mogą być składane na odległość za pośrednictwem przedstawiciela handlowego, faksem lub przez Internet. Dzięki temu zakupy w tym formacie są mniej czasochłonne. Z odbiorcami zaopatrującymi się w formie serwisowym zawierane są umowy handlowe, które co do zasady określają terminy płatności, warunki kredytowe, zwrot towarów, jakość dostarczanych

produktów i przepływ dokumentacji. Oferta hurtowni serwisowych skierowana jest do większych odbiorców, a w umowach handlowych określona jest minimalna wartość zakupów.

O większej skali zarówno klientów, jak i nabywanego w hurtowniach serwisowych asortymentu towarów świadczy średni przychód netto osiągnięty z jednego zamówienia i z jednego klienta oraz średnia liczba SKU. W przypadku Eurocash średni przychód netto osiągnięty w hurtowniach serwisowych z jednego zamówienia w 2010 r. wyniósł ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 10]** zł, a średni przychód z jednego klienta ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 11]** zł, zaś w hurtowniach cash&carry średni przychód netto z jednego zamówienia w 2010 r. wyniósł ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 12]**zł, a średni przychód netto z jednego klienta ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 13]** zł. Natomiast średnia liczba SKU w hurtowniach serwisowych wyniosła **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 14]**, zaś w hurtowniach cash&carry **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 15]** (na jedno zamówienie odpowiednio **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 16]**). Hurtownie działające w formacie serwisowym mają większy zasięg terytorialny, a towary dostarczane są na dalsze odległości.

Działalność w formacie cash&carry polega na tym, że sklepy bezpośrednio wybierają i odbierają towar w hurtowni, jednocześnie dokonując płatności za zakupiony towar. Odbiorca ma możliwość bezpośredniego sprawdzenia kupowanego towaru oraz uzyskania porady od sprzedawcy. Ponadto w przypadku hurtowni cash&carry klienci, co do zasady, dokonują zakupów bez zawierania umów handlowych. Zakup towarów następuje na podstawie oferty produktowej i cenowej oraz pozostałych warunków funkcjonowania hurtowni. Hurtownie cash&carry i serwisowe oferują te same kategorie produktów, z tym, że hurtownie cash&carry w ramach niektórych kategorii produktów posiadają nieco węższy asortyment (nie dotyczy to hurtowni, które łączą obydwie formy sprzedaży).

Oceniając konkurencję pomiędzy hurtowniami cash&carry a serwisowymi nie można w całości zgodzić się z twierdzeniem zgłaszającego, że oba formaty są w stosunku do siebie w pełni substytucyjne. Analizując konkurencję od strony popytowej (tj. klientów) pomiędzy obydwoimi rodzajami hurtowni widać różnice przejawiające się w następujących elementach:

1. w sposobie sprzedaży towarów klientom (występują przede wszystkim różnice w sposobie zamawiania, odbioru i płatności za towar),

2. różnych grupach klientów (w hurtowniach serwisowych zakupów dokonują większe podmioty, podczas gdy w cash&carry mniejsze - przychód z jednego klienta, jak również pojedyncze zakupy dokonywane przez sklepy w formacie cash&carry są średnio niższe niż w formacie serwisowym),
3. jedynie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 17]** % klientów zaopatruje się zarówno w kanale cash&carry, jak i serwisowym,
4. obszarem oddziaływania (w formacie serwisowym zasięg terytorialny hurtowni jest większy, a towary dostarczane są średnio na dalsze odległości).

Z drugiej strony analizując konkurencję pomiędzy obydwoma formatami hurtowni nie można zapomnieć o dużej substytucyjności podażowej pomiędzy nimi. Substytucyjność ta przejawia się przede wszystkim w braku istotnych barier do rozpoczęcia przez dany format hurtowni, np. serwisowy, w krótkim czasie sprzedaży w innym formacie, np. cash&carry (i na odwrót), co w połączeniu z oferowaniem tych samych kategorii produktów przez oba formaty hurtowni równoważy brak częściowej substytucji po stronie popytu. Potwierdzeniem substytucyjności podażowej pomiędzy hurtowniami cash&carry oraz serwisowymi jest łączenie przez uczestników koncentracji (w szczególności przez Spółki Przejmowane) oraz ich konkurentów obydwu formatów hurtowni, na skutek czego mamy do czynienia z funkcjonowaniem tzw. hurtowni mieszanych, tj. w jednym obiekcie działają oba formaty hurtowni. W tej sytuacji substytucyjność jest jeszcze większa. Ponadto hurtownie w formacie cash&carry oraz serwisowym swoją sprzedaż kierują głównie do odbiorców detalicznych - sklepów (ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 18]** % przychodów ze sprzedaży netto). Dlatego też, z wymienionych powyżej powodów, Prezes Urzędu na potrzeby niniejszej koncentracji postanowił zdefiniować rynek w aspekcie produktowym jako rynek sprzedaży FMCG w hurtowniach niewyspecjalizowanych, bez podziału na poszczególne rodzaje hurtowni, tj. cash&carry oraz serwisowe.

Prezes Urzędu nie podziela stanowiska wnioskodawcy odnośnie określenia rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG prowadzonej za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych w aspekcie geograficznym. Na podstawie zgromadzonego w trakcie postępowania materiału dowodowego organ antymonopolowy uznał, iż rynek ten obejmuje swoim zasięgiem obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych. Za takim określeniem rynku przemawiają następujące argumenty:

1. Krajowa skala działania przedsiębiorców nie świadczy o istnieniu rynku krajowego. Co prawda Eurocash i Spółki Przejmowane posiadają hurtownie zlokalizowane w całej



Polsce, jednakże działalność w zakresie sprzedaży prowadzą poszczególne hurtownie, których zasięg oddziaływania w zależności od formatu sprzedaży (cash&carry, serwis) jest różny.

2. Klientami hurtowni produktów FMCG są głównie sklepy detaliczne. Ich właściciele mogą teoretycznie dokonywać zakupów na terenie całego kraju, jednakże z uwagi na koszty i czas transportu oraz rozwiniętą sieć hurtowni zaopatrują się na rynku lokalnym.
3. Realizacja zamówień na dostawy towarów przez uczestników koncentracji sprowadza się do ich dostaw przez poszczególne hurtownie.
4. Decydujący dla określenia rynku jest faktyczny zasięg działania hurtowni, na którym koncentruje się większość sprzedaży. Ustalony on został na podstawie danych o liczbie klientów obsługiwanych przez hurtownie w zależności od odległości odbiorcy od punktu sprzedaży hurtowej oraz na podstawie przychodów netto ze sprzedaży hurtowej osiąganych w zależności od odległości punktu sprzedaży hurtowej od klienta.

Do wyliczeń przyjęto następujące założenia:

- zasięg oddziaływania hurtowni obliczono dla dwóch różnych typów hurtowni, tj. hurtowni cash&carry oraz hurtowni serwisowych z dowozem;
- z obliczeń wykluczono hurtownie z dominującym jednym asortymentem oraz specjalistyczne, bowiem hurtowni tych nie można uznać za konkurentów hurtowni cash&carry lub hurtowni serwisowych,

Po uwzględnieniu ww. założeń zbudowano bazę danych hurtowni. W przypadku hurtowni cash&carry uwzględniono wszystkie hurtownie niewyspecjalizowane cash&carry Eurocash oraz wszystkie hurtownie tego rodzaju należące do Spółek Przejmowanych. W przypadku hurtowni serwisowych uwzględniono wszystkie hurtownie niewyspecjalizowane Eurocash oraz Spółek Przejmowanych.

Zasięg oddziaływania wyliczono w dwóch etapach:

- A) w pierwszej kolejności oddzielnie dla każdej hurtowni cash&carry oraz serwisowej obliczono skumulowany procentowy udział sprzedaży w danym przedziale do sprzedaży ogółem; zasięg danej hurtowni wyznaczano w przedziale odległości od odbiorcy, w którym to skumulowana procentowa sprzedaż przekroczyła 65 % sprzedaży ogółem;
- B) w drugim etapie ustalono zasięg oddziaływania hurtowni jako średnią arytmetyczną zasięgów poszczególnych hurtowni.

Na podstawie tak przeprowadzonych wyliczeń Prezes Urzędu ustalił, iż w przypadku hurtowni cash&carry zasięg oddziaływania wynosi ok. 23 km, a hurtowni serwisowych ok. 50 km. W związku z tym, iż Prezes Urzędu nie segmentuje rynku, zasięg działania hurtowni niewyspecjalizowanych został określony jako obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych.

Reasumując organ antymonopolowy uznał, iż konkurentami Eurocash i Spółek Przejmowanych są inne hurtownie niewyspecjalizowane oraz hurtownie spożywcze. Inne rodzaje hurtowni, ze względu na ograniczoną substytucyjność w stosunku do hurtowni niespecjalistycznych, nie mogą zostać uznane za konkurentów tych hurtowni. Jednocześnie, biorąc pod uwagę przychody osiągane przez poszczególne hurtownie należące do uczestników koncentracji w zależności od lokalizacji odbiorcy od hurtowni organ antymonopolowy uznał, iż rynkiem w aspekcie geograficznym dla hurtowej sprzedaży produktów FMCG realizowanej za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych jest rynek lokalny, obejmujący swoim zasięgiem obszar położony w promieniu do 50 km od poszczególnych hurtowni.

#### Rynek organizowania i zarządzania siecią franczyzową i rynek organizowania sieci partnerskiej

W ocenie Eurocash w Polsce nie istnieje rynek zarządzania sieciami franczyzowymi albo partnerskimi. Uczestnicy koncentracji prowadzą sieci partnerskie i franczyzowe jedynie w celu zwiększenia swoich obrotów z działalności hurtowej – a zatem jako uczestnicy rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG.

Działające w Polsce sieci franczyzowe i partnerskie to sieci, które organizują zazwyczaj dostawcy hurtowi, ale także wielkoformatowi detaliści lub sami przedsiębiorcy działający na szczeblu detalicznym. Franczyza polega na udzieleniu licencji przez jedną osobę (franczyzodawcę) innej osobie (franczyzobiorcę). Licencja ta uprawnia (i zazwyczaj zobowiązuje) franczyzobiorcę do prowadzenia biznesu pod znakiem towarowym/nazwą handlową franczyzodawcy z wykorzystaniem całego pakietu franczyzowego (know-how), który zawiera wszystkie elementy niezbędne do tego, aby osoba ta mogła, po odpowiednim przeszkoleniu, prowadzić go pod marką franczyzodawcy zgodnie z zasadami przez niego określonymi i korzystając z jego wsparcia w zamian za odprowadzaną opłatę na rzecz franczyzodawcy (bezpośrednio w formie opłat lub pośrednio w marżach produktów

kupowanych od francyzodawcy). Tak więc w skład standardowego pakietu francyzowego wchodzi:

1. znak towarowy (marka), którą francyzodawca użycza francyzobiorcy;
2. know-how (sprawdzona wiedza), jak prowadzić działalność w ramach francyzy, którą francyzodawca użycza francyzobiorcy;
3. podręcznik operacyjny, określający zasad, według których francyzobiorca ma prowadzić działalność w ramach danej francyzy; zasady te dotyczą m.in.: zaleceń i rekomendacji co do polityki cenowej, polityki zaopatrzenia, standardów jakości produktów, procedury kontroli zapasów, stosowanych standardów w zakresie rachunkowości, opłat francyzowych;
4. wyszczególnienie zakresu usług świadczonych przez francyzodawców na rzecz francyzobiorców.

Opłata francyzowa pobierana jest w celu pokrycia przez francyzodawcę wydatków za usługi świadczone na rzecz francyzobiorcy. Do usług tych należą m.in.:

- a) monitorowanie działalności francyzobiorcy, aby pomóc mu w utrzymaniu standardów i zyskowności,
- b) bieżące szkolenia,
- c) ciągle unowocześnianie stosowanych metod oraz wprowadzanie innowacji,
- d) badanie rynku i rozwój,
- e) promocja i reklama,
- g) dostarczanie usług specjalistycznych dotyczących zarządzania.

Francyzodawca narzuca zatem standardy obsługi, źródła zaopatrzenia, ofertę, promocje, ponadto ma bezpośredni wpływ na kształtowanie cen.

Jak wskazuje Eurocash w „modelu sieci sklepów partnerskich partnerzy mają znacznie większą swobodę działań niż francyzodawca i francyzobiorcy w sieciach francyzowych. Organizator sieci sklepów partnerskich zazwyczaj nie oferuje tak wielu usług oraz nie ma tylu zobowiązań wobec uczestników sieci, jak francyzodawca. Partnerzy mogą swobodnie decydować o doborze asortymentu, merchandisingu (wizualizacja i ustawienie towaru), poziomie usług, wyglądzie sklepu, jak również wyborze dostawców i sposobie zaopatrywania się w towary. W przypadku sieci partnerskich nie sposób zatem mówić o zarządzaniu nimi przez partnera (dostawcę), tak jak ma to miejsce w przypadku francyzodawcy w ramach sieci francyzowych”.

Umowy, które są podstawą współpracy w ramach sieci partnerskich określają najczęściej relację kupna-sprzedaży i związane z nią warunki; zawierają postanowienia dotyczące działalności promocyjnej, zasad współpracy pod logo jednego z partnerów oraz przewidują przywileje zakupowe dla nabywcy w zamian za spełnienie warunków określonych umownie. W ramach tego rodzaju współpracy nie dochodzi, tak jak ma to miejsce w przypadku franczyzy, do przekazania know-how, jak również nie występuje zobowiązanie do stosowania przez partnera określonej koncepcji biznesowej. W przypadku umów partnerskich nie można zatem mówić o zarządzaniu, a jedynie o organizowaniu sieci.

Usługi dostarczane punktom detalicznym przez organizatorów sieci nie są przedmiotem niezależnego obrotu rynkowego (nie stanowią usługi, którą nabywają punkty detaliczne).

Zasady na jakich funkcjonują franczyzowe i partnerskie sieci detaliczne uzasadniają stwierdzenie, że w Polsce nie istnieje rynek zarządzania (czy też organizowania) sieci franczyzowych lub partnerskich. Do takich wniosków prowadzi również stanowisko Komisji Europejskiej, która przy analizie rynków, na jakich powinna być dokonywana ocena pozycji dostawcy towarów, z którą jednocześnie dostarczane są prawa własności intelektualnej pomagające nabywcy w prowadzonej działalności wskazuje, że jest to rynek, na którym dostawca sprzedaje towary objęte porozumieniem, a nie rynek zarządzania siecią franczyzową [*„Jeżeli porozumienie wertykalne, oprócz dostaw towarów objętych porozumieniem, zawiera również postanowienia dotyczące PVI – takie jak postanowienie dotyczące używania znaku towarowego dostawcy, które pomagają nabywcy w zbyciu towarów objętych porozumieniem, udział w rynku dostawcy na rynku, na którym sprzedaje on towary objęte porozumieniem, jest istotny dla stosowania rozporządzenia w sprawie wyłączeń grupowych”* (zob. Zawiadomienie Komisji „Wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych” pkt 92)].

Z analizy dokonanej przez Komisję Europejską wynika, że o rynku organizowania sieci franczyzowej można mówić jedynie wówczas, gdy franczyzodawca nie dostarcza towarów odsprzedawanych przez placówki detaliczne, co nie ma miejsca w przypadku uczestników niniejszej koncentracji (przedmiotem franczyzy jest jedynie pakiet praw własności intelektualnej oraz know-how, wykorzystywany w prowadzeniu działalności detalicznej). W takim przypadku udział franczyzodawcy w rynku należy obliczyć na podstawie wyników sprzedażowych placówki detalicznej, która wykorzystuje pakiet franczyzowy w prowadzonej działalności. Miarą pozycji franczyzodawcy jest w tym wypadku pozycja rynkowa (sukces) franczyzobiorcy osiągnięta poprzez korzystanie z uzyskanego

pakietu know-how. Pozycja ta mierzona jest na rynku sprzedaży detalicznej, na którym działa francyzobiorca.

Mając na uwadze, że Eurocash i Spółki Przejmowane zaopatrują (sprzedają) w towary na rzecz francyzobiorców, którym jednocześnie dostarczają know-how do prowadzonej przez nich działalności, w świetle stanowiska Komisji Europejskiej pozycja rynkowa zarówno Eurocash, jak i Spółek Przejmowanych w relacji francyzodawca – francyzobiorca powinna być analizowana na rynku, na którym uczestnicy koncentracji sprzedają towary objęte porozumieniem. Jest to rynek hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmujący swoim zasięgiem obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych.

### Rynek detalicznej sprzedaży produktów FMCG

Przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji prowadzą działalność na rynku sprzedaży detalicznej produktów FMCG realizowanej zarówno w obiektach wielkopowierzchniowych (powyżej 350 m<sup>2</sup>), jak i w tradycyjnych sklepach (powierzchnia sprzedaży poniżej 350 m<sup>2</sup>). Sklepy wielkopowierzchniowe od pozostałych formatów sklepów odróżnia przede wszystkim wielkość powierzchni sprzedażowej, która 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 sklepach wielkopowierzchniowych można nabyć szereg różnego rodzajów produktów - od artykułów spożywczych przez środki chemiczne, produkty gospodarstwa domowego i odzież aż po sprzęt RTV-AGD. Dodatkowo w ramach poszczególnych grup asortymentowych, takich np. jak kawa czy herbata, konsumenci posiadają szerszy wybór. Sieci wielkopowierzchniowe oferują klientom zarówno towary markowe, jak i produkty pod marką własną. W odróżnieniu od nich sklepy małaformatowe mają ograniczony asortyment produktów - dominują tu przede wszystkim artykuły spożywcze oraz w wąskim zakresie środki chemiczne. Mniejsze sklepy oferują głównie towary markowe.

Sklepy wielkopowierzchniowe wyróżnia ich samoobsługowy charakter, pozwalający nabywcom na swobodne przemieszczanie się i oglądanie towarów na półkach, zastanawianie się nad ich wyborem, a także porównywanie ich z innymi produktami. Takiej możliwości, w większości przypadków, nie dają konsumentom mniejsze sklepy, gdzie towar podawany jest przez sprzedawcę i praktycznie nie ma możliwości swobodnego oglądania produktów. Z omówionych powyżej powodów należy uznać, że sklepy tradycyjne nie stanowią konkurencji

dla sklepów wielkopowierzchniowych. Z drugiej jednak strony, analizując rynek z punktu widzenia sklepów tradycyjnych, w opinii Prezesa Urzędu sklepy wielkopowierzchniowe, jeśli znajdują się w odpowiedniej odległości, wywierają na nie presję konkurencyjną.

Zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Prezesa Urzędu rynek geograficzny w zakresie detalicznej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem obiektów wielkopowierzchniowych obejmuje obszar położony w promieniu ok. 20 i ok. 30 minut jazdy samochodem od placówki handlowej.

W grupie placówek o powierzchni powyżej 350 m<sup>2</sup> istnieją dwa rynki wspólne, na których działalność sklepów własnych/franczyzowych Spółek Przejmowanych i Eurocash pokrywa się. Są to:

1. rynek obejmujący obszar Bielsko – Białej, na którym prowadzi działalność sklep własny Spółek Przejmowanych zlokalizowany w Bielsku – Białej przy ul. Bystrzańskiej oraz sklep franczyzowy Eurocash zlokalizowany w Bielsku – Białej przy ul. Żywieckiej, tj. w odległości ok. 30 minut jazdy samochodem od ww. placówki Spółek Przejmowanych oraz
2. rynek obejmujący obszar Lublina, na którym prowadzi działalność sklep własny należący do Spółek Przejmowanych zlokalizowany przy ul. Langiewicza oraz sklep franczyzowy Eurocash zlokalizowany przy ul. Lubelskiej, tj. w odległości ok. 20 minut jazdy samochodem od placówki Spółek Przejmowanych.

Zarówno na rynku obejmującym obszar Bielsko – Białej, jak i na rynku obejmującym obszar Lublina udział Eurocash po koncentracji nie przekroczy **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 19]** %.

Na tak określonych rynkach Eurocash będzie spotykał się z konkurencją ze strony wielkopowierzchniowych sklepów (HSD<sup>8</sup>) należących m.in. do następujących sieci:

1. na rynku Bielsko – Białej – Biedronka (6 sklepów), Carrefour (3 sklepy), Tesco (6 sklepów) oraz Auchan, Netto, Kaufland, Intermarche, Lidl, Real (po 1 sklepie), a
2. na rynku Lublina – Biedronka (14 sklepów), Carrefour (4 sklepy), E. Leclerc (2 sklepy), Real i Tesco (po 1 sklepie).

Działalność Eurocash i Spółek Przejmowanych w zakresie sprzedaży detalicznej w sklepach tradycyjnych o powierzchni poniżej 350 m<sup>2</sup> pokrywa się na terenie obejmującym

obszar następujących miejscowości: Bielsko-Biała, Biłgoraj, Bodzentyn, Bytom, Chełm, Czechowice-Dziedzice, Gorlice, Hrubieszów, Jedlicze, Józefów, Kraków, Limanowa, Ryto, Siedlce, Siedliszcze, Szczyrk, Włodawa, Zaczernie i Zamość. W przypadku tzw. sklepów tradycyjnych o mniejszej powierzchni i węższym asortymencie w stosunku do sklepów wielkopowierzchniowych, rynek geograficzny powinien być wyznaczony promieniem nie większym niż 1 km od danego sklepu. Dla bardzo małych miejscowości przyjęcie takiego promienia powoduje, w praktyce, zdefiniowanie rynku geograficznego jako obszaru tej miejscowości. Za takim węższym 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 po obszarze o promieniu wędrówki w czasie kilkunastu minut. Biorąc pod uwagę powyższe organ antymonopolowy uznał, iż rynkami właściwymi wspólnymi w tym zakresie będą obszary obejmujące całość lub część poniżej wymienionych miejscowości:

1. Biłgoraj – rynkiem właściwym będzie obszar wyznaczony promieniem jednego kilometra od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Widok 4. Na rynku tym prowadzi działalność po jednym sklepie franczyzowym uczestników koncentracji, a szacunkowy udział uczestników koncentracji na obszarze całego miasta, zgodnie z informacjami przekazanymi przez zgłaszającego, wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 20]** %. Biorąc pod uwagę, iż na obszarze Biłgoraja, w tym w odległości możliwej do pokonania pieszo od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Widok 4, zlokalizowanych jest szereg sklepów należących do sieci HSD (trzy sklepy Biedronka, Carrefour, Kaufland, Tesco oraz Lidl), należy stwierdzić, iż nie dojdzie na ww. rynku do istotnego ograniczenia konkurencji. A zatem szczegółowe badanie tego rynku nie jest w ocenie organu antymonopolowego konieczne.
2. Bodzentyn – rynkiem właściwym będzie obszar całej miejscowości. Na rynku tym działalność prowadzi po jednym sklepie franczyzowym należącym do sieci uczestników koncentracji, a ich szacunkowy udział, zgodnie z informacją Eurocash, wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 21]** %,
3. Gorlice – rynkiem właściwym będzie obszar wyznaczony promieniem jednego kilometra od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Korczaka 5a. Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółka Przejmowanych oraz trzy sklepy franczyzowe Eurocash, a szacunkowy udział uczestników koncentracji na obszarze

---

<sup>8</sup> HSD – hipermarkety, supermarkety, sklepy dyskontowe

całego miasta, zgodnie z informacjami przekazanymi przez zgłaszającego, wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 22]** %. Biorąc pod uwagę, iż na obszarze Gorlic, w tym w odległości możliwej do pokonania pieszo od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Korczaka 5a, zlokalizowanych jest szereg sklepów należących do sieci HSD (Biedronka, Carrefour oraz Lidl), należy stwierdzić, iż nie dojdzie na ww. rynku do istotnego ograniczenia konkurencji. A zatem szczegółowe badanie tego rynku nie jest w ocenie organu antymonopolowego konieczne.

4. Jedlicze – rynkiem właściwym będzie obszar wyznaczony promieniem jednego kilometra od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Rejtana 35. Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółek Przejmowanych oraz jeden sklep franczyzowy Eurocash, a szacunkowy udział uczestników koncentracji na obszarze całego miasta, zgodnie z informacjami przekazanymi przez zgłaszającego, wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 23]** %. Biorąc pod uwagę, iż na obszarze Jedlicz, w tym w odległości możliwej do pokonania pieszo od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Rejtana 35, zlokalizowane są sklepy należące do sieci HSD (Biedronka oraz Tesco), należy stwierdzić, iż nie dojdzie na omawianym rynku do istotnego ograniczenia konkurencji. A zatem szczegółowe badanie tego rynku nie jest w ocenie organu antymonopolowego konieczne.
5. Józefów – rynkiem właściwym będzie obszar całej miejscowości. Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółek Przejmowanych oraz jeden sklep franczyzowy Eurocash, a szacunkowy udział uczestników koncentracji, zgodnie z informacją Eurocash, wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 24]** %,
6. Limanowa – rynkiem właściwym będzie obszar wyznaczony promieniem jednego kilometra od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Kościuszki 49. Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółek Przejmowanych oraz dwa sklepy franczyzowe Eurocash, a szacunkowy udział uczestników koncentracji, zgodnie z informacjami przekazanymi przez zgłaszającego, wynosi na obszarze całego miasta ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 25]** %. Biorąc pod uwagę, iż na obszarze Limanowej, w tym w odległości możliwej do pokonania pieszo od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Kościuszki 49, zlokalizowany jest sklep Biedronka należący do sieci HSD należy stwierdzić, iż nie dojdzie na ww. rynku do istotnego



ograniczenia konkurencji. A zatem szczegółowe badanie tego rynku nie jest w ocenie organu antymonopolowego konieczne.

7. Rytko – rynkiem właściwym będzie obszar całej miejscowości. Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółek Przejmowanych oraz jeden sklep franczyzowy Eurocash, a szacunkowy udział uczestników koncentracji w tak określonym rynku, zgodnie z informacją zgłaszającego, wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 26] %**,
8. Siedliszcze – rynkiem właściwym będzie obszar całej miejscowości. Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółek Przejmowanych oraz jeden sklep franczyzowy Eurocash, a szacunkowy udział uczestników koncentracji, zgodnie z informacją przekazaną przez Eurocash, wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 27] %**,
9. Włodawa – rynkiem właściwym będzie obszar wyznaczony promieniem jednego kilometra od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Reymonta 12. Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep własny Spółek Przejmowanych oraz jeden sklep franczyzowy Eurocash, a szacunkowy udział uczestników koncentracji, zgodnie z informacjami przekazanymi przez zgłaszającego, wynosi na obszarze całego miasta ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 28] %**. Biorąc pod uwagę, iż na obszarze Włodawy, w tym w odległości możliwej do pokonania pieszo od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Reymonta 12, zlokalizowane są sklepy należące do sieci HSD (Biedronka, Tesco oraz Lidl), należy stwierdzić, iż nie dojdzie na omawianym rynku do istotnego ograniczenia konkurencji. A zatem szczegółowe badanie tego rynku nie jest w ocenie organu antymonopolowego konieczne.
10. Zaczernie – rynkiem właściwym będzie obszar całej miejscowości. Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółek Przejmowanych oraz jeden sklep franczyzowy Eurocash, a szacunkowy udział uczestników koncentracji w tak określonym rynku, zgodnie z informacją przekazaną przez zgłaszającego, wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 29] %**,
11. Zamość – rynkiem właściwym będzie obszar wyznaczony promieniem jednego kilometra od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Orzeszkowej 28. Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółek Przejmowanych oraz dwa sklepy franczyzowe Eurocash, a szacunkowy udział uczestników koncentracji, zgodnie z informacjami przekazanymi przez zgłaszającego, wynosi na obszarze całego miasta ok.

[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 30] %. Biorąc pod uwagę, iż na obszarze Zamościa, w tym w odległości możliwej do pokonania pieszo od sklepu należącego do sieci Milea przy ul. Orzeszkowej 28, zlokalizowane są sklepy należące do sieci HSD (sześć sklepów Biedronka, Carrefour, Kaufland, Tesco oraz dwa sklepy Lidl), należy stwierdzić, iż nie dojdzie na omawianym rynku do istotnego ograniczenia konkurencji. A zatem szczegółowe badanie tego rynku nie jest w ocenie organu antymonopolowego konieczne.

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

Zgodnie z art. 4 pkt 8 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 17 lipca 2007 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. Nr 134, poz. 937), organ antymonopolowy uznał, iż:

#### **a) przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na:**

#### **48 lokalnych rynkach sprzedaży hurtowej produktów FMCG, w tym<sup>9</sup>:**

- I) na 13 rynkach lokalnych położonych w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych, na których łączny udział Eurocash i Spółek Przejmowanych mieści się w przedziale od 20 % do 30 %<sup>10</sup> według kryterium przychodów netto ze sprzedaży, tj.:

---

<sup>9</sup> określając rynki wspólne organ antymonopolowy wyznaczył obszar położony w promieniu do 50 km dla każdej z hurtowni należącej do Spółek Przejmowanych, przy czym za rynki wspólne zostały uznane obszary, na których jednocześnie zlokalizowana była co najmniej jedna hurtownia należąca do Eurocash S.A.

<sup>10</sup> udziały w poszczególnych rynkach, na których łączny udział Eurocash i Spółek Przejmowanych mieści się w przedziale od 20 % do 30 % i 30 % do 40 % zostały obliczone na podstawie przychodów ze sprzedaży osiągniętych jedynie przez największych konkurentów uczestników koncentracji, uzyskanych przez Prezesa Urzędu w toku postępowania wyjaśniającego mającego na celu badanie rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG - sygn. akt DKK1-401/3/10/KO, dalej „postępowanie wyjaśniające”. Natomiast w rzeczywistości, po uwzględnieniu przychodów ze sprzedaży wszystkich działających na poszczególnych rynkach konkurentów, mogą być one niższe. Jednakże już taka wstępna analiza siły rynkowej największych przedsiębiorców działających na analizowanych rynkach wykazała, że nawet po zrealizowaniu zamiaru koncentracji wzmocnienie

1. Głogów,
  2. Wrocław (ul. Krzywoustego 82-86),
  3. Wrocław 2 (ul. Graniczna 8C),
  4. Gdańsk,
  5. Nowy Sącz,
  6. Tarnów,
  7. Radom,
  8. Siedlce,
  9. Rzeszów,
  10. Puck,
  11. Kielce,
  12. Stargard Szczeciński,
  13. Częstochowa;
- II) na 10 rynkach lokalnych zlokalizowanych w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych, na których łączny udział Eurocash i Spółek Przejmowanych mieści się w przedziale od 30 % do 40 % według kryterium przychodów netto ze sprzedaży, tj.:
1. Lublin (ul. Łęczyńska 9),
  2. Lublin II (ul. Metalurgiczna),
  3. Starogard Gdański,
  4. Opole,
  5. Kraśnik,
  6. Puławy,
  7. Wieluń,
  8. Piła,
  9. Będzin,
  10. Sosnowiec;
- III) na 25 rynkach lokalnych zlokalizowanych w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych, na których łączny udział Eurocash i Spółek Przejmowanych przekracza 40 % według kryterium przychodów netto ze sprzedaży, tj.:
1. Ryki,
  2. Gorzów Wielkopolski (ul. Małorolnych – Cicha 1),
  3. Gorzów Wielkopolski II (ul. Bierzarina 43),

---

pozycji rynkowej Eurocash będzie umiarkowane i nie spowoduje problemów rynkowych. W takiej sytuacji Prezes Urzędu uznał, iż nie ma dalszej konieczności badania siły rynkowej pozostałych konkurentów.

4. Białystok (ul. Handlowa 5),
5. Białystok II (ul. Andersa 40),
6. Białystok III (ul. Handlowa 2A),
7. Białystok IV (ul. Handlowa 2),
8. Choroszcz,
9. Płońsk,
10. Koszalin,
11. Brodnica,
12. Włocławek,
13. Biłgoraj,
14. Chełm,
15. Zamość,
16. Kutno,
17. Ciechanów,
18. Płock (ul. Kostrogaj 21),
19. Płock II (ul. Kostrogaj 24),
20. Rzekuń,
21. Stalowa Wola,
22. Łomża,
23. Suwałki,
24. Ostrowiec Świętokrzyski,
25. Ełk.

Ponadto działalność uczestników koncentracji pokrywa się na następujących rynkach lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG: Błonia, Komornik, Świecia i Łodzi. Z uwagi jednak na fakt, iż łączny udział Eurocash i Spółek Przejmowanych na tych rynkach nie przekracza progu 20 %, nie można ich traktować jako rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym i dlatego też zostały one pominięte przy dalszej analizie.

Ad I-II)

W przypadku rynków wyszczególnionych w punktach I i II, uzyskany przez uczestników koncentracji udział nie przekracza progu 40 %, z którym ustawa o *ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Ponadto analiza tych rynków, przeprowadzona w oparciu o informacje przekazane przez Eurocash, jak i zebrane przez organ antymonopolowy od innych uczestników rynku wskazują, iż na wszystkich ww.

wspólnych rynkach lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niespecjalistycznych obok placówek należących do uczestników koncentracji funkcjonują hurtownie największych konkurentów uczestników koncentracji, np. Makro Cash&Carry Polska S.A., Selgros Sp. z o.o., Delta Sp.j., Oaza Sp. z o.o., Bać-Pol S.A., Bomi S.A. Struktura poszczególnych rynków oraz udziały rynkowe największych konkurentów uczestników niniejszej koncentracji dają podstawę do twierdzenia, że będą oni stanowili istotną konkurencję dla Eurocash.

Powyższe pozwala zatem na stwierdzenie, że na rynkach lokalnych, na których Eurocash i Spółki Przejmowane osiągają łącznie udziały rynkowe mieszczące się w przedziale od 20 % do 40 %, przedsiębiorcy ci spotykają się z konkurencją, która stanowi przeciwwagę ich pozycji rynkowej. W związku z tym w ocenie organu antymonopolowego brak jest podstaw do stwierdzenia, iż przedmiotowa koncentracja doprowadzi na ww. rynkach lokalnych do istotnego ograniczenia konkurencji.

Ad III)

W przypadku rynków wyszczególnionych w tym punkcie uzyskany przez uczestników koncentracji udział przekracza 40 % próg, z którym ustawa *o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej.

Poniżej przedstawiony został opis poszczególnych rynków, w których udział uczestników koncentracji przekracza 40 %. Jednocześnie należy zauważyć, iż przedstawione dane rynkowe zostały opracowane na podstawie badania rynkowego przeprowadzonego przez organ antymonopolowy w toku niniejszego postępowania i odzwierciedlają rzeczywiste dane rynkowe dla Eurocash i Spółek Przejmowanych oraz ich konkurentów. Badaniem objęto około 750 przedsiębiorców wskazanych przez Eurocash jako konkurentów. Ponadto Prezes Urzędu dysponował danymi dotyczącymi przychodów netto ze sprzedaży hurtowej produktów FMCG osiągniętych w 2010 r. przez największych przedsiębiorców działających na rynku, uzyskanych w toku postępowania wyjaśniającego (sygn. akt DKK1-401/3/10/KO).

### **Ryki**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Rykach przy ul. Fabrycznej 2*

Na rynku tym prowadzą działalność dwie hurtownie Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Rykach i Puławach, które posiadają ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa –**

**załącznik nr 1 – pkt 31]** % udziału w rynku lokalnym, oraz hurtownia Eurocash w Garwolinie, której udział wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 32]** %.

Łączne udziały uczestników koncentracji w tym rynku lokalnym wynoszą zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 33]** %.

Zgodnie z informacjami przedstawionymi przez Eurocash na rynku Ryk prowadzi działalność 30 konkurentów uczestników koncentracji. Z informacji uzyskanych przez organ antymonopolowy w toku badania ww. rynku wynika, iż 7 konkurentów wskazanych przez Eurocash prowadzi hurtownie z dominującym jednym asortymentem i specjalistyczne, 7 innych nie prowadzi działalności hurtowej, zaś 2 konkurentów wskazanych przez Eurocash nie udzieliło odpowiedzi na ankietę Prezesa Urzędu. Wobec powyższego analizy ww. rynku dokonano w oparciu o odpowiedzi uzyskane od 14 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni spożywczych i niewyspecjalizowanych. Jak wynika z zebranego materiału dowodowego największymi konkurentami Eurocash i Spółek Przejmowanych są:

- "Alaska" Przedsiębiorstwo Handlowe Barbara Orłowska z siedzibą w Łukowie – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 4]** %,
- "Fijałek" Sp.j. Przedsiębiorstwo Handlowe z siedzibą w Białej – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 5]** %,
- "Robu" PU-H Barbara Mączka z siedzibą w Woli Rębkowskiej – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 6]** %.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 7]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku, bowiem po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na tym rynku wskazuje, iż planowana koncentracja spowoduje istotne ograniczenie konkurencji na rynku lokalnym obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Rykach.

### **Gorzów Wielkopolski i Gorzów Wielkopolski II**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Gorzowie Wielkopolskim przy:*

*ul. Małorolnych – Cicha 1*

*ul. Bierzarina 43*

Na rynkach tych prowadzą działalność dwie hurtownie Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Gorzowie Wielkopolskim, które posiadają ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 34]** % udziału w każdym z ww. rynków lokalnych, oraz hurtownia Eurocash w Gorzowie Wielkopolskim, której udział wynosi w każdym z ww. rynków ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 35]** %.

Łączne udziały uczestników koncentracji w omawianych rynkach lokalnych wynoszą zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 36]** %.

Zgodnie z informacjami przedstawionymi przez Eurocash na rynkach Gorzowa Wielkopolskiego i Gorzowa Wielkopolskiego II prowadzi działalność po 37 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku Prezes Urzędu stwierdził, iż 12 z nich prowadzi hurtownie specjalistyczne lub z dominującym jednym asortymentem, 13 konkurentów wskazanych przez Eurocash nie prowadzi działalności hurtowej, jeden ze wskazanych konkurentów nie posiada hurtowni na obszarze obejmującym rynek lokalny Gorzowa Wielkopolskiego i Gorzowa Wielkopolskiego II, oraz jedna hurtownia należy do grupy kapitałowej Eurocash.

Wobec powyższego na ww. lokalnych rynkach obecnych jest po 10 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni spożywczych i niewyspecjalizowanych, przy czym udział największego, tj. Oaza Sp. z o.o. z siedzibą w Zielonej Górze wynoszą ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 8]** %. Ponadto, zgodnie z informacjami przedstawionymi przez zgłaszającego, na rynku obejmującym obszar Gorzowa Wielkopolskiego planowane jest otwarcie Punktu Makro Cash&Carry Polska S.A., którego szacunkowy udział będzie wynosił ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 9]** %<sup>11</sup>.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 10]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na ww. omawianych rynkach lokalnych. Już przed planowaną

---

<sup>11</sup> w przypadku nowootwieranych Punktów Makro Cash&Carry Polska S.A., jako podstawę wyliczeń organ antymonopolowy przyjął obrót, jaki uzyskał największy działający w Polsce 2010 r. Punkt Makro.

koncentracją Eurocash posiadał pozycję lidera, którą wzmocni po koncentracji. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji.

#### **Białystok, Białystok II, Białystok III, Białystok IV**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w:*

*Białymstoku przy ul. Handlowej 5*

*Białymstoku przy ul. Andersa 40*

*Białymstoku przy ul. Handlowej 2A*

*Białymstoku przy ul. Handlowej 2*

Na rynkach tych prowadzi działalność pięć hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanych w Białymstoku (4) i w Choroszcy (1), których łączny udział wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 37] %**, oraz hurtownia Eurocash w Białymstoku, z udziałem wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 38] %**.

Łączne udziały uczestników koncentracji w omawianych rynkach lokalnych wynoszą zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 39] %**.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, że na ww. rynkach prowadzi działalność 31 konkurentów uczestników koncentracji. W trakcie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 14 przedsiębiorców prowadzi działalność hurtową poprzez sprzedaż produktów w hurtowniach z dominującym jednym asortymentem lub specjalistycznych, 5 zaś ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie prowadzi działalności. Jeden z przedsiębiorców nie udzielił odpowiedzi na ankietę<sup>12</sup>. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, iż na ww. lokalnych rynkach obecnych jest 11 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych działających na rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni spożywczych i niewyspecjalizowanych, przy czym udziały największych z nich wynoszą odpowiednio:

- Makro Cash&Carry Polska S.A. – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 11] %**,
- Selgros Sp. z o.o. – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 12] %**.

---

<sup>12</sup> Prezes Urzędu uznał, iż uzyskane odpowiedzi są wystarczające do przeprowadzenia analizy rynków Białegostoku, Białegostoku II, Białegostoku III, Białegostoku IV i Choroszcy pod względem konkurencyjności



W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianych rynkach, gdyż sytuacja rynkowa nie ulegnie zasadniczej zmianie. Silna pozycja Spółek Przejmowanych przed koncentracją ulegnie jedynie niewielkiemu wzmocnieniu. Ponadto dotychczasowi konkurenci będą również posiadali istotny udział w omawianych rynkach. Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynkach lokalnych.

### **Choroszcz**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Choroszcy przy ul. Porosły 70*

Na rynku tym prowadzi działalność pięć hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanych w Białymstoku (4) i w Choroszcy (1), których łączny udział wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 40]** %, oraz hurtownia Eurocash w Białymstoku, z udziałem wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 41]** %.

Łączne udziały uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wynosi zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 42]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, że na ww. rynku prowadzi działalność 31 konkurentów uczestników koncentracji. W trakcie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 14 przedsiębiorców prowadzi działalność hurtową poprzez sprzedaż produktów w hurtowniach z dominującym jednym asortymentem lub specjalistycznych, 5 zaś ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie prowadzi działalności. Jeden z przedsiębiorców nie udzielił odpowiedzi na ankietę<sup>13</sup>. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, iż na ww. lokalnym rynku obecnych jest 11 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych działających na rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni spożywczych i niewyspecjalizowanych, przy czym udziały największych z nich wynoszą odpowiednio:

- Makro Cash&Carry Polska S.A. – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 13]** %,
- Selgros Sp. z o.o. – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 14]** %.

---

<sup>13</sup> Prezes Urzędu uznał, iż uzyskane odpowiedzi są wystarczające do przeprowadzenia analizy rynków Białegostoku, Białegostoku II, Białegostoku III, Białegostoku IV i Choroszcy pod względem konkurencyjności

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku, gdyż sytuacja rynkowa nie ulegnie zasadniczej zmianie. Silna pozycja Spółek Przejmowanych przed koncentracją ulegnie jedynie niewielkiemu wzmocnieniu. Ponadto dotychczasowi konkurenci będą również posiadali istotny udział w omawianym rynku. Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Płońsk**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Płońsku przy ul. Zajazd 4*

Na rynku tym prowadzi działalność pięć hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanych w Płońsku, Ciechanowie Płocku (ul. Kostrogaj 21 i ul. Kostrogaj 24<sup>14</sup>) i Błoniu (Kopytów 44H), których łączny udział wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 43]** % oraz cztery hurtownie Eurocash zlokalizowane w Błoniu, Ciechanowie, Płocku i Legionowie, których udział wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 44]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wynosi zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 45]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na rynku lokalnym obejmującym Płońsk prowadzi działalność 48 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 14 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie prowadzi działalności, 15 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem, jeden nie posiada hurtowni na omawianym rynku (4 przedsiębiorców nie udzieliło odpowiedzi na ankietę Prezesa Urzędu). Wobec powyższego analizy ww. rynku dokonano w oparciu o odpowiedzi uzyskane od 13 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych prowadzących działalność na rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni spożywczych i niewyspecjalizowanych, przy czym jedynym

---

<sup>14</sup> zgodnie z oświadczeniem Eurocash S.A. hurtownia zlokalizowana w Płocku przy ul. Kostrogaj 24 łączy sprzedaż realizowaną dotychczas przez hurtownie Tradis zlokalizowane w Płocku przy ul. Kostrogaj 19 i przy ul. Kostrogaj 24

znaczącym konkurentem jest Selgros Sp. z o.o. z udziałem wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 15]** %.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 16]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na ww. omawianym rynku lokalnym. Już przed planowaną koncentracją uczestnicy koncentracji byli liderami na tym rynku. Każdy z nich dysponował udziałem wynoszącym ponad **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 46]** %. Po koncentracji Eurocash wzmocni w istotny sposób swoją pozycję. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się zatem do istotnego ograniczenia konkurencji.

### **Koszalin**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Koszalinie przy ul. Szczecińskiej 36*

Na rynku tym prowadzi działalność hurtownia Spółek Przejmowanych zlokalizowana w Koszalinie, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 47]** %, oraz dwie hurtownie Eurocash zlokalizowane w Kołobrzegu i Koszalinie, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 48]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wynosi zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 49]** <sup>15</sup> %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku. Po zrealizowaniu zamiaru koncentracji Eurocash uzyska udział w rynku wynoszący ponad 40%. Jednakże dotychczasowi konkurenci będą również posiadali istotny udział w omawianym rynku (udział Makro Cash&Carry Polska S.A. w ww. rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 17]** %). Oznacza to, że po przejęciu przez Eurocash hurtowni należącej do Spółek Przejmowanych konkurencja na rynku zostanie zachowana. Wobec powyższego

---

<sup>15</sup> udziały w rynku obejmującym Koszalin zostały obliczone na podstawie przychodów ze sprzedaży osiągniętych jedynie przez największych konkurentów uczestników koncentracji, uzyskanych przez Prezesa Urzędu w toku postępowania wyjaśniającego. W rzeczywistości, po uwzględnieniu przychodów ze sprzedaży wszystkich działających na tym rynku konkurentów, mogą być znacznie niższe.

należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Brodnica**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Brodnicy przy ul. Sybiraków 7*

Na rynku tym prowadzi działalność hurtownia Spółek Przejmowanych zlokalizowana w Brodnicy, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 50]** %, oraz trzy hurtownie Eurocash zlokalizowane w Brodnicy, Iławie oraz Grudziądzu, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 51]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wynosi zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 52]** %.

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku obecnych jest 27 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie badania rynku przeprowadzonego przez Prezesa Urzędu ustalono, iż 10 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie prowadzi działalności, 5 prowadzi działalność za pośrednictwem hurtowni specjalistycznych i z dominującym jednym asortymentem. Jeden z badanych przedsiębiorców nie udzielił odpowiedzi na ankietę Prezesa Urzędu. W toku badania rynku okazało się również, że jeden z konkurentów posiada nie jedną lecz dwie hurtownie zlokalizowane na rynku obejmującym Brodnicę. Na ww. lokalnym rynku obecnych jest zatem 11 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni spożywczych i niewyspecjalizowanych, przy czym udziały największych z nich wynoszą odpowiednio:

- "Hebo" Wajda Mateusz, Brodnica – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 18]** %,
- "Rela" Sp. z o.o. Przedsiębiorstwo Wielobranżowe, Rypin – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 19]** %,
- "Ola" Firma Handlowa Grażyna Migoń, Żuromin – ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 20]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. Konkurenci będą dysponowali znacznie mniejszą siłą rynkową. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje zatem, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku lokalnym obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Brodnicy.

### **Włocławek**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej we Włocławku przy ul. Komunalnej 6*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność cztery hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane we Włocławku, Płocku (ul. Kostrogaj 21 i ul. Kostrogaj 24) i Kutnie, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 53]** %, oraz dwie hurtownie Eurocash zlokalizowane we Włocławku i Płocku, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 54]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wynosi zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 55]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na rynku lokalnym obejmującym Włocławek prowadzi działalność 49 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 17 z nich nie prowadzi działalności, zaś 19 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Na ww. lokalnym rynku prowadzi zatem działalność 13 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych. Ponadto planowane jest otwarcie Punktu Makro Cash&Carry Polska S.A. zlokalizowanego we Włocławku. Głównymi konkurentami uczestników koncentracji na lokalnym rynku obejmującym obszar Włocławka jest Dick 2000 z siedzibą we Włocławku, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 21]** %, oraz Polpor Sp. z o.o. z siedzibą w Białej z udziałem w rynku wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 22]** %. Szacunkowy udział Punktu Makro Cash&Carry Polska S.A. wynosić będzie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 23]** %.

Udziały żadnego z pozostałych konkurentów nie przekraczają **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 24] %**.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku lokalnym obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej we Włocławku.

### **Bilgoraj**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Brodnicy przy ul. Okulickiego 2*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność trzy hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Bilgoraju, Zamościu i Stalowej Woli, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 56] %**, oraz hurtownia Eurocash zlokalizowana w Zamościu, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 57] %**.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wynosi zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 58] %**.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 33 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 12 z nich nie prowadzi działalności, natomiast 8 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Ponadto z informacji uzyskanych od ankietowanych przedsiębiorców wynika, iż jeden z konkurentów posiada dwie hurtownie na rynku lokalnym obejmującym Bilgoraj. Analizy rynku dokonano zatem w oparciu o odpowiedzi uzyskane od 13 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych, przy czym uczestnicy koncentracji konkurują głównie z: "Man" Hurtownia Wiesław Czuba Józef Gęśla Sp.j. z siedzibą w Stalowej Woli, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 25] %**, oraz Walicki Ryszard Sp.j. Hurtownia Artykułów Spożywczych z siedzibą w Zarzeczcu z udziałem wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 26] %**.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 27]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku lokalnym obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Biłgoraju.

### **Chelm**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Chełmie przy ul. Okszowska 41*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność dwie hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Chełmie i Zamościu, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 59]** %, oraz hurtownia Eurocash zlokalizowana w Chełmie, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 60]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wynosi zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 61]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 19 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku Prezes Urzędu ustalił, iż 7 z nich nie prowadzi działalności, natomiast 5 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Organ antymonopolowy dokonał zatem analizy rynku obejmującego obszar Chełma w oparciu o 7 odpowiedzi uzyskanych od konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych, z których wynika, iż uczestnicy koncentracji konkurują głównie z "Mars Dystrybucja" Sp. z o.o. z siedzibą w Zamościu, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 28]** %.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 29]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Zamość**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Zamościu przy ul. Przemysłowej 8B*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność trzy hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Zamościu, Chełmie i Biłgoraju, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 62]** %, oraz dwie hurtownie Eurocash zlokalizowane w Zamościu i Chełmie, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 63]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wynosi zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 64]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 28 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 7 z nich nie prowadzi działalności, natomiast 9 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Na ww. lokalnym rynku prowadzi zatem działalność 12 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych, przy czym uczestnicy koncentracji konkurują głównie z "Mars Dystrybucja" Sp. z o.o. z siedzibą w Zamościu, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 30]** %, oraz PPHU Specjał Sp. z o.o. z siedzibą w Rzeszowie, z udziałem w rynku wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 31]** %.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 32]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu



konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Kutno**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Kutnie przy ul. Zielarskiej 6*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność cztery hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Płocku (ul. Kostrogaj 21 i ul. Kostrogaj 24), Kutnie i we Włocławku, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 65]** %, oraz cztery hurtownie Eurocash zlokalizowane w Kutnie, Łowiczu, Włocławku i Płocku, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 66]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wyniesie zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 67]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 75 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 30 z nich nie prowadzi działalności, natomiast 22 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Trzech wskazanych przez wnioskodawcę konkurentów nie udzieliło odpowiedzi na pismo Prezesa Urzędu. Analizy ww. rynku lokalnego dokonano zatem w oparciu o odpowiedzi uzyskane od 20 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych prowadzących działalność na rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni spożywczych i niewyspecjalizowanych. Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił, iż na rynku tym w najbliższym czasie rozpocznie działalność Punkt Makro Cash&Carry Polska S.A. Z zebranych informacji wynika, iż głównym konkurentem uczestników koncentracji na rynku obejmującym obszar Kutna jest Dick 2000 z siedzibą we Włocławku, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 33]** %, oraz "Polpor" Sp. z o.o. z siedzibą w Białej, z udziałem w rynku wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 34]** %.

Udziały żadnego z pozostałych konkurentów nie przekraczają **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 35]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Ciechanów**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Ciechanowie przy ul. Sienkiewicza 85*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność dwie hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Ciechanowie i Płońsku, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 68]** %, oraz dwie hurtownie Eurocash zlokalizowane w Ciechanowie i Mławie, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 69]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wyniesie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 70]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 29 konkurentów uczestników koncentracji. Natomiast na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 7 z nich nie prowadzi działalności, natomiast 7 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Jeden ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie udzielił odpowiedzi na pismo Prezesa Urzędu. Analizy rynku obejmującego obszar Ciechanowa dokonano zatem w oparciu o odpowiedzi uzyskane od 14 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych, z których wynika, iż najwięksi konkurenci uczestników koncentracji na tym rynku to: Duet Sp. z o.o. z siedzibą w Mławie, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 36]** %, oraz Ola Firma Handlowa Grażyna Migoń z siedzibą w Żurominie, z udziałem w rynku wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 37]** %.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 38]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Płock, Płock II**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w:*

*Płocku przy ul. Kostrogaj 21*

*Płocku przy ul. Kostrogaj 24*

Na każdym z ww. rynków lokalnych prowadzi działalność pięć hurtowni należących do Spółek Przejmowanych zlokalizowanych w Płocku (ul. Kostrogaj 21 i ul. Kostrogaj 24), Płońsku, Włocławku oraz Kutnie, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 71]** %, oraz trzy hurtownie Eurocash zlokalizowane w Płocku, Kutnie i Włocławku, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 72]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianych rynkach lokalnych wyniesie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 73]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynkach lokalnych prowadzi działalność po 48 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku Prezes Urzędu ustalił, iż 11 z nich nie prowadzi działalności, natomiast 21 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży produktów poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Dwóch spośród ankietowanych przedsiębiorców nie udzieliło odpowiedzi. Zatem analizy ww. rynków lokalnych dokonano w oparciu o 14 odpowiedzi uzyskanych od konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni spożywczych i niewyspecjalizowanych. Ponadto na rynku tym rozpocznie działalność Punkt Makro Cash&Carry Polska S.A. zlokalizowany we Włocławku. Głównymi konkurentami Eurocash i Spółek Przejmowanych na rynkach obejmujących obszar Płocka i Płocka II stanowią: Dick 2000 z siedzibą we Włocławku, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 39]** % oraz Polpor Sp. z o.o. z siedzibą w Białej, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 40]** %.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 41] %**.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Rzekuń**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Rzekuniu przy ul. Ławy 81C*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność dwie hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Rzekuniu i Łomży, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 74] %**, oraz dwie hurtownie Eurocash zlokalizowane w Ostrołęce i Łomży, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 75] %**.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wyniesie zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 76] %**.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 32 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 7 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie prowadzi działalności, natomiast 13 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Jeden z ankietowanych przedsiębiorców nie udzielił odpowiedzi na pismo Prezesa Urzędu. Analizę ww. rynku lokalnego dokonano zatem w oparciu o odpowiedzi uzyskane od 11 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni spożywczych i niewyspecjalizowanych, z których wynika, że uczestnicy koncentracji konkurują głównie z Wiomar Sp. z o.o. z siedzibą w Łomży, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 42] %**, oraz SPS Handel S.A z siedzibą w Ostrołęce, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 43] %**.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 44]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Biała Podlaska**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Białej Podlaskiej przy ul. Północnej 6*

Na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność jedna hurtownia należąca do Spółek Przejmowanych zlokalizowana w Białej Podlaskiej, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 77]** % oraz jedna hurtownia Eurocash zlokalizowana w Białej Podlaskiej, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 78]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wyniesie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 79]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 19 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 6 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie prowadzi działalności, natomiast 2 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Dwóch z ankietowanych przedsiębiorców nie udzieliło odpowiedzi. Na ww. rynku lokalnym prowadzi zatem działalność 9 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych, przy czym uczestnicy koncentracji konkurują głównie z Wysokiński Sp. z o.o. z siedzibą w Międzyrzecu Podlaskim, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 45]** %, Fijałek Sp.j. Przedsiębiorstwo Handlowe z siedzibą w Białej, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 46]** %, oraz Piskorski Piotr Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe Hurtownia Artykułów Spożywczych z siedzibą w Parczewie, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 47]** %.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów prowadzących działalność na omawianym rynku nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 48]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Stalowa Wola**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Stalowej Woli przy ul. Przemysłowej 15*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność trzy hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Stalowej Woli, Biłgoraju i Kraśniku, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 80]** %, oraz jedna hurtownia Eurocash zlokalizowana w Tarnobrzegu, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 81]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wyniesie zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 82]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 42 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 16 z nich nie prowadzi działalności, natomiast 10 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Ponadto 1 z badanych konkurentów posiada hurtownię zlokalizowaną na rynku lokalnym obejmującym Stalową Wolę nie wskazaną przez Eurocash. Zgodnie z informacjami uzyskanymi od Eurocash na rynku tym rozpocznie działalność Punkt Makro zlokalizowany w Sandomierzu. Analiza rynku obejmującego obszar Stalowej Woli dokonano zatem na podstawie odpowiedzi udzielonych przez 16 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych, z których wynika, iż największym z nich jest Man Hurtownia Wiesław Czuba Józef Gaśła Sp.j. z siedzibą w Stalowej Woli, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 21 – pkt 49]** %, oraz Walicki Ryszard Sp. j. z siedzibą w Zarzeczu, której udział wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 50]** %. Szacunkowy udział Punktu Makro

Cash&Carry Polska S.A. w ocenie Prezesa Urzędu wyniesie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 51] %**.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 52] %**.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Łomża**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Łomży przy ul. Poznańskiej 36*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność dwie hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Łomży i Rzekuniu, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 83] %**, oraz dwie hurtownie Eurocash zlokalizowane w Łomży i Ostrołęce, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 84] %**.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wyniesie ponad **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 85] %**.

Zgodnie z informacją przekazaną przez Eurocash na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 29 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 4 z nich nie prowadzi działalności, natomiast 13 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Analizy ww. rynku lokalnego dokonano zatem w oparciu o odpowiedzi uzyskane od 12 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, iż głównym konkurentem uczestników koncentracji na rynku obejmującym obszar Łomży jest Wiomar Sp. z o.o. z siedzibą w Łomży, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 21 – pkt 53] %**, Agra Sp.j. z siedzibą w Zambrowie, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 54] %** oraz SPS Handel S.A. z siedzibą w Ostrołęce z udziałem wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 55] %**.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 56]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Suwałki**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Suwałkach przy ul. Szkolnej 4*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność dwie hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Suwałkach i Ełku, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 86]** %, oraz dwie hurtownie Eurocash zlokalizowane w Ełku i Suwałkach, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 87]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wyniesie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 88]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 23 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania Prezes Urzędu ustalił, iż 7 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie prowadzi działalności, zaś 5 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Ponadto badanie przeprowadzone przez Prezesa Urzędu wykazało, iż na rynku tym prowadzi dodatkowo działalność konkurent nie wskazany przez Eurocash. Analizy ww. rynku dokonano zatem w oparciu o 12 odpowiedzi uzyskanych od konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych. Głównymi konkurentami uczestników koncentracji na rynku lokalnym obejmującym Suwałki są Mona Kontra z siedzibą w Suwałkach, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 57]** % oraz Sezam Sp.j. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe z siedzibą w Augustowie z udziałem w rynku wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 58]** %.



Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 59]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Ostrowiec Świętokrzyski**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Ostrowcu Świętokrzyskim przy ul. Kilińskiego 30A*

Na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność jedna hurtownia należąca do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Ostrowcu Świętokrzyskim, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 89]** %, oraz trzy hurtownie Eurocash zlokalizowane w Ostrowcu Świętokrzyskim, Tarnobrzegu i Skarżysku Kamiennej, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 90]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wyniesie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 91]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 38 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 12 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie prowadzi działalności, natomiast 11 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Jeden z ankietowanych przedsiębiorców nie udzielił odpowiedzi. Na rynku tym zamierza również rozpocząć działalność Punkt Makro Cash&Carry Polska S.A. zlokalizowany w Sandomierzu. Na ankietę Prezesa Urzędu odpowiedzi udzieliło zatem 14 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych, przy czym uczestnicy koncentracji konkurują głównie z Bać-Pol S.A. z siedzibą w Rzeszowie, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 60]** %, oraz Zatorscy A. i G. Hurtownia Artykułów Spożywczych z siedzibą w Starachowicach, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 61]** %. Szacunkowy udział Punktu

Makro Cash&Carry Polska S.A. w ocenie Prezesa Urzędu wyniesie ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 62]** %.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 63]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na ww. omawianym rynku lokalnym. Już przed planowaną koncentracją Eurocash posiada pozycję lidera z udziałem wynoszącym ponad 40 %. Po koncentracji Eurocash wzmocni jeszcze swoją pozycję. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni zlokalizowanej w Ostrowcu Świętokrzyskim.

#### **Elk**

*dla obszaru położonego w promieniu do 50 km od hurtowni Tradis zlokalizowanej w Elku przy ul. Tęczowej 7*

Na ww. rynku lokalnym prowadzą działalność dwie hurtownie należące do Spółek Przejmowanych zlokalizowane w Elku i Suwałkach, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 92]** %, oraz dwie hurtownie Eurocash zlokalizowane w Elku i Suwałkach, których łączny udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 93]** %.

Łączny udział uczestników koncentracji w omawianym rynku lokalnym wyniesie zatem ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 94]** %.

Z informacji przekazanych przez Eurocash wynika, iż na ww. rynku lokalnym prowadzi działalność 31 konkurentów uczestników koncentracji. Na podstawie przeprowadzonego badania rynku organ antymonopolowy ustalił, iż 9 ze wskazanych przez Eurocash konkurentów nie prowadzi działalności, zaś 7 prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poprzez hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem. Ponadto badanie przeprowadzone przez Prezesa Urzędu wykazało, iż na rynku tym prowadzi dodatkowo działalność konkurent nie wskazany przez Eurocash. Analizy ww. rynku lokalnego dokonano w oparciu o odpowiedzi uzyskane od 16 konkurentów Eurocash i Spółek Przejmowanych, przy czym uczestnicy koncentracji konkurują głównie z Mona

Kontra Sp. z o.o. z siedzibą w Suwałkach, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 64]** %, Sezam Sp.j. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe z siedzibą w Augustowie z udziałem w rynku wynoszącym ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 65]** % oraz Jwa Hurtownia Spożywcza Józef Kuczewski z siedzibą w Ełku, której udział w rynku wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 66]** %.

Udział żadnego z pozostałych konkurentów nie przekracza **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 2 – pkt 67]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku. Po koncentracji Eurocash uzyska pozycję z udziałem wynoszącym powyżej 40 %. W ocenie organu antymonopolowego analiza stanu konkurencji na ww. rynku wskazuje, iż planowana koncentracja przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na ww. rynku lokalnym.

## **2 rynki lokalne detalicznej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem sklepów tradycyjnych zlokalizowane w Józefowie i Rytrze**

### **Józefów**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółek Przejmowanych oraz jeden sklep franczyzowy Eurocash, a udział uczestników koncentracji wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 95]** %.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, gdyż Eurocash będzie spotykał się z konkurencją ze strony funkcjonującego na tym rynku sklepu Żabka (ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 96]** % udziału w rynku), sklepu Aro (ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 97]** % udziału w rynku) oraz Mini-Max (ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 98]** % udziału w rynku). Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

## **Rytro**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy Spółka Przejmowanych oraz jeden sklep franczyzowy Eurocash, a udział uczestników koncentracji wynosi ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 99] %**.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, gdyż Eurocash będzie spotykał się z konkurencją ze strony funkcjonującego na tym rynku sklepu GS SCH Głębokie (ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 100] %** udziału w rynku) oraz sklepu FHU Beskid (ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 101] %** udziału w rynku). Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **b) przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym na lokalne rynki hurtowej sprzedaży produktów FMCG realizowanej za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych**

Uczestnicy koncentracji działając w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG są również obecni po stronie popytowej tego rynku, zaopatrując sklepy prowadzące działalność w zakresie sprzedaży detalicznej powiązane z nimi umowami franczyzowymi lub partnerskimi, jak też sklepy własne. Wpływ koncentracji na relacje wertykalne jakie istnieją w tym zakresie należy zatem odnieść po pierwsze w stosunku do konkurentów uczestników koncentracji prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG (czy realizacja koncentracji nie wpłynie w istotny sposób na ograniczenie sprzedaży w ich hurtowniach), a po drugie również w stosunku do przedsiębiorców prowadzących działalność detaliczną, zaopatrujących się u hurtowników sprzedających produkty FMCG (czy realizacja koncentracji nie wpłynie w istotny sposób na ograniczenie możliwości wyboru dostawcy przez te podmioty).

Zdaniem organu antymonopolowego relacje wertykalne jakie istnieją pomiędzy uczestnikami koncentracji nie wpłyną w istotny sposób na pozycję konkurentów uczestników koncentracji prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży produktów FMCG. Wynika to z faktu, iż sklepy działające w ramach sieci franczyzowej oraz partnerskiej zarządzanych przez uczestników koncentracji oraz sklepy będące ich własnością już w tej

chwili są zaopatrywane w większości przez uczestników koncentracji. Realizacja koncentracji nie zmieni zatem sytuacji w tym zakresie.

Oceniając natomiast czy realizacja niniejszej koncentracji wpłynie w istotny sposób na ograniczenie możliwości wyboru dostawcy (tj. hurtowni sprzedających produkty FMCG) przez przedsiębiorców prowadzących działalność detaliczną należy wskazać, iż ewentualne problemy w tym zakresie mogą wystąpić jedynie na rynkach wspólnych dla uczestników koncentracji szczegółowo opisanych w części dotyczącej rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG i rynku detalicznej sprzedaży produktów FMCG niniejszej decyzji. Ocena tych powiązań będzie zatem zbieżna z oceną koncentracji wynikającą z powiązań horyzontalnych i nie wymaga, o cenie Prezesa Urzędu, głębszej analizy w tym miejscu.

**c) przedmiotowa koncentracja nie wywiera wpływu w układzie konglomeratowym na żaden z rynków właściwych:**

W niniejszej sprawie nie zidentyfikowano rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym.

**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.

Jak wynika z przedstawionej powyżej analizy rynków, przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na 48 lokalnych rynków hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, przy czym na rynku:

1. Ryk,
2. Gorzowa Wielkopolskiego,
3. Gorzowa Wielkopolskiego II,
4. Płońsk,
5. Brodnicy,
6. Włocławka,
7. Biłgoraja,
8. Chełma,
9. Zamościa,
10. Kutna,
11. Ciechanowa,
12. Płocka (ul. Kostrogaj 21),
13. Płocka II (ul. Kostrogaj 24),
14. Rzekunia,
15. Białej Podlaskiej,
16. Stalowej Woli,
17. Łomży,
18. Suwałk,
19. Ostrowca Świętokrzyskiego oraz
20. Ełku,

uczestnicy koncentracji osiągną udziały rynkowe przekraczające poziom 40 %, z którym ustawa o *ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej (art. 4 pkt 10 ustawy). Jednocześnie struktura tych rynków i udziały konkurentów uczestników koncentracji nie stanowiące przeciwwagi wobec pozycji rynkowej, jaką uzyska Eurocash po przejęciu kontroli nad Spółkami Przejmowanymi wskazują, iż realizacja tej transakcji doprowadzi do znaczącego wzrostu koncentracji rynkowej, a jej uczestnicy uzyskają znaczną przewagę nad pozostałymi przedsiębiorcami działającymi na tych rynkach.

W szczególności należy podkreślić, że na problematycznych rynkach lokalnych, głównym konkurentem hurtowni Eurocash o podobnym potencjale są w większości przypadków tylko hurtownie należące do Spółek Przejmowanych. Pozostałe hurtownie działające na tych rynkach to niewielkie podmioty prowadzące działalność przede wszystkim lokalnie, posiadające małą siłę zakupową (w porównaniu do łączących się podmiotów), a co za tym idzie wywierające już obecnie nieznaczną presję konkurencyjną na hurtownie Eurocash i Spółek Przejmowanych. Na ww. rynkach w wyniku realizacji koncentracji dojdzie zatem do istotnego ograniczenia konkurencji, a odbiorcom na tych obszarach ograniczona zostanie możliwość wyboru dostawcy.

Oceniając przedmiotową koncentrację Prezes Urzędu uznał również, iż na pozostałych rynkach właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji, w szczególności poprzez powstanie bądź umocnienie pozycji dominującej Eurocash. Uzasadniając powyższe należy wskazać, iż w większości z tych rynków łączny udział uczestników koncentracji nie przekracza progu 40 % z którym ustawa o *ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej (są to rynki: Głogowa, Wrocławia, Wrocławia II, Lublina, Lublina II, Starogardu Gdańskiego, Opola, Gdańska, Kraśnika, Puław, Wielunia, Nowego Sącza, Tarnowa, Radomia, Siedlec, Rzeszowa, Pucka, Kielc, Stargardu Szczecińskiego i Częstochowy) lub wzrost udziałów, jaki nastąpi w wyniku koncentracji będzie nieistotny (Białystok, Białystok II, Białystok III, Białystok IV i Choroszcz). Ponadto na rynkach tych obok hurtowni należących do uczestników koncentracji funkcjonują inne silne hurtownie sieciowe, w szczególności należące do: Makro Cash&Carry Polska S.A., Selgros Sp. z o.o., Bać-Pol S.A., BOMI S.A., PPHU Specjał Sp. z o.o.

Wskazać także należy, iż w rozpatrywanej sprawie istnienie powiązań wertykalnych pomiędzy uczestnikami koncentracji nie wpływa na możliwość stwierdzenia, iż relacje te doprowadzą do istotnego ograniczenia konkurencji. Sklepy działające w ramach sieci

franczyzowej oraz partnerskiej zarządzanych przez uczestników koncentracji oraz sklepy będące ich własnością już w tej chwili są bowiem zaopatrywane w większości przez uczestników koncentracji. Realizacja koncentracji nie wpłynie zatem w istotny sposób na ograniczenie sprzedaży w hurtowniach należących do konkurentów uczestników koncentracji. Ewentualne problemy dotyczące ograniczenia możliwości wyboru dostawcy (tj. hurtowni sprzedających produkty FMCG) przez przedsiębiorców prowadzących działalność detaliczną mogą natomiast wystąpić jedynie na rynkach wspólnych, ocenionych w zakresie powiązań horyzontalnych.

W przedmiotowej sprawie nie zidentyfikowano rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym.

W świetle powyższych ustaleń, organ antymonopolowy uznał, iż przedmiotowa koncentracja nie spełnia przesłanek określonych w art. 18 ustawy *o ochronie konkurencji*, bowiem planowana transakcja doprowadziłaby do istotnego ograniczenia konkurencji na 20 wskazanych powyżej rynkach lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych. Tym samym w ocenie organu antymonopolowego nie jest możliwe wydanie decyzji zezwalającej na dokonanie tej koncentracji w oparciu o powyższy przepis.

W tej sytuacji organ antymonopolowy rozważył zastosowanie w odniesieniu do przedmiotowej koncentracji art. 19 ustawy *o ochronie konkurencji*. Stosownie do treści tego artykułu Prezes Urzędu wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, gdy – po spełnieniu przez przedsiębiorców zamierzających dokonać koncentracji określonych warunków - koncentracja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku. Prezes Urzędu może na przedsiębiorców zamierzających dokonać koncentracji nałożyć obowiązek lub przyjąć ich zobowiązanie, w szczególności do:

- 1) zbycia całości lub części majątku jednego lub kilku przedsiębiorców,
  - 2) wyzbycia się kontroli nad określonym przedsiębiorcą lub przedsiębiorcami, w szczególności przez zbycie określonego pakietu akcji lub udziałów, lub odwołania z funkcji członka organu zarządzającego lub kontrolnego jednego lub kilku przedsiębiorców,
  - 3) udzielenia licencji praw wyłącznych konkurentowi,
- określając w drodze decyzji termin spełnienia tych warunków.



Warunki, które mogą być nałożone na przedsiębiorcę lub przedsiębiorców w decyzji wyrażającej zgodę na dokonanie koncentracji, nie są w treści omawianego artykułu wymienione w sposób wyczerpujący; wskazane w tym przepisie warunki są jedynie przykładowe, co oznacza, że stosownie do okoliczności mogą one przyjmować różną treść<sup>16</sup>. W każdym jednak przypadku realizacja ich powinna doprowadzić do stanu, w którym koncentracja nie będzie źródłem istotnego ograniczenia konkurencji na rynku.

Nakładane zobowiązania powinny być realne, tj. możliwe do efektywnego wdrożenia w relatywnie krótkim okresie. Przy określaniu tych warunków (zwłaszcza ich doboru oraz zakresu), organ antymonopolowy powinien także działać w oparciu o zasadę proporcjonalności<sup>17</sup>.

Wskazane wyżej czynności służą przede wszystkim zredukowaniu siły rynkowej przedsiębiorców objętych koncentracją i przez to utrzymaniu (względnie przywróceniu) efektywnej konkurencji, która byłaby zakłócona w wyniku koncentracji (dokonanej bez wprowadzenia i wykonania warunków modyfikujących)<sup>18</sup>.

Wobec powyższego organ antymonopolowy uznał, iż negatywnym skutkiem planowanej koncentracji na rynkach lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych obejmujących obszar :

1. Ryk,
2. Gorzowa Wielkopolskiego,
3. Gorzowa Wielkopolskiego II,
4. Płońsk,
5. Brodnicy,
6. Włocławka,
7. Biłgoraja,
8. Chełm,
9. Zamość,
10. Kutna,
11. Ciechanowa,
12. Płocka (ul. Kostrogaj 21),

---

<sup>16</sup> E. Modzelewska - Wąchał, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa 2002 r., s. 16

<sup>17</sup> K. Kohutek, M. Sieradzka, Komentarz do art.19 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U.07.50.331), [w:] K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, LEX, 2008.

<sup>18</sup> *ibidem*

13. Płocka II (ul. Kostrogaj 24),
14. Rzekunia,
15. Białej Podlaskiej,
16. Stalowej Woli,
17. Łomży,
18. Suwałk,
19. Ostrowca Świętokrzyskiego oraz
20. Ełku,

można zapobiec poprzez zobowiązanie Eurocash do realizacji działań mających na celu zniwelowanie antykonkurencyjnych skutków transakcji na tych rynkach. Taki cel może być zrealizowany poprzez trwałe i nieodwracalne wyzbycie się przez wnioskodawcę wszelkich praw, w tym prawa własności, prawa użytkowania wieczystego, prawa najmu, do określonych hurtowni. Skutkiem powyższych działań będzie osłabienie siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na ww. rynkach lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

Wobec powyższego pismem z dnia 20 września 2011 r. Prezes Urzędu przedstawił Eurocash propozycję warunku. Organ antymonopolowy uzależnił wydanie zgody na dokonanie koncentracji od trwałego i nieodwracalnego wyzbycia się przez Eurocash wszelkich praw, w tym prawa własności, prawa użytkowania wieczystego, prawa najmu, do następujących hurtowni:

1. Eurocash zlokalizowanej w Garwolinie przy ul. Trakt Lwowski 155,
2. Tradis zlokalizowanej w Gorzowie Wlkp. przy ul. Bierzarina 43,
3. Tradis zlokalizowanej w Płońsku przy ul. Zajazd 4,
4. Tradis zlokalizowanej w Kopytowie 44H (Błonie),
5. Eurocash zlokalizowanej w Brodnicy przy ul. Długiej 1A,
6. Eurocash zlokalizowanej w Iławie przy ul. Platynowej 1,
7. Tradis zlokalizowanej we Włocławku przy ul. Komunalnej 6,
8. Eurocash zlokalizowanej w Płocku przy ul. Targowej 20A,
9. Eurocash zlokalizowanej w Zamościu przy ul. Szczepreskiej 73,
10. Eurocash zlokalizowanej w Chełmie przy ul. Rampy Brzeskiej 5A,
11. Eurocash zlokalizowanej w Ciechanowie przy ul. Tysiąclecia 5A,
12. Eurocash zlokalizowanej w Ostrołęce przy ul. Przemysłowej 32 (Ławy),

13. Eurocash zlokalizowanej w Łomży przy ul. Ciepłej 17,
14. Eurocash zlokalizowanej w Białej Podlaskiej przy ul. Sidorskiej 102,
15. Eurocash zlokalizowanej w Tarnobrzegu przy ul. Skłodowskiej Curie 5,
16. Eurocash zlokalizowanej w Ełku przy ul. Tęczowej 7,
17. Eurocash zlokalizowanej w Suwałkach przy ul. Szkolnej 8A,

w terminie 9 miesięcy od dnia zrealizowania niniejszej transakcji. Prezes Urzędu wskazał także, iż wyzbycie się powyższych praw może nastąpić wyłącznie na rzecz niezależnego inwestora (inwestorów) nie należącego do grupy kapitałowej, w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o *ochronie konkurencji*, do której należy Eurocash i nie współkontrolowanego przez żaden podmiot lub podmioty z tej grupy. Ponadto inwestor (inwestorzy), przed nabyciem praw do ww. hurtowni, powinien zostać zaakceptowany przez Prezesa Urzędu. Prezes Urzędu poinformował, iż może odmówić akceptacji - w terminie 21 dni od przedstawienia mu informacji na temat ww. inwestora - jeżeli inwestor ten nie będzie dawał gwarancji prowadzenia, w oparciu o ww. hurtownię, działalności handlowej zgodnej z dotychczasową. Brak zajęcia stanowiska przez Prezesa Urzędu w powyżej wskazanym terminie będzie równoznaczny z akceptacją przedstawionego inwestora.

Ponadto na podstawie art. 19 ust. 3 ustawy o *ochronie konkurencji* Eurocash został zobowiązany do złożenia Prezesowi Urzędu informacji o realizacji powyższego warunku w terminie 30 dni od jego realizacji.

Realizacja powyższego warunku w ocenie Prezesa Urzędu sprawi, iż udział Eurocash po dokonaniu transakcji spadnie na każdym z ww. rynków lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych poniżej poziomu, z którym ustawa o *ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej albo do poziomu, którym dysponował jeden z uczestników koncentracji przed jej dokonaniem.

Po analizie zaprezentowanych przez Eurocash w pismach z dnia 27 i 30 września 2011 r. dodatkowych informacji i argumentów dotyczących problemów, jakie mogą pojawić się ze sprzedażą aktywów określonych w propozycji warunku z dnia 20 września 2011 r., w tym kwestii związanych z koniecznością badania stanu prawnego nieruchomości, na których znajdują się hurtownie Spółek Przejmowanych, okresem koniecznym dla prowadzenia negocjacji oraz ryzykiem jakie wiąże się z koniecznością wyzbycia się praw do hurtowni po

cenie nieodpowiadającej ich wartości rynkowej, Prezes Urzędu postanowił przedłużyć termin na realizację warunku do 12 miesięcy. Ponadto w przypadku istnienia po stronie inwestora obowiązku zgłoszenia Prezesowi Urzędu zamiaru nabycia praw do hurtowni objętych warunkiem do tego terminu nie będzie zaliczało się czasu trwania postępowania antymonopolowego w sprawie koncentracji. Taka zmiana, zdaniem Prezesa Urzędu, spowoduje, iż na termin wyznaczony dla Eurocash na realizację zobowiązań nie będzie miała wpływu długość ewentualnego postępowania w sprawie koncentracji, a tym samym termin ten pozostanie całkowicie do dyspozycji Eurocash. Jednocześnie, w związku z udzieleniem dłuższego czasu na realizację warunku, organ antymonopolowy uznał za celowe, aby Eurocash została zobowiązana do przedstawiania co 3 miesiące informacji dotyczących jego wykonywania. Pozwoli to na bieżąco monitorować postępy i ocenić zagrożenia związane z terminową realizacją warunku.

W ocenie organu antymonopolowego pozostałe propozycje zawarte w piśmie Eurocash z dnia 27 i 30 września 2011 r. dotyczące modyfikacji przedstawionego przez Prezesa Urzędu, pismem z dnia 20 września 2011 r., warunku, a w szczególności w zakresie definicji rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG, oceny konkurencji oraz celowości połączenia niektórych rynków lokalnych w jeden rynek w przypadku nakładania się obszarów takich rynków nie zasługiwały na uwzględnienie.

I tak odnosząc się do kwestii definicji rynku w aspekcie geograficznym Prezes Urzędu nie podzielił stanowiska Eurocash, iż rynek hurtowej sprzedaży produktów FMCG ma wymiar krajowy. Analiza zebranego w sprawie materiału dowodowego jednoznacznie wskazuje, iż rynek ten ma charakter lokalny i obejmuje swoim zasięgiem obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych. Przemawia za tym przede wszystkim fakt, iż większość przychodów hurtowni należących do uczestników koncentracji osiągnięta jest na takim obszarze. Ponadto w ocenie Prezesa Urzędu krajowa skala działania przedsiębiorców nie musi świadczyć i w tym przypadku nie świadczy o istnieniu rynku krajowego. Co prawda Eurocash i Spółki Przejmowane posiadają hurtownie zlokalizowane w całej Polsce, jednakże działalność w zakresie sprzedaży prowadzą poszczególne hurtownie, których zasięg oddziaływania w zależności od formatu sprzedaży (cash&carry, serwis) jest różny. Klientami hurtowni produktów FMCG są głównie sklepy detaliczne. Ich właściciele mogą teoretycznie dokonywać zakupów na terenie całego kraju, jednakże z uwagi na koszty i czas transportu oraz rozwiniętą sieć hurtowni zaopatrują się na rynku lokalnym. O lokalnym charakterze rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG świadczą również informacje

przedstawione w piśmie Eurocash z dnia 27 września 2011 r. - zgodnie z którymi np. sprzedaż hurtowni Eurocash w Ciechanowie w odległości do 20 km wynosi aż **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 102]** %, hurtownia Tradis w Ostrowcu Świętokrzyskim realizuje **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 103]** % swojej sprzedaży w odległości do 20 km, sprzedaż hurtowni Eurocash w Tarnobrzegu do 20 km wynosi **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 104]** %, hurtownia Tradis w Rykach realizuje **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 105]** % swojej sprzedaży w odległości do 20 km od hurtowni, a hurtownia Eurocash w Garwolinie do 20 km **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 106]** % sprzedaży. Powyższe dane świadczą zatem o tym, iż ustalenia Prezesa Urzędu dotyczące określenia rynku w aspekcie geograficznym są jak najbardziej uzasadnione.

Zebrany w sprawie materiał dowodowy nie pozwala również na stwierdzenie, iż hurtownie specjalistyczne i z dominującym jednym asortymentem mogą zostać uznane za konkurentów w stosunku do hurtowni niewyspecjalizowanych i spożywczych. Należy podkreślić, iż hurtownie specjalistyczne i hurtownie z dominującym jednym produktem prowadzą działalność, która polega na skoncentrowaniu się na sprzedaży jednej grupy produktowej (np. napoje alkoholowe, wyroby tytoniowe), pozostałe zaś asortymenty stanowią jedynie uzupełnienie ich oferty. Ich rola polega zatem głównie na uzupełnianiu oferty hurtowni niewyspecjalizowanych. Nie stanowią one natomiast źródła głównego zaopatrzenia w produkty FMCG. Wobec powyższego - ze względu na ograniczoną substytucyjność w stosunku do hurtowni niespecjalistycznych w ocenie organu antymonopolowego - nie mogą one zostać uznane za konkurentów tych hurtowni.

Podobne stanowisko dotyczące określenia rynku w aspekcie produktowym Prezes Urzędu zajął w postępowaniu dotyczącym nabycia przez Eurocash spółek z grupy CEDC - prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży wyrobów alkoholowych i niealkoholowych (sygn. akt DKK1-421/29/10/KO). W postępowaniu tym rynek w aspekcie produktowym, na którym prowadzą działalność pasywni uczestnicy koncentracji, określono jako:

1. rynek hurtowej dystrybucji napojów alkoholowych wysokoprocentowych o zawartości alkoholu powyżej 18 %,
2. rynek hurtowej dystrybucji napojów alkoholowych niskoprocentowych o zawartości alkoholu powyżej 4,5 % do 18 %, z wyjątkiem piwa,

3. rynek hurtowej dystrybucji napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5 % oraz piwa.

Również w postępowaniu dotyczącym przejęcia przez Eurocash kontroli nad KDWT S.A. (sygn. akt RPZ-421/1/06/BT) oceny transakcji dokonano jedynie w zakresie hurtowej sprzedaży wyrobów tytoniowych.

Natomiast ocena konkurencji na poszczególnych rynkach zagrożonych zamierzoną koncentracją oparta została na założeniach identycznych dla wszystkich przedsiębiorców. Tak więc dokonując oceny konkurencji na poszczególnych rynkach lokalnych wzięto pod uwagę wszystkie hurtownie położone w promieniu do 50 km zarówno uczestników koncentracji, jak i konkurentów. Brak jest zatem podstaw przy dokonywaniu analizy poszczególnych rynków lokalnych do nieuwzględniania hurtowni zlokalizowanych np. w promieniu 49,53 km w linii prostej czy też w odległości 49,66 km od hurtowni Spółki Przejmowanej o co wnosił Eurocash w piśmie z dnia 27 września 2011 r.

Również argumentacja Eurocash dotycząca oceny konkurencji na niektórych wskazanych w przedmiotowych pismach rynkach lokalnych, nie może być wzięta pod uwagę. Definicja rynku właściwego nie stanowi wyłącznie odzwierciedlenia stanu teraźniejszego, ale bierze pod uwagę również możliwe zmiany sytuacji na rynku w przyszłości. Nie obejmuje ona zatem tylko tych terenów, z których w chwili obecnej pochodzą klienci danej hurtowni, ale również tereny, z których mogą oni pochodzić jeśli uznają, że dotychczasowe źródła zaopatrzenia nie spełniają ich oczekiwań. Istotą oceny konkurencji na rynku właściwym jest bowiem ustalenie czy odbiorca będzie w stanie zrezygnować z dotychczasowego dostawcy i przenieść się do konkurenta zlokalizowanego w akceptowalnym przez niego zasięgu. Przyjęcie jednej metodologii określania rynków lokalnych na terenie całego kraju, opartej na danych z działających w różnych częściach kraju hurtowniach gwarantuje, że wyznaczone rynki będą odpowiadały obszarowi, na którym będziemy mieli do czynienia z realną bądź też z potencjalną presją konkurencyjną. Przyjęcie zatem rzeczywistych wielkości niezgodne byłoby z samą ideą określenia rynku właściwego. Wskazywałoby to bowiem tylko, *de facto*, z jakiego obszaru hurtownie pozyskują klientów, abstrahując od tego, z jakich alternatyw mogliby skorzystać, gdyby oferta przestała być dla nich satysfakcjonująca.

Odnosząc się natomiast do celowości połączenia niektórych rynków lokalnych w jeden rynek w przypadku nakładania się obszarów takich rynków należy wskazać, iż wyznaczenie poszczególnych rynków właściwych w aspekcie geograficznym zostało

dokonane od lokalizacji hurtowni Spółek Przejmowanych i najlepiej odzwierciedla możliwości wyboru dostawcy dla położonych na takim obszarze dotychczasowych i potencjalnych odbiorców tych hurtowni. Przyjęty do wyznaczenia rynku zasięg oddziaływania hurtowni wynoszący 50 km uwzględnia bowiem faktycznych konkurentów hurtowni Spółek Przejmowanych (znajdujących się w rzeczywistym zasięgu oddziaływania hurtowni), jak również wszystkich potencjalnych konkurentów, którzy mogą wywierać presję konkurencyjną w przypadku pojawienia się ewentualnych problemów związanych z konkurencją w rzeczywistym zasięgu oddziaływania hurtowni Spółek Przejmowanych. Stąd też trudno jest oczekiwać, że kolejne hurtownie znajdujące się w dalszej odległości od hurtowni Spółek Przejmowanych będą wywierały presję konkurencyjną na przejmowane przez Eurocash hurtownie. W ocenie organu antymonopolowego, można byłoby rozważyć połączenie niektórych obszarów nachodzących na siebie, ale tylko w przypadku gdyby obszary te nachodziły na siebie w znaczący sposób, a pomiędzy tymi obszarami występowało znaczące przemieszczanie się klientów. Z taką sytuacją moglibyśmy mieć do czynienia w przypadku rynku detalicznej sprzedaży artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku za pośrednictwem HSD, gdzie rynek geograficzny mógłby być ograniczany do obszaru miasta z uwagi na znaczące przepływy klientów realizujących określone swoje potrzeby (np. dojeżdżanie do pracy, szkoły, lekarza, urzędu, itp.). Prezes Urzędu mógłby zastosować koncepcję łańcucha substytucji jedynie w sytuacjach, w których następowałoby znaczne nakładanie się kilku geograficznych rynków właściwych. Dotyczyć by to mogło głównie wysoce zurbanizowanych obszarów np. w obrębie konurbacji śląskiej, gdzie większość odbiorców/konsumentów znajdowałoby się w zasięgu kilku analizowanych rynków. Wówczas istotnie nie byłoby podstaw do oddzielnego analizowania każdego z nich. Warto podkreślić, co jest bardzo ważne z punktu widzenia organu antymonopolowego, że tego typu układ przestrzenny daje również silną gwarancję niewystępowania zjawiska przerwania łańcucha substytucji czyli „rozczerpienia tych rynków”. W przedmiotowej sprawie nie może być jednak o tym mowy. Należy podkreślić, że znaczną część rynku produktowego stanowią hurtownie cash&carry, które kierują swoją ofertę w znacznej mierze do działających lokalnie małych podmiotów i korzystanie z których wymaga samodzielnego dojazdu klienta do obiektu. Połączenie kilku wyznaczonych rynków właściwych w jeden obszar w przedmiotowej sprawie stworzyłoby iluzję, że klienci hurtowni są w stanie przemieszczać się swobodnie po bardzo dużym terenie.

Prezes Urzędu nie podzielił również stanowiska Eurocash, iż Prezes Urzędu w oparciu o art. 19 ustawy *o ochronie konkurencji* nie może żądać akceptacji nabywcy w przypadku nakładania warunku zobowiązującego do zbycia określonego mienia. Istotą decyzji warunkowych jest bowiem doprowadzenie do takiej sytuacji, aby po spełnieniu przez przedsiębiorców zamierzających dokonać koncentracji określonych zobowiązań, konkurencja na rynku nie była już istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku. Warunki, które mogą być nałożone na przedsiębiorcę lub przedsiębiorców w decyzji wyrażającej zgodę na dokonanie koncentracji, nie są w treści omawianego artykułu wymienione w sposób wyczerpujący; wskazane w tym przepisie warunki są jedynie przykładowe, co oznacza, że stosownie do okoliczności mogą one przyjmować różną treść<sup>19</sup>. W każdym jednak przypadku realizacja ich powinna doprowadzić do stanu, w którym koncentracja nie będzie źródłem istotnego ograniczenia konkurencji na rynku. Bez wątplenia wybór nabywcy, zwłaszcza dającego gwarancje prowadzenia określonej działalności, tak jak w przypadku przedmiotowej sprawy, ma natomiast wpływ na kształtowanie się warunków konkurencji na rynkach objętych warunkiem. Należy również podkreślić, iż praktyka polegająca na zobowiązaniu podmiotu przyjmującego warunek do akceptacji nabywcy była już stosowana przez Prezesa Urzędu<sup>20</sup> i jest również powszechnie stosowana przez m.in. Komisję Europejską<sup>21</sup>.

Wobec powyższego stosownie do treści art. 95 ust. 2 ustawy *o ochronie konkurencji* pismem z dnia 5 października 2011 r. zgłaszający został poinformowany, że przedmiotowa koncentracja może nastąpić pod warunkiem trwałego i nieodwracalnego wyzbycia się przez Eurocash S.A. wszelkich praw, w tym prawa własności, prawa użytkowania wieczystego, prawa najmu, do wskazanych w piśmie z dnia 20 września 2011 r. hurtowni w terminie 12 miesięcy od dnia zrealizowania niniejszej transakcji. Wyzbycie się powyższych praw może nastąpić wyłącznie na rzecz niezależnego inwestora (inwestorów) nie należącego do grupy kapitałowej, w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy *o ochronie konkurencji*, do której należy Eurocash S.A. i nie współkontrolowanego przez żaden podmiot lub podmioty z tej grupy. Ponadto inwestor (inwestorzy), przed nabyciem praw do ww. hurtowni, powinien zostać zaakceptowany przez Prezesa Urzędu. Prezes Urzędu może odmówić akceptacji - w terminie 21 dni od przedstawienia mu informacji na temat ww. inwestora - jeżeli inwestor ten nie

---

<sup>19</sup> E. Modzelewska - Wąchal, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2002 r., s. 16.

<sup>20</sup> Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 5 września 2011 r. Nr DKK-101/11; Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 28 czerwca 2011 r. Nr DKK-70/11.

<sup>21</sup> Np. Decyzja KE z dnia 6 stycznia 2010 r. w sprawie Kraft Foods/Cadbury (COMP/M.5644)



będzie dawał gwarancji prowadzenia, w oparciu o ww. hurtownie, działalności handlowej zgodnej z dotychczasową. Brak zajęcia stanowiska przez Prezesa Urzędu w powyżej wskazanym terminie będzie równoznaczny z akceptacją przedstawionego inwestora. W przypadku istnienia po stronie zaakceptowanego przez Prezesa Urzędu inwestora (inwestorów) obowiązku zgłoszenia Prezesowi Urzędu zamiaru nabycia praw do wyżej wymienionych hurtowni, do terminu 12 miesięcy przewidzianego na realizację przez Eurocash S.A. wskazanego powyżej zobowiązania nie wlicza się czasu trwania postępowania antymonopolowego w sprawie koncentracji.

Ponadto na podstawie art. 19 ust. 3 ustawy *o ochronie konkurencji* Eurocash została zobowiązana do złożenia Prezesowi Urzędu informacji dotyczących przebiegu realizacji warunku za każde pełne 3 miesiące, jakie upłyną od dokonania koncentracji, w terminie nie dłuższym niż 20 dni po upływie każdego trzymiesięcznego okresu oraz informacji dotyczących realizacji warunku w terminie 30 dni od jego wykonania.

Pismami z dnia 12 i 13 października 2011 r. Eurocash ponownie wystąpił o modyfikację przedstawionego warunku.

Prezes Urzędu, uwzględniając zaprezentowane przez Eurocash w piśmie z dnia 12 października 2011 r. argumenty dotyczące propozycji wyzbycia się hurtowni innych niż przedstawione w piśmie organu antymonopolowego z dnia 5 października 2011 r. wyraził zgodę na rynku:

1. Suwałk w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanych w Ełku przy ul. Tęczowej 7 i Suwałkach przy ul. Szkolnej 8A na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Suwałkach przy ul. Szkolnej 4,
2. Ełku w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanych w Ełku przy ul. Tęczowej 7 i Suwałkach przy ul. Szkolnej 8A na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Suwałkach przy ul. Szkolnej 4,
3. Łomży w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanych w Łomży przy ul. Ciepłej 17 i Ostrołęce przy ul. Przemysłowej 32 na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Łomży przy ul. Poznańskiej 36,
4. Rzekunia w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanych w Łomży przy ul. Ciepłej 17 i Ostrołęce przy ul. Przemysłowej 32 na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Łomży przy ul. Poznańskiej 36,

5. Chełma w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Chełmie przy ul. Rampy Brzeskiej 5A na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Zamościu przy ul. Przemysłowej 8B,
6. Zamościa w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Chełmie przy ul. Rampy Brzeskiej 5A i Zamościu przy ul. Szczebrzeskiej 73 na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Zamościu przy ul. Przemysłowej 8B,
7. Biłgoraja w miejsce hurtowni Eurocash S.A. zlokalizowanej w Zamościu przy ul. Szczebrzeskiej 73 na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Zamościu przy ul. Przemysłowej 8B,
8. Stalowej Woli w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Tarnobrzegu przy ul. Skłodowskiej-Curie 5 na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Kraśniku przy ul. Obwodowej 15,
9. Ciechanowa w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Ciechanowie przy ul. Tysiąclecia 5 A i hurtowni Tradis zlokalizowanej w Płońsku przy ul. Zajazd 4 na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Płońsku przy ul. Zajazd 4,
10. Płocka i Płocka II w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Płocku przy ul. Targowej 20A i hurtowni Tradis zlokalizowanej we Włocławku przy ul. Komunalnej 6 na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Płocku przy ul. Kostrogaj 24<sup>22</sup>,
11. Włocławka w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Płocku przy ul. Targowej 20A i hurtowni Tradis zlokalizowanej we Włocławku przy ul. Komunalnej 6 na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Płocku przy ul. Kostrogaj 24,
12. Kutna w miejsce hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Płocku przy ul. Targowej 20A i hurtowni Tradis zlokalizowanej we Włocławku przy ul. Komunalnej 6 na wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Płocku przy ul. Kostrogaj 24.

W ocenie Prezesa Urzędu w wyniku wyzbycia się przez Eurocash wszelkich praw do wymienionych w punktach 1-12 hurtowni dojdzie na omawianych rynkach lokalnych do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnego ograniczenia konkurencji.

---

<sup>22</sup> Hurtownia ta zgodnie z oświadczeniem Eurocash S.A. łączy sprzedaż realizowaną dotychczas przez hurtownie Tradis zlokalizowane w Płocku przy ul. Kostrogaj 19 i przy ul. Kostrogaj 24.

Prezes Urzędu zaakceptował również propozycję Eurocash zrezygnowania z wyzbycia się na rynku lokalnym w Brodnicy hurtowni należącej do Eurocash zlokalizowanej w Hławie przy ul. Platynowej 1 i objęcia warunkiem jedynie hurtowni należącej do Eurocash zlokalizowanej w Brodnicy przy ul. Długiej 1A. Wyzbycie się wszelkich praw nawet do tej jednej hurtowni spowoduje bowiem, iż udział wnioskodawcy po przeprowadzeniu transakcji na tym rynku będzie jedynie nieznacznie przekraczał próg 40 %.

Odnosząc się do propozycji Eurocash w zakresie nie obejmowania warunkiem rynków lokalnych Ostrowca Świętokrzyskiego i Ryk organ antymonopolowy uznał, iż przedstawione przez Eurocash argumenty w tej kwestii nie zasługują na uwzględnienie z uwagi na fakt, iż stanowią one powtórzenie argumentów dotyczących wyznaczenia rynku właściwego w aspekcie geograficznym przedstawionych przez wnioskodawcę w piśmie z dnia 27 września 2011 r. Do powyższego stanowiska Prezes Urzędu odniósł się w piśmie z dnia 5 października 2011 r. Natomiast Prezes Urzędu uwzględnił alternatywną propozycję Eurocash odnoszącą się do ww. rynków lokalnych i wyraził zgodę na wyzbycie się przez Eurocash na rynku Ostrowca Świętokrzyskiego wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Ostrowcu Świętokrzyskim przy ul. Kilińskiego 30A w miejsce wskazanej w piśmie z dnia 5 października 2011 r. hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Tarnobrzegu przy ul. Skłodowskiej Curie 5, a na rynku Ryk wyzbycie się wszelkich praw do hurtowni Tradis zlokalizowanej w Rykach przy ul. Fabrycznej 2 w miejsce wskazanej w ww. piśmie hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Garwolinie przy ul. Trakt Lwowski 155. W wyniku wyzbycia się przez Eurocash wszelkich praw do tych hurtowni dojdzie na ww. rynkach lokalnych w ocenie Prezesa Urzędu do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnego ograniczenia konkurencji.

Z podobnych powodów jak w przypadku rynków lokalnych Ostrowca Świętokrzyskiego i Ryk, związanych z metodologią określania rynków w aspekcie geograficznym w ocenie Prezesa Urzędu na uwzględnienie nie zasługuje propozycja dotycząca modyfikacji przedstawionego warunku w zakresie nie obejmowania nim rynku Płońsk. Organ antymonopolowy nie zaakceptował również propozycji Eurocash dotyczącej rezygnacji z obejmowania warunkiem na rynku Płońsk hurtowni Tradis w Kopytowie 44H (Błonie) z uwagi na fakt, iż ograniczenie w ruchu pojazdów po drodze 579, na które powołuje się Eurocash, dotyczy wyłącznie pojazdów powyżej 10 ton. Nie ogranicza ono zatem możliwości zaopatrywania się przez podmioty funkcjonujące po stronie popytowej rynku właściwego w tej hurtowni. Ponadto Eurocash został poinformowany, iż celem nakładanego warunku jest zarówno

osłabienie pozycji Eurocash na tym rynku, jak i stworzenie możliwości wejścia na ten rynek konkurentom tej Spółki (ewentualnie wzmocnienie pozycji rynkowej przez dotychczasowego konkurenta lub konkurentów). Zarówno istnienie wolnych powierzchni, które mogą być wykorzystane do prowadzenia hurtowej sprzedaży produktów FMCG na tym rynku, jak i przekształcenie hurtowni Tradis w wewnętrzny magazyn logistyczny należący do Eurocash (z którego realizowane byłyby dostawy wyłącznie do hurtowni należących do Grupy Eurocash) nie daje w ocenie organu antymonopolowego gwarancji, iż spełnione będą oba z tych warunków.

Ponadto Prezes Urzędu podtrzymał swoje stanowisko odnośnie do terminu przewidzianego na realizację warunku. Przedstawione przez Eurocash w piśmie z dnia 12 października 2011 r. argumenty dotyczące ww. kwestii zostały już uwzględnione przy modyfikacji warunku przedstawionego w piśmie z dnia 5 października 2011 r. Ponadto zaakceptowanie przez Prezesa Urzędu propozycji modyfikacji warunku ograniczyło liczbę hurtowni objętych warunkiem z 17 do 12. Każde przedłużanie terminu wykonania warunku powodowałoby zdaniem Prezesa Urzędu, że utrzymywanie się zidentyfikowanych negatywnych skutków zamierzonej koncentracji uległoby również przedłużeniu. W ocenie Prezesa Urzędu wskazany w propozycji warunku termin jego wykonania uwzględnia zarówno kontekst gospodarczy transakcji i konieczność zapewnienia Eurocash odpowiedniego czasu na wykonanie warunku, jak i zagrożenie dla interesu publicznego związane z przedmiotową koncentracją.

W związku z tym stosownie do treści art. 95 ust. 2 ustawy *o ochronie konkurencji* zgłaszający, pismem z dnia 17 października 2011 r., został poinformowany, że przedmiotowa koncentracja może nastąpić pod warunkiem trwałego i nieodwracalnego wyzbycia się przez Eurocash wszelkich praw, w tym prawa własności, prawa użytkowania wieczystego, prawa najmu, do następujących hurtowni:

1. Tradis zlokalizowanej w Rykach przy ul. Fabrycznej 2,
2. Tradis zlokalizowanej w Gorzowie Wlkp. przy ul. Bierzarina 43,
3. Tradis zlokalizowanej w Płońsku przy ul. Zajazd 4,
4. Tradis zlokalizowanej w Kopytowie 44H (Błonie),
5. Eurocash zlokalizowanej w Brodnicy przy ul. Długiej 1A,
6. Tradis zlokalizowanej w Płocku przy ul. Kostrogaj 24,
7. Tradis zlokalizowanej w Zamościu przy ul. Przemysłowej 8B,
8. Tradis zlokalizowanej w Łomży przy ul. Poznańskiej 36,
9. Eurocash zlokalizowanej w Białej Podlaskiej przy ul. Sidorskiej 102,

10. Tradis zlokalizowanej w Kraśniku przy ul. Obwodowej 15,
11. Tradis zlokalizowanej w Suwałkach przy ul. Szkolnej 4 oraz
12. Tradis zlokalizowanej w Ostrowcu Świętokrzyskim przy ul. Kilińskiego 30A

w terminie 12 miesięcy od dnia zrealizowania niniejszej transakcji. Wyzbycie się powyższych praw może nastąpić wyłącznie na rzecz niezależnego inwestora (inwestorów) nie należącego do grupy kapitałowej, w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy *o ochronie konkurencji*, do której należy Eurocash i nie współkontrolowanego przez żaden podmiot lub podmioty z tej grupy. Ponadto inwestor (inwestorzy), przed nabyciem praw do ww. hurtowni, powinien zostać zaakceptowany przez Prezesa Urzędu. Prezes Urzędu może odmówić akceptacji - w terminie 21 dni od przedstawienia mu informacji na temat ww. inwestora - jeżeli inwestor ten nie będzie dawał gwarancji prowadzenia, w oparciu o ww. hurtownię, działalności handlowej zgodnej z dotychczasową. Brak zajęcia stanowiska przez Prezesa Urzędu w powyżej wskazanym terminie będzie równoznaczny z akceptacją przedstawionego inwestora. W przypadku istnienia po stronie zaakceptowanego przez Prezesa Urzędu inwestora (inwestorów) obowiązku zgłoszenia Prezesowi Urzędu zamiaru nabycia praw do wyżej wymienionych hurtowni, do terminu 12 miesięcy przewidzianego na realizację przez Eurocash wskazanego powyżej zobowiązania nie wlicza się czasu trwania postępowania antymonopolowego w sprawie koncentracji.

Jednocześnie na podstawie art. 19 ust. 3 ustawy *o ochronie konkurencji* Eurocash będzie zobowiązana do złożenia Prezesowi Urzędu informacji dotyczących przebiegu realizacji warunku za każde pełne 3 miesiące, jakie upłyną od dokonania koncentracji, w terminie nie dłuższym niż 20 dni po upływie każdego trzymiesięcznego okresu oraz informacji dotyczących realizacji warunku w terminie 30 dni od jego wykonania.

Pismem z dnia 24 października 2011 r. r. wnioskodawca zaakceptował zaproponowany przez Prezesa Urzędu warunek.

Przyjęcie zaproponowanego warunku pozwala na stwierdzenie, iż w wyniku jego realizacji nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynkach lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG realizowanej za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych:

W **Rykach** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Rykach przy ul. Fabrycznej 2 spowoduje zmniejszenie

udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych obejmujących obszar położony w promieniu do 50 km od ww. placówki handlowej Spółek Przejmowanych z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 107]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianych rynkach lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Gorzowie Wielkopolskim i Gorzowie Wielkopolskim II** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych w Gorzowie Wielkopolskim przy ul. Bierzarina 43 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnych rynkach hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych obejmujących obszar położony w promieniu do 50 km od placówek handlowych Spółek Przejmowanych zlokalizowanych w Gorzowie Wielkopolskim przy ul. Małorolnych – Cicha 1 i ul. Bierzarina 43 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 108]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianych rynkach lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Płońsku** wyzbycie się przez Eurocash praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanych w Kopytowie 44H (Błonie), Płońsku przy ul. Zajazd 4 oraz do hurtowni w Płocku przy ul. Kostrogaj 24 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w ww. lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od ww. placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Płońsku z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 109]** %.

W wyniku zrealizowania nałożonego warunku Eurocash uzyska udziały w ww. rynku na poziomie zbliżonym do udziałów sprzed koncentracji, tj. do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji.

W **Brodnicy** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Eurocash w Brodnicy przy ul. Długiej 1A spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku

hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Brodnicy przy ul. Sybiraków 7 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 110]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

We **Włocławku** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Płocku przy ul. Kostrogaj 24 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej we Włocławku przy ul. Komunalnej 6 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 111]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Biłgoraju** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Zamościu przy ul. Przemysłowej 8B spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Biłgoraju przy ul. Okulickiego 2 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 112]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku nie dojdzie do agregacji udziałów rynkowych uczestników koncentracji na rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Biłgoraju.

W **Chelmie** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych w Zamościu przy ul. Przemysłowej 8B (wynikająca z warunku nałożonego na wnioskodawcę w związku z wystąpieniem istotnego ograniczenia konkurencji na rynku Biłgoraja) spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Chelmie przy ul. Okszowskiej 41 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 113]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku nie dojdzie do agregacji udziałów rynkowych uczestników koncentracji na rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Chelmie.

W **Zamościu** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych w Zamościu przy ul. Przemysłowej 8B spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od ww. placówki handlowej Spółek Przejmowanych z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 114]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku nie dojdzie do agregacji udziałów rynkowych uczestników koncentracji na rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Zamościu.

W **Kutnie** wyzbycie się przez Eurocash praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Płocku przy ul. Kostrogaj 24 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Kutnie przy ul. Zielarskiej 5 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 115]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla



efektywnej konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Ciechanowie** wyzbycie się przez Eurocash praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Płońsku przy ul. Zajazd 4 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Ciechanowie przy ul. Sienkiewicza 85 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 116] %**.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Płocku i Płocku II** wyzbycie się przez Eurocash praw do hurtowni Spółek Przejmowanych w Płońsku przy ul. Zajazd 4 i w Płocku przy ul. Kostrogaj 24 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnych rynkach hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmujących obszar położony w promieniu do 50 km od placówek handlowych Spółek Przejmowanych zlokalizowanych w Płocku przy ul. Kostrogaj 21 i 24 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 117] %**.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianych rynkach lokalnych hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Rzekuniu** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Łomży przy Poznańskiej 36 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Rzekuniu przy ul. Ławy 81C z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 118] %**.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla

efektywnej konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Białej Podlaskiej** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Eurocash w Białej Podlaskiej przy ul. Sidorskiej 102 spowoduje, iż nie dojdzie do agregacji udziałów rynkowych uczestników koncentracji na rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Białej Podlaskiej przy ul. Północnej 6.

W **Stalowej Woli** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Kraśniku przy ul. Obwodowej 15 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Stalowej Woli przy ul. Przemysłowej 15 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 119] %**.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Łomży** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych w Łomży przy ul. Poznańskiej 36 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od ww. placówki handlowej Spółek Przejmowanych z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 120] %**.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Suwałkach** wyzbycie się przez wnioskodawcę praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Suwałkach przy ul. Szkolnej 4 spowoduje zmniejszenie

udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od ww. placówki handlowej Spółek Przejmowanych z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 121]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Ostrowcu Świętokrzyskim** wyzbycie się przez Eurocash praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Ostrowcu Świętokrzyskim przy ul. Kilińskiego 30A spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od ww. placówki handlowej Spółek Przejmowanych z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 122]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnych zagrożeń dla efektywnej konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

W **Ełku** wyzbycie się przez Eurocash praw do hurtowni Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Suwałkach przy ul. Szkolnej 4 spowoduje zmniejszenie udziału Eurocash w lokalnym rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmującym obszar położony w promieniu do 50 km od placówki handlowej Spółek Przejmowanych zlokalizowanej w Ełku przy ul. Tęczowej 7 z ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa – załącznik nr 1 – pkt 123]** %.

W wyniku zrealizowania przez wnioskodawcę nałożonego na niego warunku dojdzie do osłabienia siły rynkowej Eurocash do poziomu nie powodującego istotnego ograniczenia konkurencji na omawianym rynku lokalnym hurtowej sprzedaży produktów FMCG za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych.

Reasumując Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanowił wydać zgodę na dokonanie przedmiotowej koncentracji, uzależniając ją od spełnienia przez Eurocash warunku określonego w pkt. I sentencji niniejszej decyzji. Po spełnieniu przez wnioskodawcę

tego warunku planowana koncentracja nie doprowadzi bowiem do istotnego ograniczenia konkurencji, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na lokalnych rynkach hurtowej sprzedaży produktów FMCG realizowanej za pośrednictwem hurtowni niewyspecjalizowanych, obejmujących obszar zlokalizowany w promieniu do 50 km od:

1. Ryk,
2. Gorzowa Wielkopolskiego,
3. Gorzowa Wielkopolskiego II,
4. Płońsk,
5. Brodnicy,
6. Włocławka,
7. Biłgoraja,
8. Chełma,
9. Zamościa,
10. Kutna,
11. Ciechanowa,
12. Płocka (ul. Kostrogaj 21),
13. Płocka II (ul. Kostrogaj 24),
14. Rzekunia,
15. Białej Podlaskiej,
16. Stalowej Woli,
17. Łomży,
18. Suwałk,
19. Ostrowca Świętokrzyskiego,
20. Ełku.

A zatem koncentracja spełnia przesłanki określone w art. 19 ustawy *o ochronie konkurencji*.

Jednocześnie Prezes Urzędu w pkt. II sentencji niniejszej decyzji nałożył na Eurocash obowiązek złożenia Prezesowi Urzędu informacji dotyczących przebiegu realizacji warunku, o którym mowa w pkt I) sentencji za każde pełne 3 miesiące, jakie upłyną od dokonania koncentracji, w terminie nie dłuższym niż 20 dni po upływie każdego trzymiesięcznego okresu oraz informacji dotyczących realizacji ww. warunku w terminie 30 dni od jego realizacji.

W tym miejscu organ antymonopolowy chciałby zwrócić również uwagę na fakt, iż wykonanie nałożonego na Eurocash warunku ma nastąpić w terminie nie dłuższym niż 12 miesięcy które upłyną od dokonania koncentracji. Organ antymonopolowy postanowił, że liczenie terminu na wykonanie warunku nastąpi od dokonania koncentracji bowiem w tej chwili nie jest jeszcze pewne, kiedy nastąpi realizacja przedmiotowej koncentracji. Eurocash powinien mieć jednakże na względzie treść art. 22 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji*, stosownie do którego decyzja o której mowa m.in. w art. 19 ust. 1 ustawy wygasa, jeżeli w terminie 2 lat od dnia jej wydania koncentracja nie zostanie dokonana. A zatem Eurocash powinien zrealizować zamiar koncentracji w terminie nie dłuższymi niż 2 lata od dnia wydania niniejszej decyzji<sup>23</sup>.

W związku z powyższym orzeczono, jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji* oraz art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 1964 r. Nr 43, poz. 296 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 dwóch tygodni od dnia jej doręczenia.

Prezes UOKiK

*Małgorzata Krasnodębska - Tomkiel*

Otrzymuje:

1. Eurocash S.A., Komorniki

(decyzja wraz załącznikiem nr 1)

2. aa.

(decyzja wraz z załącznikiem nr 1 i 2)

---

<sup>23</sup> Prezes Urzędu może także stosownie do treści art. 22 ust. 2 ustawy *o ochronie konkurencji*, na wniosek przedsiębiorcy uczestniczącego w koncentracji, przedłużyć, w drodze postanowienia, ten termin o rok, jednakże w takim przypadku przedsiębiorca ten powinien wykazać, że nie nastąpiła zmiana okoliczności, w wyniku której koncentracja może spowodować istotne ograniczenie konkurencji na rynku.