



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
Marek Niechcial

Warszawa, dnia 14 grudnia 2016 r.

DKK2-421/85/15/IPW

Decyzja nr DKK - 180/2016

I. Na podstawie art. 19 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 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 przejściu przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach kontroli nad Polską Dystrybucją Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach, **pod warunkiem** wyłączenia z zakresu transakcji pomiędzy Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach a KJD Investment sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, **przed jej dokonaniem**, ogółu składników materialnych i niematerialnych należących do Polskiej Dystrybucji Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach składających się na hurtownię wyspecjalizowaną w dystrybucji napojów alkoholowych w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4. Wyłączenie to obejmuje wszelkie prawa i składniki przypisane do hurtowni wyspecjalizowanej w dystrybucji napojów alkoholowych położonej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 i prowadzonej przy jej wykorzystaniu działalności, w szczególności:

1. prawa do nieruchomości, na której znajduje się Hurtownia w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4;
2. umowy z pracownikami Polskiej Dystrybucji Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach wykonującymi pracę w Hurtowni w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 (z wyłączeniem umów z pracownikami wykonującymi pracę w siedzibie/centrali Polskiej Dystrybucji Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach, której zakres wykracza poza działalność prowadzoną w Hurtowni w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4);
3. umowy zawarte z przedstawicielami handlowymi współpracującymi z Hurtownią w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 (z wyłączeniem umów z przedstawicielami handlowymi świadczącymi usługi na rzecz innych hurtowni Polskiej Dystrybucji

- Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach aniżeli Hurtownia w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4);
4. umowy cywilnoprawne o świadczenie usług dla Hurtowni w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4;
 5. umowy dostaw oraz umowy o współpracy z klientami Hurtowni w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 (z wyłączeniem umów zawartych na szczeblu centralnym przez Polską Dystrybucję Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach);
 6. środki trwałe, urządzenia i wyposażenie wykorzystywane w działalności Hurtowni w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4;
 7. dokumentację księgową, techniczną i handlową związaną z prowadzeniem działalności Hurtowni w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4;
 8. dokumentację prawnopracowniczą i regulaminy wewnętrzne Hurtowni w Pabianicach;
 9. lokalną bazę klientów Hurtowni w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 (adresy, numery NIP, ilość i wartość zamówionych przez każdego klienta towarów).

II. Na podstawie art. 19 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach obowiązek złożenia informacji o wykonaniu powyższego warunku w terminie 14 dni od jego zrealizowania.

Uzasadnienie

W dniu 30 grudnia 2015 r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej jako „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 Polską Dystrybucją Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach (dalej jako „PDA” lub „Spółka”).

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 (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 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 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 (t.j. Dz. U. z 2013 r. poz. 267 ze zm.), organ antymonopolowy zawiadomił Wnioskodawcę pismem z dnia 12 stycznia 2016 r.

W ramach postępowania organ antymonopolowy skierował ankietę do ponad 400 przedsiębiorców - konkurentów uczestników koncentracji, działających w zakresie hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych w wyspecjalizowanych hurtowniach na lokalnych na rynkach, na których działalność Eurocash i PDA się pokrywa. Pytania dotyczyły m.in. obrotów netto uzyskanych w 2013, 2014 oraz 2015 r. z hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych oraz powierzchni i lokalizacji prowadzonej hurtowni napojów alkoholowych.

Organ antymonopolowy zwrócił się również do 20 największych producentów napojów alkoholowych o przedstawienie opinii odnośnie do określenia rynku w aspekcie produktowym oraz oceny koncentracji.

W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

Uczestnicy koncentracji

Eurocash – aktywny uczestnik koncentracji – to spółka notowana na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Jedynym akcjonariuszem Eurocash, posiadającym powyżej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy jest Pan Luis Amaral, który bezpośrednio oraz poprzez spółkę zależną Politra B.V. S.a.r.l. z siedzibą w Luksemburgu posiada 43,70% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy. Eurocash stoi na czele grupy kapitałowej Eurocash („Grupa Eurocash”). Grupa Eurocash prowadzi

działalność na rynku hurtowej sprzedaży produktów FMCG (ang. *fast-moving consumer goods*) za pośrednictwem zlokalizowanych na obszarze całej Polski hurtowni: niewyspecjalizowanych, działających w formacie cash&carry i serwisowym (z dowozem), z dominującym jednym asortymentem oraz specjalistycznych. Ponadto Grupa Eurocash prowadzi działalność w zakresie detalicznej sprzedaży produktów FMCG oraz napojów alkoholowych i bezalkoholowych.

Grupy produktowe dystrybuowane przez wyspecjalizowane hurtownie Grupy Eurocash to:

- a) wyroby tytoniowe i produkty impulsowe,
- b) żywność mrożona,
- c) nabiał,
- d) napoje alkoholowe i bezalkoholowe,
- e) kosmetyki, artykuły higieniczne i produkty chemii gospodarczej.

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

Działalność Grupy Eurocash na poziomie sprzedaży detalicznej obejmuje:

- a) sprzedaż detaliczną produktów FMCG w placówkach niewyspecjalizowanych:
 - sklepy własne Eurocash w ramach następujących sieci: Delikatesy Centrum (72 sklepy w tym 63 prowadzone przez spółkę Rogala sp. z o.o. z siedzibą w Bobowej nad którą współkontrolę Eurocash przejęła 29 stycznia 2016 r.), Lewiatan (5 sklepów) oraz 1Minute (10 sklepów),
 - sklepy zrzeszone w sieciach partnerskich, nadzorowanych oraz organizowanych przez Eurocash: „Abc Sklepy po sąsiedzku” oraz „Groszek”, Euro Sklep (Euro Sklep S.A. z siedzibą w Bielsku-Białej), Lewiatan (Lewiatan Śląsk sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu, Lewiatan Zachód sp. z o.o. z siedzibą w Stargardzie Szczecińskim, Lewiatan Północ sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku, Lewiatan Kujawy sp. z o.o. z siedzibą we Włocławku, Lewiatan Orbita sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie, Lewiatan Wielkopolska sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, Lewiatan Opole sp. z o.o. z siedzibą w Opolu, Lewiatan Podkarpacie sp. z o.o. z siedzibą w Straszęcinie, Lewiatan Podlasie sp. z o.o. z siedzibą w Choroszcy), „Gama” (Partnerski Serwis Detaliczny S.A. z

siedzibą w Warszawie), „1Minute” (Eurocash Convenience sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach),

- sklepy zrzeszone w sieci franczyzowej „Delikatesy Centrum”, zarządzanej przez spółkę z Grupy Eurocash - Eurocash Franczyza sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach;
- b) dystrybucję prasy, czasopism i drobnych artykułów pozaprasowych za pośrednictwem salonów prasowych Inmedio na terenie całej Polski,
- c) dystrybucję kosmetyków i artykułów drogerijnych w ramach organizowanej przez Eurocash sieci partnerskiej drogerii prowadzących sprzedaż detaliczną kosmetyków, artykułów higienicznych i produktów chemii gospodarczej, działających pod logo Drogerie Koliber (Ambra sp. z o.o. z siedzibą w Czechowicach-Dziedzicach).

Sklepy zrzeszone w ww. sieciach partnerskich i franczyzowej nie są sklepami własnymi Grupy Eurocash i są prowadzone przez niezależnych od Grupy Eurocash przedsiębiorców. Eurocash nie sprawuje nad przedsiębiorcami prowadzącymi te sklepy kontroli w rozumieniu art. 4 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego też względu sprzedaż produktów FMCG do tych sklepów przez hurtownie należące do Grupy Eurocash nie jest traktowana jako sprzedaż wewnątrzgrupowa.

PDA – pasywny uczestnik koncentracji – (do dnia 1 czerwca 2015 r. działała pod firmą „Jantón Dystrybucja” sp. z o.o.) – w dacie zgłoszenia zamiaru koncentracji posiadała 6 udziałowców (osoby fizyczne), z których żaden nie sprawował wyłącznej kontroli. PDA prowadzi 7 hurtowni wyspecjalizowanych, zlokalizowanych w: Chrzanowie, Końskich (zgodnie z informacją zawartą w piśmie Eurocash z dnia 17 maja 2016 r. zakończyła działalność z dnia 30 czerwca 2016 r.), Krakowie, Pabianicach, Radomiu, Sędziszowie i Ruścu (ta ostatnia została otwarta w 2015 r.). Za pośrednictwem tych hurtowni PDA prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych, a także w znikomym zakresie (ok. 0,15% przychodów) – sprzedaży napojów bezalkoholowych.

PDA posiada 3 spółki zależne:

- Jantón Detal sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach - w roku obrotowym 2015 spółka nie prowadziła żadnej działalności operacyjnej, a w roku obrotowym 2014 spółka prowadziła detaliczną sprzedaż napojów alkoholowych w lokalizacjach, w których znajdują się hurtownie PDA,
- PDA Detal sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach – nie prowadzi działalności operacyjnej,

- Zagłoba sp. z o.o. z siedzibą w Chrzanowie - prowadzi działalność w zakresie hurtowej oraz detalicznej sprzedaży napojów alkoholowych.

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Zgłaszającego (pismo z dnia 24 października 2016 r.), PDA przeszła restrukturyzację, w ramach której jej wspólnicy wszystkie udziały wnieśli tytułem aportu na podwyższony kapitał zakładowy KJD Investment sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (zwana dalej "KJD"), w rezultacie czego KJD stała się jedynym wspólnikiem PDA.

Przyczyny i zakres koncentracji

Planowana koncentracja została zgłoszona w trybie art. 13 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji* i polega na przejściu przez Eurocash kontroli nad PDA. Podstawę zgłoszenia stanowi *Przedwstępna Umowa Sprzedaży Udziałów* (dalej „Umowa”) zawarta w dniu 21 grudnia 2015 r. pomiędzy Eurocash oraz udziałowcami PDA, tj. Panami: Jackiem Jantoniem, Jarosławem Jantoniem, Adamem Jantoniem, Andrzejem Tyrką, Zbigniewem Makarukiem i Jakubem Nowakiem (zwanymi razem „Sprzedającymi”), zgodnie z którą Eurocash kupi od każdego z udziałowców PDA wszystkie posiadane udziały PDA.

Zgodnie z postanowieniami *Umowy* zamierzona koncentracja może zostać poprzedzona restrukturyzacją PDA, polegającą na wniesieniu przez Sprzedających posiadanych przez nich udziałów w PDA do wehikułu transakcyjnego. W zależności od tego czy restrukturyzacja zostanie przeprowadzona przed zamknięciem zamierzonej koncentracji Eurocash nabędzie 100% udziałów w PDA albo od Sprzedających albo od wehikułu transakcyjnego, który będzie kontrolowany przez Sprzedających.

Dnia 6 października 2016 r. udziałowcy PDA i spółka KJD oraz Eurocash zawarli Aneks do *Umowy*, z którego wynika, iż restrukturyzacja została już dokonana i w chwili wydania niniejszej decyzji jedynym wspólnikiem PDA jest KJD.

Zgłoszony zamiar koncentracji dotyczy wszystkich hurtowni PDA, tj. zlokalizowanych w Chrzanowie, Końskich, Krakowie, Pabianicach, Radomiu, Sędziszowie i Ruścu.

Wnioskodawca wskazał, że zamiar koncentracji wynika ze strategii rozwoju grupy Eurocash, zakładającej dalsze rozwijanie sieci punktów hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych przy wykorzystaniu synergii wynikających m.in. z efektów skali oraz ulepszonych działań logistycznych. Poprzez jej zrealizowanie Eurocash zamierza polepszyć

swoją konkurencyjność na rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych.

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

W myśl art. 4 pkt 9 ustawy o ochronie konkurencji, przez rynek właściwy rozumie się rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane 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 powyższe oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2014 r. w *sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców* (Dz. U. 2015, poz. 80), organ antymonopolowy uznał, iż:

a) koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na:

- 1) lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu,
- 2) lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich,
- 3) lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie,
- 4) lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach,
- 5) lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich,

- 6) lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujące obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie,
- 7) lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach,
- 8) lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu,
- 9) krajowy rynek zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa oraz
- 10) krajowy rynek zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%

bowiem działalność uczestników koncentracji pokrywa się na tych rynkach, a łączny udział Eurocash i PDA w każdym z nich przekracza próg 20%.

Poniżej przedstawiono szczegółowe uzasadnienie określenia rynków właściwych w aspekcie produktowym i geograficznym, a także charakterystykę poszczególnych rynków właściwych.

1. Uzasadnienie określenia rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym

1.1. Rynki hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych

1.1.1. Rynek w aspekcie produktowym

Wnioskodawca, powołując się m.in. na decyzję Prezesa Urzędu nr DKK-128/2011 z dnia 27 października 2011 r., wskazał, że rynkami wspólnymi w aspekcie produktowym dla działalności prowadzonej przez Eurocash i PDA są lokalne rynki hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych prowadzonej za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych.

Opierając się na ww. decyzji wskazał, iż na rynku polskim można wyodrębnić następujące rodzaje hurtowni:

1. spożywcze, które w ofercie posiadają jedynie artykuły spożywcze;
2. niewyspecjalizowane, które w 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) sprzedaż kierują do ściśle określonej grupy odbiorców, np. HoReCa (hotele, restauracje, catering);
4. z dominującym jednym asortymentem, które posiadają w swoim asortymencie wiele grup produktowych, w szczególności artykułów spożywczych, przy czym ponad 50 % przychodów tej hurtowni realizowane jest z jednej grupy produktowej, np. ze sprzedaży alkoholu czy wyrobów tytoniowych. Profil działania takich hurtowni zbliżony jest do hurtowni specjalistycznych, z zastrzeżeniem jednak, że oprócz faktycznej specjalizacji w sprzedaży danej kategorii produktów dokonywana jest także incydentalna lub na niewielką skalę sprzedaż innych produktów, najczęściej nieżywnościowych;
5. artykułów nieżywnościowych, np. zabawek, kosmetyków, chemii gospodarczej, artykułów AGD, artykułów papierniczych, które jednocześnie nie oferują artykułów spożywczych.

We wspomnianej decyzji Prezes Urzędu uznał, że hurtownicy wyspecjalizowani oraz hurtownicy osiągający ponad 50% przychodów ze sprzedaży jednej kategorii produktów (hurtownie z dominującym asortymentem) nie konkurują z hurtownikami niewyspecjalizowanymi. Zdaniem organu antymonopolowego hurtownicy wyspecjalizowani to ci, którzy (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. Ponadto ważną cechą hurtowni specjalistycznych jest wymóg posiadania odrębnych zezwoleń na prowadzenie danej działalności (np. hurtownie farmaceutyczne lub hurtownie alkoholi).

Jak stwierdził organ antymonopolowy w decyzji nr DKK-128/2011, pomimo tego, iż 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. Z powyższych względów Prezes Urzędu uznał, iż hurtownie, specjalistyczne, hurtownie z dominującym jednym asortymentem i hurtownie artykułów żywnościowych nie stanowią konkurencji dla hurtowni niewyspecjalizowanych.

W ocenie Prezesa Urzędu, w przedmiotowej sprawie, w pełni aktualne pozostaje przytoczone przez Zgłaszającego orzecznictwo, tym samym organ antymonopolowy podziela stanowisko Wnioskodawcy w tym zakresie.

Z informacji przekazanych przez Wnioskodawcę wynika, że Eurocash i PDA prowadzą działalność na rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych, które posiadają w asortymencie napoje alkoholowe i bezalkoholowe (te ostatnie w bardzo niewielkim zakresie – jedynie ok. 0,15% przychodów PDA pochodzi ze sprzedaży napojów bezalkoholowych). Konkurentami uczestników koncentracji są zatem wyłącznie inni przedsiębiorcy prowadzący działalność za pośrednictwem tego typu hurtowni.

Zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Prezesa Urzędu¹ - rynek w aspekcie produktowym, dla przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych, określa się jako:

1. rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18 %,
2. rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 4,5 % do 18 %, z wyjątkiem piwa,
3. rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5 % oraz piwa.

Opinie konkurentów - uczestników koncentracji

W toku postępowania Prezes Urzędu skierował do przedsiębiorców prowadzących działalność na rynku sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych w wyspecjalizowanych hurtowniach zapytanie o ich opinię na temat określenia rynku w aspekcie produktowym. Zdecydowana większość ankietowanych przedsiębiorców (ok. 70%) stoi na stanowisku, iż

¹ decyzja Prezesa Urzędu nr DKK-128/2011 z dnia 27 października 2011 r.

rynki powinny być wyznaczone w ujęciu wąskim, tj. według procentowej zawartości alkoholu, tak jak miało to miejsce w dotychczasowych decyzjach organu antymonopolowego.

Ich zdaniem, za przyjęciem takiego stanowiska przemawiają m.in. następujące argumenty:

- na obrót hurtowy napojami alkoholowymi każdej z ww. grup konieczne jest uzyskanie odrębnego zezwolenia,;
- nie wszystkie hurtownie posiadają zezwolenia na sprzedaż wszystkich rodzajów alkoholu;
- bardzo wysoka – również w stosunku do pozostałych zezwoleń - opłata za wydanie zezwolenia na prowadzenie sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%;
- podział samych producentów i importerów napojów alkoholowych - browary produkują piwo i napoje alkoholowe do 4,5%, importerzy wina skupiają się tylko na kategorii powyżej 4,5% do 18% alkoholu, a producenci mocnego alkoholu skupiają się na kategorii powyżej 18%;;
- kwestie logistyczne – np. piwo jest największą wartościowo kategorią w hurtowej sprzedaży alkoholi ok. 55% sprzedaży piwa w Polsce odbywa się w opakowaniach zwrotnych (skrzynki, butelki, KEG), co wymaga zaangażowania wyspecjalizowanych firm; dystrybucja pozostałych napojów alkoholowych, występujących praktycznie wyłącznie w opakowaniach bezzwrotnych, jest z kolei logistycznie łatwiejsza;

Część badanych podmiotów opowiedziała się jednak za wyznaczeniem rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych w ujęciu szerszym, tj. obejmującym wszystkie ich rodzaje bez względu na procentową zawartość alkoholu, powołując się m. in. na następujące argumenty:

- niezależnie od jakości, wielkości marki oraz ceny produktu dystrybutorzy budują kompleksowe portfolio,
- większość podmiotów prowadzących na terenie Polski hurtową sprzedaż napojów alkoholowych prowadzi sprzedaż wszystkich rodzajów napojów alkoholowych (niewiele hurtowni specjalizuje się w sprzedaży tylko jednej kategorii napojów alkoholowych); w przypadku hurtowni wyspecjalizowanych w sprzedaży konkretnej kategorii napojów alkoholowych, najczęściej taką kategorią są napoje alkoholowe o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwo, a hurtowni prowadzących sprzedaż wyłącznie napojów alkoholowych o

zawartości alkoholu 4,5%-18% z wyjątkiem piwa oraz o zawartości alkoholu powyżej 18% albo w ogóle nie ma, albo jest ich nieznaczna ilość,

- produkty alkoholowe o różnej zawartości alkoholu mogą być traktowane przez nabywców jako substytuty ze względu przeznaczenie i właściwości,
- rynek napojów alkoholowych w aspekcie sprzedaży hurtowej jest jednolity pod względem potrzeb klientów (przedsiębiorcy będący odbiorcami hurtowni działają w zakresie detalicznej sprzedaży w przeważającej części w zakresie wszystkich trzech koncesji alkoholowych); oczywiście są firmy, które posługują się jedną z wybranych koncesji jednak stanowią one zdecydowaną mniejszość na rynku,
- sprzedaż poszczególnych rodzajów wyrobów alkoholowych odbywa się w przeważającej części z hurtu do odbiorców detalicznych lub odbiorców gastronomicznych na terenie Polski; odbiorcy detaliczni i gastronomiczni decydując się na korzystanie z usług wybranego dystrybutora, korzystają także u niego z jednego „kredytu kupieckiego”, obejmującego zakupy napojów o zawartości alkoholu do 4,5%, jak i od 4,5%-18% oraz powyżej 18%; jest to zatem jeden wolumen obrotowy i jedna kategoria asortymentowa,
- dla odbiorcy (właściciela sklepu) wygodniej jest się zaopatrzyć w jednej hurtowni w szeroki asortyment sprzedawanych przez niego wyrobów; dla hurtowni jest to sposób na dywersyfikację sprzedawanego asortymentu i poszerzenie segmentu rynku i odbiorców,

Wśród przedsiębiorców pojawiły się także koncepcje zupełnie nowego podejścia do wyznaczania rynków produktowych. Przykładem tego są opinie następujących firm:

- TOORANK Polska S.A. z siedzibą w Jasienicy, która wskazuje na widoczne odejście od podziału rynku hurtowego według geograficznego umiejscowienia przedsiębiorców oraz rozdzielenia asortymentu ze względu na zawartość alkoholu Istotą podziału tego rynku powinno być podejście podmiotowo-relacyjne, prowadzące do określenia następujących rynków:
 - rynek supermarketów i wielkopowierzchniowych obiektów handlowych,
 - rynek detaliczny oraz średniej wielkości obiekty handlowe,
 - rynek hoteli i restauracji,
 - rynek Travel Value i Duty Free oraz zagraniczne rynki zbytu,
 - pozostała działalność hurtowa.

W związku z powyższym określenie do której kategorii przynależć będzie podmiot można przeprowadzić poprzez analizę portfela sprzedaży:

- Vinissimo Szymon Goc Sp. k. z siedzibą w Warszawie – rynek hurtowej sprzedaży alkoholu powinien być podzielony w oparciu o rodzaj alkoholu, a nie zawartość alkoholu w danym napoju alkoholowym, tj. rynek piwa; rynek wina, przy czym w tej kategorii powinny występować cydrylicy oraz rynek alkoholi mocnych. Argumentacja za produktowym rozdzieleniem rynków to różne kategorie produktów oraz to, że w segmencie premium liczy się specjalizacja, w związku z tym firmy winiarskie w zdecydowanej większości nie będą się zajmowały piwami czy alkoholami mocnymi. Zamiast trzech rodzajów zezwoleń, które są sztuczną barierą administracyjną, wystarczyłoby jedno zezwolenie na wszystkie rodzaje alkoholu, a jego koszt powinien być uzależniony od obrotu. Podział na różne rodzaje zezwoleń ogranicza konkurencję, gdyż tylko duże podmioty stać na posiadanie wszystkich zezwoleń jednocześnie.

Opinie producentów napojów alkoholowych

W toku postępowania organ antymonopolowy skierował również do przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie produkcji napojów alkoholowych prośbę o wyrażenie opinii na temat określenia rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych przez hurtownie wyspecjalizowane w aspekcie produktowym. Odpowiedzi udzieliło 7 przedsiębiorców, z których większość (5 przedsiębiorców) opowiedziała się za dotychczasowym podziałem na trzy odrębne rynki, tj.:

- 1) rynek napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwo,
- 2) rynek napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa,
- 3) rynek napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%.

W ich ocenie za takim ujęciem rynku przemawiają przede wszystkim:

- konieczność uzyskania odrębnych zezwoleń na każdy z ww. rodzajów napojów alkoholowych,
- preferencje konsumentów napojów alkoholowych – ze względu na swoje właściwości smakowe, sposób produkcji i cenę napoje z trzech wymienionych kategorii nie są postrzegane przez konsumentów jako substytuty,
- różne sposoby dystrybucji każdej z wymienionych kategorii napojów alkoholowych.

Natomiast dwóch przedsiębiorców opowiedziała się za potraktowaniem tego rynku jako obejmującego łącznie wszystkie rodzaje napojów alkoholowych. Producenci ci wskazali, iż wynika to ze sposobu dalszej dystrybucji tego typu produktów do placówek sprzedaży detalicznej, które prowadzą sprzedaż wszystkich rodzajów napojów alkoholowych. Obecny

układ rynku wymusza zaś na dostawcach obowiązek dopasowania oferty produktowej do potrzeb detalistów.

W ocenie Prezesa Urzędu utrwalone w dotychczasowym orzecznictwie określenie dla sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych rynku w aspekcie produktowym, obejmujące oddzielnie rynki sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych ze względu na zawartość alkoholu, tj.:

- 1) o zawartości do 4,5% alkoholu oraz na piwo;
- 2) o zawartości powyżej 4,5% do 18% alkoholu, z wyjątkiem piwa;
- 3) o zawartości powyżej 18% alkoholu

- nadal pozostaje aktualne.

Uzasadnieniem dla takiego określenia rynku są w szczególności następujące argumenty:

- 1) konieczność posiadania odrębnego zezwolenia na prowadzenie sprzedaży hurtowej każdego rodzaju alkoholu, Zgodnie z art. 9 ust. 1 i 2 ustawy z dnia z dnia 26 października 1982 r. *o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi* (t.j. Dz. U. z 2016r., poz. 487) obrót hurtowy w kraju napojami alkoholowymi o zawartości powyżej 18% alkoholu może być prowadzony tylko na podstawie zezwolenia wydanego przez ministra właściwego do spraw gospodarki, natomiast napojami alkoholowymi o zawartości do 18% alkoholu tylko na podstawie zezwolenia wydanego przez marszałka województwa. Zezwolenia wydaje się oddzielnie na obrót hurtowy następującymi rodzajami napojów alkoholowych:

- zawartości do 4,5% alkoholu oraz na piwo;
- zawartości powyżej 4,5% do 18% alkoholu, z wyjątkiem piwa;
- zawartości powyżej 18% alkoholu,

Otrzymanie zezwolenia wiąże się z obowiązkiem wniesienia opłaty. Warunkiem prowadzenia działalności na podstawie zezwolenia jest w szczególności:

- przekazywanie organowi zezwalającemu informacji o wielkości sprzedaży napojów alkoholowych, w terminie do dnia 31 stycznia za rok poprzedni,
- sprzedaż napojów alkoholowych wymienionych w zezwoleniu wyłącznie przedsiębiorcom posiadającym zezwolenie na obrót hurtowy tymi napojami lub zezwolenie na sprzedaż detaliczną napojów alkoholowych,

- zaopatrywanie się w napoje alkoholowe, wymienione w zezwoleniu, u producentów oraz u przedsiębiorców posiadających zezwolenie na obrót hurtowy tymi napojami.
- 2) wysoka cena zezwolenia na prowadzenie sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%, co powoduje, iż nie stać na nią wielu małych przedsiębiorców. Zgodnie z art. 9² ust. 7 ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi wynosi ona 22 500 zł za 250 tys. litrów 100% alkoholu. Opłaty za wydanie zezwoleń na sprzedaż hurtową napojów alkoholowych o zawartości do 4,5% alkoholu oraz piwa, a także o zawartości alkoholu powyżej 4,5% do 18 % alkoholu, z wyjątkiem piwa, zgodnie z art. 9² ust. 7 pkt 3 i 4 ww. ustawy wynoszą 4000 zł dla przedsiębiorców występujących o zezwolenie po raz pierwszy oraz dla tych, których wartość sprzedaży w roku poprzedzającym wygaśnięcie zezwolenia nie przekroczyła 1 mln zł. Natomiast w przypadku przedsiębiorców, których wartość sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych w roku poprzedzającym wygaśnięcie zezwolenia przekroczyła 1 mln zł - opłata za wydanie zezwolenia stanowi równowartość 0,4% wartości sprzedaży w roku poprzednim, z zaokrągleniem do 100 zł;
 - 3) istnienie wyspecjalizowanych hurtowni sprzedających tylko jedną grupę napojów alkoholowych np. specjalistyczne hurtownie win lub piwa, albo hurtownie prowadzące sprzedaż wyłącznie napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%, inne są), co odzwierciedla również specyfikę oraz preferencje zakupowe nabywców napojów alkoholowych. W konsekwencji nie wszystkie hurtownie posiadają umowy dystrybucyjne zarówno z browarami, jak i z producentami (importerami) mocnego alkoholu;
 - 4) zróżnicowane warunki konkurencji w poszczególnych grupach alkoholi, przejawiające się odmienną liczbą konkurentów w poszczególnych grupach (największa liczba podmiotów występuje w przypadku dystrybutorów alkoholi od 4,5% do 18% oraz do 4,5% i znacząco mniejsza w przypadku podmiotów sprzedających alkohole powyżej 18%) oraz odmienna struktura podmiotowa rynku (część podmiotów o największych udziałach rynkowych w danej grupie alkoholi posiada minimalne udziały w przypadku innych grup lub grupy albo nie prowadzi ich sprzedaży).
 - 5) podział samych producentów i importerów napojów alkoholowych - browary produkują piwo i napoje alkoholowe do 4,5%, importerzy wina skupiają się tylko na kategorii powyżej 4,5% do 18% alkoholu, a producenci mocnego alkoholu na kategorii powyżej 18%;

Wyznaczenie rynku produktowego w powyższy sposób jest ponadto zgodne ze stanowiskiem ok. 70% ankietowanych uczestników tego rynku.

1.1.2. Rynek w aspekcie geograficznym

Organ antymonopolowy podtrzymuje także swoje dotychczasowe stanowisko, iż w aspekcie geograficznym rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych realizowanej za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych ma wymiar lokalny i obejmuje swoim zasięgiem obszar położony w odległości do 50 km (po drogach) od hurtowni przejmowanej (tutaj od hurtowni należących do PDA), na którym to obszarze generowana jest większość przychodów ze sprzedaży hurtowni (por. decyzja nr DKK-128/2011 z dnia 27 października 2011 r.).

Opierając się na powyższej definicji rynku właściwego w aspekcie produktowym i geograficznym Prezes Urzędu uznał, iż działalność uczestników koncentracji pokrywa się na rynkach lokalnych, obejmujących obszar położony w odległości do 50 km (po drogach od każdej z hurtowni PDA, przy czym za rynki wspólne zostały uznane obszary, na których jednocześnie zlokalizowana jest co najmniej jedna hurtownia PDA i jedna Eurocash) od następujących hurtowni PDA:

- 1) Chrzanów – na rynku tym prowadzą działalność trzy hurtownie PDA (w tym jedna spółki zależnej): jedna w Krakowie i dwie w Chrzanowie oraz trzy hurtownie Eurocash- po jednej w Bielsku-Białej, Sosnowcu i Krakowie,
- 2) Końskie – na rynku tym prowadziła działalność jedna hurtownia PDA zlokalizowana w Końskich (Eurocash w piśmie z dnia 17 maja 2016 r. podał, że została zamknięta z dniem 30 czerwca 2016 r.) oraz jedna hurtownia Eurocash w Kielcach,
- 3) Kraków – na rynku tym prowadzą działalność trzy hurtownie PDA: jedna w Krakowie i Chrzanowie oraz jedna hurtownia Eurocash zlokalizowana w Krakowie,
- 4) Pabianice – na rynku tym prowadzi działalność jedna hurtownia PDA oraz dwie hurtownie Eurocash zlokalizowane w Łodzi i Piotrkowie Trybunalskim,
- 5) Radom – na rynku tym prowadzi działalność jedna hurtownia PDA oraz jedna hurtownia Eurocash obie zlokalizowane w Radomiu,
- 6) Rusiec – na rynku tym prowadzi działalność jedna hurtownia PDA zlokalizowana w Ruściu oraz jedna hurtownia Eurocash zlokalizowana w Warszawie.

1.2. Rynek zaopatrzenia w napoje alkoholowe

Przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji prowadząc działalność w zakresie hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych jednocześnie są uczestnikami rynku nabywania tych produktów w celu ich odsprzedaży, czyli rynku zaopatrzenia w te produkty.

1.2.1. Rynek w aspekcie produktowym

Zdaniem Zgłaszającego należy przyjąć, iż istnieje jeden rynek zaopatrzenia w napoje alkoholowe. Swoje stanowisko Eurocash opiera przede wszystkim na wysokości udziałów rynkowych w poszczególnych segmentach wprowadzania do obrotu danej kategorii napojów alkoholowych posiadanych przez producentów/importerów oferujących więcej niż jedną kategorię napojów alkoholowych.

W ocenie Wnioskodawcy producenci piwa, co do zasady, koncentrują się na produkcji tego rodzaju napojów alkoholowych, natomiast odmienna prawidłowość dotyczy producentów mocnych napojów alkoholowych (o zawartości alkoholu powyżej 18%) oraz napojów o zawartości alkoholu od 4,5% do 18%.

Jak wskazuje Eurocash, udział producentów/importerów napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%, oferujących jedną lub dwie pozostałe kategorie napojów alkoholowych, kształtuje się na poziomie ok. 93% w segmencie alkoholi mocnych. Z kolei udział producentów napojów o zawartości alkoholu w przedziale 4,5%-18%, którzy oferują jedną lub dwie pozostałe kategorie napojów alkoholowych, wynosi około 44% w segmencie napojów alkoholowych o zawartości alkoholu 4,5%-18%. Dane te, w opinii Zgłaszającego pozwalają uznać, że wiodącym trendem rynkowym wśród producentów napojów alkoholowych jest posiadanie więcej niż jednej kategorii napojów alkoholowych w ofercie, a nie zawężanie oferty tylko do jednej kategorii.

Prezes Urzędu nie podziela argumentacji przedstawionej przez Wnioskodawcę i w konsekwencji określenia rynku zaopatrzenia w napoje alkoholowe obejmującego łącznie wszystkie rodzaje napojów alkoholowych bez względu na zawartość alkoholu.

Organ antymonopolowy stoi na stanowisku, iż uzasadnione i właściwe jest wyznaczenie krajowych rynków zaopatrzenia w napoje alkoholowe, obejmujących oddzielnie każdą grupę napojów alkoholowych w zależności od zawartości alkoholu. Wbrew przytoczonym twierdzeniom Zgłaszającego za takim podejściem przemawia przede wszystkim fakt, iż każdy z wymienionych największych dostawców uczestników koncentracji, tj. producent/importer, specjalizuje się w jednym określonym rodzaju napojów

alkoholowych. I tak np. Stock Polska sp. z o.o. oraz CEDC International sp. z o.o. zaopatrują swoich odbiorców w tzw. alkohole mocne (o zawartości alkoholu powyżej 18%), natomiast Kompania Piwowarska S.A., Grupa Żywiec S.A. oraz Carlsberg Polska sp. z o.o. – w piwo. Nawet uznając, iż – jak podnosi Zgłaszający – większość producentów/importerów posiada w swojej ofercie więcej niż jedną grupę napojów alkoholowych to jednak większość dostaw od tych przedsiębiorców generuje jedna, wiodąca grupa napojów.

Potwierdzają to także dane przekazane przez Zgłaszającego, zgodnie z którymi udziały zakupów napojów alkoholowych uczestników koncentracji w 2015 r. u największych dostawców w łącznej wartości zakupów kształtowały się następująco:

Tabela nr 1

napoje o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwo:

Eurocash		PDA	
Nazwa oraz siedziba przedsiębiorcy	udział zakupów w łącznej wartości zakupów (w %)	Nazwa oraz siedziba przedsiębiorcy	udział zakupów w łącznej wartości zakupów (w %)
Kompania Piwowarska S.A., Poznań	50-60	Kompania Piwowarska S.A., Poznań	30-40
Grupa Żywiec S.A., Żywiec	20-30	Carlsberg Polska sp. z o.o., Warszawa	15-20
Carlsberg Polska sp. z o.o., Warszawa	20-30	Firma Handlowa RELAX" Władysław Reguński, Warka	5-10

Źródło: WID

Tabela nr 2

napoje o zawartości alkoholu powyżej 18%:

Eurocash		PDA	
nazwa i siedziba przedsiębiorcy	udział zakupów w łącznej wartości zakupów (w %)	nazwa i siedziba przedsiębiorcy	udział zakupów w łącznej wartości zakupów (w %)
CEDC International sp. z o.o., Oborniki	30-40	Stock Polska sp. z o.o., Lublin	30-40
Stock Polska Sp. z o.o., Lublin	20-30	CEDC International sp. z o.o., Oborniki	30-40
Marie Brizard Wine Spirits Polska sp. z o.o., Warszawa	10-15	Wyborowa S.A, Poznań	5-10

1.2.2. Rynek w aspekcie geograficznym

Zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Komisji Europejskiej² oraz Prezesa Urzędu³ właściwym rynkiem geograficznym dla rynku zaopatrzenia w produkty FMCG, w tym także napoje alkoholowe, 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).

W ocenie Prezesa Urzędu rynek właściwy w ujęciu geograficznym dla rynku zaopatrzenia w napoje alkoholowe ma co do zasady zasięg krajowy, gdyż przeważającą część dostawców uczestników koncentracji stanowią krajowi producenci, których wyroby sprzedawane są na terytorium Polski. Do największych dostawców uczestników koncentracji należą: Stock Polska Sp. z o.o., CEDC International sp. z o.o., Pernod Ricard Polska (Oddział Wyborowa S.A), Kompania Piwowarska S.A., Grupa Żywiec S.A., Carlsberg Polska sp. z o.o.

2. Charakterystyka rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym

W celu ustalenia wielkości poszczególnych rynków właściwych organ antymonopolowy przeprowadził badanie, które objęło konkurentów uczestników koncentracji, prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży poszczególnych grup napojów alkoholowych w hurtowniach wyspecjalizowanych. Dane uzyskane w toku postępowania dotyczą wartości hurtowej sprzedaży poszczególnych grup napojów alkoholowych w zależności od zawartości alkoholu.

2.1 Rynki hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych

2.1.1. Lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% i piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu przy ul. Kalińskiej 4 (obecnie Kieleckiej 164d)

² COMP/M.2161 – Ahold/Superdiplo.

³ Decyzja DOK nr 143/2006 z dnia 21 listopada 2006 r., decyzja DKK nr 76/2008 z dnia 24 września 2008 r., decyzja DKK nr 83/2009 z dnia 9 grudnia 2009 r.

Na rynku tym prowadzi działalność jedna hurtownia PDA zlokalizowana w Radomiu z udziałem w rynku wynoszącym w 2014 r. 20-30%, a w 2015 r. 15-20% oraz jedna hurtownia Eurocash – również zlokalizowana w Radomiu z udziałem wynoszącym 0-5%.

Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku wyniósł zatem **30-40%** w 2014 r. i **20-30%** w 2015 r.

Największymi konkurentami PDA i Eurocash na tym rynku lokalnym są: Dtribev Orbico sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z udziałem w rynku wynoszącym w 2015 r. **30-40%** oraz Sławomir Opła Toast Profit S.C. z siedzibą w Starachowicach z udziałem w 2015 r. **20-30%**.

Ponadto na omawianym rynku prowadzi działalność 7 mniejszych konkurentów, których udział w rynku w 2015 r. kształtował się od 0 % do 10%.

2.1.2. Lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich przy ul. Wjazdowej 8a (zgodnie z informacją uzyskaną w toku postępowania hurtownia ta zakończyła działalność z dnia 30 czerwca 2016 r.)

Na rynku tym prowadzi działalność jedna hurtownia PDA, zlokalizowana w Końskich, której udział wyniósł zarówno w 2014 r., jak i w 2015 r. 10-15% oraz jedna hurtownia Eurocash –zlokalizowana w Kielcach, której udział wyniósł w 2014 r. 5-10%, a w 2015 r. 10-15%.

Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku lokalnym wyniósł zatem **20-30%** w 2014 r. i **20-30%** w 2015 r.

Największymi konkurentami PDA i Eurocash na omawianym rynku lokalnym są: Alti Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem wynoszącym w 2015 r. **15-20%** oraz ICE-Full sp. z o.o. z siedzibą w Tomaszowie Mazowieckim z udziałem **10-15%**.

Ponadto na rynku Końskie prowadzi działalność 11 mniejszych konkurentów, których udział w rynku w 2015 r. kształtował się w granicach od 0% do 10%.

2.1.3. Lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie przy ul. Płk. Dąbka 8a

Na rynku tym prowadzą działalność trzy hurtownie PDA - jedna w Krakowie i dwie Chrzanowie, których łączny udział w tym rynku zarówno w 2014 r., jak i w 2015 r. wyniósł 15-20%, oraz jedna hurtownia Eurocash zlokalizowana w Krakowie, której udział kształtował się w 2014 r. i 2015 r. na poziomie 10-15%.

Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku wyniósł zatem zarówno w 2014 r., jak i w 2015 r. **30-40%**.

Największymi konkurentami PDA i Eurocash są tutaj: ALTI Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem wynoszącym w 2015 r. **30-40%**, Stefan Szymanski The Fine Food Group Polska z siedzibą w Krakowie, której udział w rynku wyniósł w 2015 r. **10-15%** oraz TIM S.A. z siedzibą w Bielsku-Białej z udziałem wynoszącym **5-10%**.

Ponadto na rynku Kraków prowadzi działalność 14 mniejszych konkurentów, których udział w rynku kształtował się w 2015 r. w granicach od 0% do 10%.

2.1.4. Lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4

Na rynku tym prowadzi działalność jedna hurtownia PDA zlokalizowana w Pabianicach z udziałem w rynku wynoszącym w 2015 r. 10-15% oraz jedna hurtownia Eurocash zlokalizowana w Łodzi, której udział wyniósł w 2015 r. 10-15%.

Udział Eurocash w tym rynku lokalnym po dokonaniu koncentracji wyniesie zatem **20-30%**. W 2014 r. łączny udział uczestników koncentracji nie przekraczał poziomu **15-20%** (PDA 5-10% i Eurocash 5-10%).

Największymi konkurentami PDA i Eurocash na ww. rynku lokalnym są: Dobry Wybór sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z udziałem w rynku wynoszącym w 2015 r. **15-20%**, PINOT sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Łodzi z udziałem w rynku wynoszącym **5-10%** oraz Sikorski Paweł PPHU BAZILIO z siedzibą w Woli Branickiej z udziałem wynoszącym **5-10%**.

Ponadto na omawianym rynku prowadzi działalność 28 mniejszych konkurentów, których udział w rynku w 2015 r. kształtował się na poziomie od 0% do 10%.

2.1.5. Lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością

do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich przy ul. Wjazdowej 8a (zgodnie z informacją uzyskaną w toku postępowania zakończyła działalność dnia 30 czerwca 2016 r.)

Na rynku tym prowadzi działalność jedna hurtownia PDA, zlokalizowana w Końskich, której udział w tym rynku wyniósł w 2014 r. 20-30%, a w 2015 r. 20-30% oraz jedna hurtownia Eurocash zlokalizowana w Kielcach, której udział wyniósł w 2014 r. 10-15%, a w 2015 r. 10-15%.

Łączny udział uczestników koncentracji w ww. rynku wyniósł zatem **30-40%** w 2014 r. i **30-40%** w 2015 r.

Największymi konkurentami PDA i Eurocash na omawianym rynku lokalnym są: ICE-Full sp. z o.o. z siedzibą w Tomaszowie Mazowieckim z udziałem w rynku wynoszącym w 2015 r. **20-30%** oraz Alti Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem wynoszącym w 2015 r. **15-20%**.

Ponadto na rynku tym prowadzi działalność 3 mniejszych konkurentów, których udział rynkowy kształtował się w 2015 r. na poziomie od 5% do 10%.

2.1.6. Lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie przy ul. Płk. Dąbka 8a

Na rynku tym prowadzą działalność trzy hurtownie PDA: jedną w Krakowie i dwie w Chrzanowie, których łączny udział wyniósł w 2014 r. 10-15%, a w 2015 r. 15-20% oraz jedna hurtownia Eurocash zlokalizowana w Krakowie, której udział rynkowy wyniósł w 2014 r. 15-20% , a w 2015 r. 15-20%.

Łączny udział uczestników koncentracji w ww. rynku lokalnym zarówno w 2014 r., jak i w 2015 r. wyniósł zatem **30-40%**.

Największymi konkurentami PDA i Eurocash są: ALTI Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem wynoszącym w 2015 r. **50-60%** oraz Dtribev Orbico sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z udziałem w rynku wynoszącym w 2015 r. **5-10%**.

Ponadto działalność na tym rynku prowadzi 8 mniejszych konkurentów z udziałem rynkowym w 2015 r. na poziomie od 0% do 5%.

2.1.7. Lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4

Na rynku tym prowadzi działalność jedna hurtownia PDA zlokalizowana w Pabianicach z udziałem w rynku wynoszącym w 2014 r. 20-30%, a w 2015 r. 15-20% oraz dwie hurtownie Eurocash – po jednej Łodzi i Piotrkowie Trybunalskim (przy czym hurtownia w Piotrkowie Trybunalskim nie prowadzi obecnie sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%), których łączny udział wyniósł w 2014 r. 30-40%, a w 2015 r. 20-30%.

Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku wyniósł zatem **50-60%** w 2014 r. i **40-50%** w 2015 r.

Największymi konkurentami PDA i Eurocash na ww. rynku lokalnym są: ALTI Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem wynoszącym w 2015 r. **10-15%** oraz Distribev Orbico sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z udziałem rynkowym wynoszącym w 2015 r. **10-15%**.

Ponadto na omawianym rynku prowadzi działalność 8 mniejszych konkurentów, których udział w rynku w 2015 r. kształtował się w granicach od 0% do 10%.

2.1.8. Lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu przy ul. Kalińskiej 4 (obecnie: Kieleckiej 164d)

Na rynku tym prowadzi działalność jedna hurtownia PDA zlokalizowana w Radomiu z udziałem w rynku wynoszącym w 2014 r. 60-70%, zaś w 2015 r. 50-60% oraz jedna hurtownia Eurocash również w Radomiu, której udział wyniósł w 2014 r. 0-5%, a w 2015 r. 0-5%.

Łączny udział uczestników koncentracji wyniósł zatem **60-70%** w 2014 r. i **50-60%** w 2015 r.

Największymi konkurentami PDA i Eurocash na ww. rynku lokalnym są: Distribev Orbico sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z udziałem w rynku wynoszącym w 2015 r. **20-30%** oraz ALTI Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem wynoszącym w tym roku **10-15%**.

Ponadto na omawianym rynku prowadzi działalność 5 mniejszych konkurentów, których udział w rynku kształtował się w 2015 r. w granicach od ok. 0% do 10%.

2.2. Krajowe rynki zaopatrzenia w napoje alkoholowe

Udziały uczestników koncentracji w ujęciu ilościowym w krajowych rynkach zaopatrzenia w poszczególne rodzaje napojów alkoholowych w 2015 r. kształtowały się następująco:

Tabela nr 3

Lp.	Rynek właściwy	Szacowany udział w rynku (w %)	
		Eurocash	PDA
1.	Rynek zakup napojów o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa	20-30	0-5
2.	Rynek zakupu napojów o zawartości alkoholu powyżej 18%.	20-30	0-5

Źródło: WID

Jak wynika z powyższej tabeli w 2015 r. łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa kształtował się na poziomie 20-30%, a napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% wyniósł w 2015 r. 20-30%.

Rynki te charakteryzują się znaczącym rozproszeniem odbiorców, przy jednoczesnej silniejszej pozycji kilku jego uczestników, do których należą przede wszystkim: Jeronimo Martins Polska, Lidl, Auchan, Makro Cash&Carry Polska, Tesco, ALTI PLUS, Sobieski, Slegros. Powyższe pozwala zatem na stwierdzenie, że na krajowych rynkach zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa, a także zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%, w których Eurocash i PDA osiągają łącznie udziały rynkowe 20-30%, przedsiębiorcy ci spotykają się z konkurencją, która stanowi przeciwwagę ich pozycji rynkowej.

3. Ocena koncentracji przez ankietowanych przedsiębiorców

Jak zostało wskazane powyżej, prowadząc badanie rynkowe organ antymonopolowy wystosował do konkurentów uczestników koncentracji również prośbę o wyrażenie opinii na temat przedmiotowej koncentracji. W odpowiedzi większość ankietowanych przedsiębiorców oceniła negatywnie skutki tej transakcji, wskazując, iż doprowadzi ona do wzmocnienia dominującej roli Eurocash na rynku krajowym, dalszego ograniczenia konkurencji na rynku krajowym w tym także na rynkach lokalnych, a nawet do wyeliminowania z rynku innych przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży napojów

alkoholowych, znacznie mniejszych niż Eurocash. Zdaniem konkurentów uczestników koncentracji połączenie bardzo dużego podmiotu, jakim jest Eurocash, z kolejnym dużym dystrybutorem w postaci PDA wpłynie zdecydowanie negatywnie na konkurencyjność zarówno rynku hurtowego, jak i detalicznego. Tego typu koncentracja wpłynie także negatywnie na ceny napojów alkoholowych dla klienta ostatecznego. Jak wskazują badani przedsiębiorcy, już obecnie Eurocash wraz ze spółkami zależnymi oraz współpracującymi jest największą „organizacją” producencką, importerską, dystrybucyjną oraz posiadającą dużą ilość punktów sprzedaży detalicznej własnych i franczyzowych.

W toku postępowania organ antymonopolowy skierował również do przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie produkcji napojów alkoholowych prośbę o wyrażenie opinii na temat przewidywanych skutków rozpatrywanej koncentracji.

Odpowiedzi na powyższą kwestię udzieliło 4 badanych przedsiębiorców. Dwóch z nich wyraziło zaniepokojenie, iż może mieć ona negatywny wpływ na stan konkurencji na lokalnych rynkach hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych. Zdaniem przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe niepokój budzi przede wszystkim fakt, iż na skutek transakcji dojdzie do wzmocnienia podmiotu, który już obecnie posiada bardzo dużą siłę rynkową szczególnie w zakresie tzw. kanału sprzedaży tradycyjnej, gdzie hurtownie są koniecznym pośrednikiem pomiędzy producentami a sklepami, które oferują towary konsumentom. Kanał sprzedaży tradycyjnej ma w zakresie sprzedaży alkoholu szczególne znaczenie dla producentów, bowiem pozwala dotrzeć do szerokiej gamy klientów z rynków lokalnych, gdzie sprzedaż w kanale nowoczesnym nie jest rozwinięta (szczególnie: zaopatrywanie sklepów nocnych, regionów wiejskich oraz małych miast). Najważniejsza jest tu możliwość dotarcia do jak największej liczby małych sklepów, a w związku z faktem, iż Eurocash działa w zakresie hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych praktycznie na terenie całej Polski, a także prowadzi działalność jako organizator sieci partnerskich i franczyzowej, jego rola jest tu kluczowa. W praktyce bowiem dostęp producentów do sklepów skupionych w ww. sieciach Eurocash jest zależny od oferowania przez producenta swoich towarów za pośrednictwem Zgłaszającego. W ich ocenie dalsze wzmocnienie Eurocash na lokalnych rynkach hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych przyczyni się do wzrostu jego przewagi nad dostawcami, a w konsekwencji do podniesienia cen końcowych produktów, co dotknie bezpośrednio odbiorców końcowych.

Natomiast pozostali dwaj wskazali, iż koncentracja nie doprowadzi do ograniczenia konkurencji z uwagi na mocną pozycję pozostałych niezależnych dystrybutorów alkoholu działających na terenie pokrywającym się z obszarem działania PDA.

4. Pozostałe rynki wspólne dla uczestników koncentracji

Poza powyżej wskazanymi rynkami, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, działalność uczestników koncentracji pokrywa się również na następujących rynkach:

- 1) lokalnym rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych, obejmującym obszar wyznaczony odległością (po drogach) do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Chrzanowie przy ul. Stara Huta 7,
- 2) lokalnym rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych, obejmującym obszar wyznaczony odległością (po drogach) do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich przy ul. Wjazdowej 8a (zgodnie z informacją przekazaną przez Zgłaszającego hurtownia ta zaprzestała działalności z dniem 30 czerwca 2016 r.),
- 3) lokalnym rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych, obejmującym obszar wyznaczony odległością (po drogach) do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4,
- 4) lokalnym rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych, obejmującym obszar wyznaczony odległością (po drogach) do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Chrzanowie przy ul. Stara Huta 7,
- 5) krajowym rynku zaopatrzenia w napoje alkoholowe o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa.

4.1. Lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych. obejmujący obszar wyznaczony odległością (po drogach) do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Chrzanowie przy ul. Stara Huta 7.

Na rynku tym prowadzą działalność dwie hurtownie PDA, zlokalizowane w Krakowie i Chrzanowie (z tej samej lokalizacji sprzedaż prowadzi zarówno PDA, jak i spółka zależna Zagłoba), których łączny udział w rynku lokalnym wyniósł w 2014 r. 0-5%, a w 2015 r. 0-5%

oraz trzy hurtownie Eurocash zlokalizowane w Krakowie, Sosnowcu i Bielsko-Białej, których łączny udział wyniósł w 2014 r. 5-10%, a w 2015 r. 5-10%.

Udział Eurocash w ww. rynku lokalnym po dokonaniu koncentracji wyniesie zatem 5-10 % w 2014 r. i 5-10% w 2015 r.

Największymi konkurentami uczestników koncentracji na ww. rynku byli w 2014 r. Gozdawa sp. z o.o. z udziałem 5-10% oraz PHU sp. z o.o. udziałem na poziomie 5-10%. Natomiast w 2015 r. uczestnicy koncentracji spotykali się z konkurencją ze strony Dtribev Orbico sp. z o.o. z udziałem 10-15% oraz Gozdawa sp. z o.o. z udziałem w wysokości 5-10%.

Ponadto na rynku tym prowadzi działalność ok. 30 mniejszych konkurentów.

4.2. Lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych, obejmujący obszar wyznaczony odległością (po drogach) do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich przy ul. Wjazdowej 8a.

Na rynku tym działa jedna hurtownia PDA w Końskich której udział w rynku kształtował się w 2014 r. na poziomie 15-20%, a w 2015 r. 10-15% oraz jedna hurtownia Eurocash w Kielcach z udziałem wynoszącym zarówno w 2014 r., jak i w 2015 r. 0-5%.

Łączny udział uczestników koncentracji w ww. rynku wyniósł zatem w 2014 r. 15-20%, a w 2015 r. 15-20%.

Największymi konkurentami PDA i Eurocash na ww. rynku byli ICE Full sp. z o.o. z udziałem 30-40% w 2014 r. i 20-30% w 2015 r. oraz LOBO sp. z o.o. z udziałem 15-20% w 2014 r. i 10-15% w 2015 r. Ponadto w 2015 r. konkurentem uczestników koncentracji był Dtribev Orbico sp. z o.o. z udziałem w wysokości 15-20%.

Na tym rynku lokalnym prowadzi działalność także 8 innych podmiotów.

4.3. Lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych, obejmujący obszar wyznaczony odległością (po drogach) do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4,

Na rynku tym działalność prowadzi jedna hurtownia PDA zlokalizowana w Pabianicach z udziałem w wysokości 5-10% zarówno w 2014 r. jak i 2015 r. oraz dwie hurtownie Eurocash – po jednej w Łodzi i Piotrkowie Trybunalskim których łączny udział wyniósł w 2014 r. 5-10%, zaś w 2015 r. 5-10%.

Udział Eurocash w tym rynku po dokonaniu koncentracji wyniesie zatem 15-20% w 2014 oraz 10-15% w 2015 r.

Najwięksi konkurenci uczestników koncentracji na ww. rynku to MARIOTT K.S. Radomscy Sp. Jawna oraz Niewiadomski Marcin Con Trade z udziałami kształtującymi się na poziomie po 10-15% w 2014 r. oraz po 5-10% w 2015 r. W 2014 r. istotnym konkurentem był także Distribev Orbico sp. z o.o. z udziałem wynoszącym 10-15%.

Ponadto na omawianym rynku prowadzi działalność 25 mniejszych konkurentów.

4.4. Lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa za pośrednictwem hurtowni wyspecjalizowanych, obejmujący obszar wyznaczony odległością (po drogach) do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Chrzanowie przy ul. Stara Huta 7.

Na rynku tym prowadzą działalność dwie hurtownie PDA zlokalizowane w Krakowie i Chrzanowie (z tej samej lokalizacji sprzedaż prowadzi zarówno PDA jak i spółka zależna Zagłoba), których łączny udział rynkowy wyniósł zarówno w 2014 r., jak i w 2015 r. 0-5% oraz trzy hurtownie Eurocash zlokalizowane w Krakowie, Sosnowcu i Bielsku-Białej (przy czym hurtowni Eurocash w Bielsku-Białej zastała w 2015 r. została praktycznie wygaszona), których udział w 2014 r. wyniósł 0-5%, a w 2015 r. 5-10%.

Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku wyniesie zatem 5-10% w 2014 r. i 5-10% w 2015 r.

Największymi konkurentami PDA i Eurocash na ww. rynku lokalnym w 2014 r. byli Gozdawa sp. z o.o. z udziałem wynoszącym 10-15% oraz PHU sp. z o.o. udziałem wynoszącym 5-10%, a w 2015 r. Gozdawa sp. z o.o. z udziałem 5-10% i Distribev Orbico sp. z o.o. z udziałem 10-15%.

Na tym lokalnym rynku prowadzi działalność także 30 mniejszych konkurentów.

4.5 Krajowy rynek zaopatrzenia w napoje alkoholowe o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa.

Udział Eurocash w krajowym rynku zaopatrzenia w napoje alkoholowe o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa w 2015 r. kształtował się na poziomie 10-15% w ujęciu ilościowym, zaś udział PDA nieznacznie przekroczył 0-5%. Łączny udział uczestników koncentracji wyniósł zatem w 2015 r. 10-15%.

b) koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym na:

- lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu.

Uczestnicy koncentracji, działając w zakresie hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych, są również obecni po stronie popytowej tego rynku, zaopatrując sklepy, w tym sklepy własne, a Eurocash także powiązane z nim umowami franczyzowymi („Delikatesy Centrum”) lub partnerskimi (pozostałe sieci organizowane przez Eurocash).

Wpływ koncentracji na relacje wertykalne należy zatem odnieść po pierwsze - w stosunku do konkurentów uczestników koncentracji, prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych (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 ww. produkty (czy realizacja koncentracji nie wpłynie w istotny sposób na ograniczenie możliwości wyboru dostawcy przez te podmioty).

Zdaniem organu antymonopolowego, relacje wertykalne istniejące pomiędzy uczestnikami koncentracji nie wpłyną w istotny sposób na pozycję ich konkurentów, prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych. Wynika to z faktu, iż sklepy działające w ramach sieci franczyzowej i sieci partnerskich, zarządzanych przez Eurocash oraz sklepy będące własnością uczestników koncentracji już w tej chwili są w

większości przez nich zaopatrywane. 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 napoje alkoholowe) przez detalistów należy wskazać, iż ewentualne zakłócenia w tym zakresie mogą wystąpić jedynie na rynkach wspólnych dla uczestników koncentracji szczegółowo opisanych w części dotyczącej rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych niniejszej decyzji. Ocena tych powiązań będzie zatem zbieżna z oceną koncentracji, wynikającą z powiązań horyzontalnych i nie wymaga, w ocenie Prezesa Urzędu, głębszej analizy.

Wskazać należy, iż na obszarze każdego z ww. pięciu lokalnych rynków sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych przez hurtownie wyspecjalizowane działają sklepy detaliczne Eurocash i/lub powiązane z tym podmiotem umowami franczyzowymi („Delikatesy Centrum”) lub partnerskimi (pozostałe sieci organizowane przez Eurocash). Na rynkach tych mogą zatem wystąpić pomiędzy uczestnikami koncentracji relacje typu dostawca–odbiorca, a łączny udział Eurocash i PDA w każdym z nich przekracza poziom 30% (szczegółowe dane zostały przedstawione w części decyzji odnoszącej się do rynków na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym). Przedmiotowa koncentracja wywiera zatem wpływ na te rynki w układzie wertykalnym.

c) przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym na 17 rynków lokalnych hurtowej sprzedaży artykułów FMCG zrealizowanej poprzez hurtownie niewyspecjalizowane należące do Eurocash obejmujących obszar w promieniu do 50 km od hurtowni Eurocash zlokalizowanych w następujących miejscowościach:

1. Białystok (4 hurtownie),
2. Brodnica,
3. Choroszcz,
4. Ełk,
5. Garwolin,
6. Grudziądz,
7. Kołobrzeg,
8. Koszalin,
9. Ławy k. Ostrołęki,
10. Łomża,

11. Nowa Wieś k. Ławy,
12. Puławy,
13. Ryki,
14. Suwałki.

Udział grupy Eurocash w każdym z tych rynków przekraczał w 2015 r. poziom 40% i wyniósł w 2015 r. odpowiednio w rynku obejmującym obszar o promieniu 50 km od hurtowni, w:

- Białymstoku i Choroszczy – 50-60%,
- Brodnicy, Elku, Garwolinie, Grudziądzu, Kołobrzegu, Koszalinie, Ławach k.Ostrołęki, Łomży, Nowej Wsi k.Ławy, Puławach, Rykach, Suwałkach – 40-50%,

Na podstawie materiału zgromadzonego w niniejszej sprawie i powyższych ustaleń organ antymonopolowy zważył, co następuje:

Przepis art. 18 ustawy *o ochronie konkurencji* stanowi, iż Prezes Urzędu wydaje zgodę, w drodze decyzji, na dokonanie koncentracji, w wyniku której konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku, przy czym zgodnie z art. 4 pkt 10 tej ustawy przez pozycję dominującą rozumie się pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%.

Podstawowym celem postępowania antymonopolowego w sprawach koncentracji jest ustalenie, czy w wyniku zrealizowania zamierzonej transakcji dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku właściwym. Przykładem takiego istotnego ograniczenia konkurencji jest powstanie lub umocnienie pozycji dominującej. Należy jednakże podkreślić, że o ile powstanie lub umocnienie pozycji dominującej będzie zawsze prowadziło do ograniczenia konkurencji na rynku, to do ograniczenia konkurencji może dojść także w przypadkach, kiedy w wyniku koncentracji nie powstaje lub nie umacnia się pozycja dominująca. Samo stwierdzenie „istotne ograniczenie konkurencji” wykracza zatem poza kwestię powstania lub umocnienia pozycji dominującej i ma szersze znaczenie. Obejmuje bowiem 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.

Przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na:

- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu,
- lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich,
- lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie,
- lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu,
- krajowy rynek zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa oraz

- krajowy rynek zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%.

Wstępna analiza skutków niniejszej koncentracji wykazała, iż w jej wyniku dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na dwóch rynkach właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, a mianowicie na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 oraz na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu przy ul. Kalińskiej 4 (obecnie: Kieleckiej 164d).

Łączny udział uczestników koncentracji w lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach kształtował się w 2014 r. na poziomie 50-60% (Eurocash 30-40%, PDA 20-30%), a w 2015 r. na poziomie 40-50%. Jest on zatem wyższy od udziału, z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej (40%). Wskazać ponadto należy, iż w wyniku koncentracji Eurocash zwiększy posiadany w 2015 r. udział z 20-30% o 15-20 punktów procentowych. Wzrost udziałów, jaki nastąpi w wyniku koncentracji, nie może zatem zostać uznany za nieistotny. Dodatkowo należy zauważyć, iż największy konkurent uczestników koncentracji, tj. ALTI Plus S.A. z siedzibą w Krakowie posiadał w 2015 r. udział w rynku wynoszący 10-15%, a więc znacznie niższy niż połączonych przedsiębiorców. Udział następnego konkurenta, tj. Distribev Orbico sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, w 2015 r. to 10-15%. Udziały rynkowe pozostałych konkurentów oscylują w granicach od 0% do 10%. Biorąc powyższe pod uwagę należy wskazać, iż żaden z tych podmiotów nie będzie stanowił wystarczającej przeciwwagi dla połączonych przedsiębiorców.

Natomiast łączny udział uczestników koncentracji w lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu kształtował się w 2014 r. na poziomie 60-70% (Eurocash 0-5%, a PDA 60-70%), a w 2015 r. na poziomie 50-60% (Eurocash 0-5%, a PDA

50-60%). Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku przekroczy zatem próg, z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej.

Konkurentami uczestników koncentracji jest tutaj Dtribev Orbico sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, którego udział w 2015 r. był jednak znacznie niższy niż połączonych podmiotów i wyniósł 20-30%. Kolejnym konkurentem na tym rynku jest ALTI Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem wynoszącym w 2015 r. 10-15%, a następnie kilku mniejszych przedsiębiorców, których udział w rynku kształtował się w tym okresie w granicach od 0% do 10%.

Reasumując, wstępna analiza dała podstawy do stwierdzenia, że dokonanie zgłoszonej koncentracji doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA w Pabianicach oraz na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA w Radomiu. Należy podkreślić, iż w wyniku tej transakcji ulegnie zmniejszeniu liczba podmiotów oferujących wskazany asortyment. Przy istniejącej strukturze podmiotowej każdego z tych rynków (charakteryzują się one stosunkowo niewielką liczbą uczestników) oraz dość istotnej koncentracji już przed realizacją tej transakcji, doprowadzi ona do dalszego znacznego skoncentrowania tych rynków (z uwagi na wysoki udział w tych rynkach uczestników koncentracji) i istotnego zwiększenia się niebezpieczeństwa wzrostu cen tych produktów. Ostatecznie negatywne skutki tej koncentracji dotkną odbiorców końcowych tych wyrobów, tj. konsumentów.

Analiza skutków koncentracji nie wykazała natomiast istotnych zagrożeń wynikających z realizacji planowanej transakcji, w odniesieniu do lokalnego rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującego obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA w Radomiu, lokalnego rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującego obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA w Końskich, lokalnego rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującego obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA w Krakowie, lokalnego rynku sprzedaży napojów

alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującego obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA w Pabianicach, lokalnego rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującego obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA w Końskich, lokalnego rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującego obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA w Krakowie, krajowego rynku zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa i krajowego rynku zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%.

Uzasadniając powyższą ocenę przedmiotowej koncentracji na tych rynkach Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, iż w żadnym z nich łączny udział uczestników koncentracji nie przekracza progu 40%, z którym ustawa o *ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Ponadto na każdym z nich uczestnicy koncentracji spotykają się z silną konkurencją innych uczestników tych rynków, których udział rynkowy stanowi przeciwwagę siły rynkowej, jaką uzyska Eurocash po dokonaniu koncentracji.

Poniżej przedstawiono analizę skutków tej transakcji na poszczególnych rynkach.

Przedmiotowa koncentracja nie spowoduje ograniczenia konkurencji na lokalnym rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu. W jej wyniku Eurocash uzyska udział w tym rynku na poziomie 20-30%. Udział ten wynika głównie z dotychczasowej pozycji rynkowej PDA, który oscylował na poziomie 15-20%. Na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z silną konkurencją ze strony Distribev Orbico sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz Sławomira Opiła Toast Profit S.C. z siedzibą w Starachowicach dysponujących w 2015 r. udziałami rynkowymi na poziomie odpowiednio: 30-40% i 20-30%.

Koncentracja nie doprowadzi także do ograniczenia konkurencji na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich. Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku kształtował się w 2015 r. na poziomie 20-30%. W wyniku

koncentracji Eurocash zwiększy swój udział z 10-15% o 10-15 punktów procentowych. Niemniej jednak połączony podmiot spotykał się będzie z istotną konkurencją głównie ze strony Alti Plus S.A. z siedzibą w Krakowie oraz ICE-Full sp. z o.o. z siedzibą w Tomaszowie Mazowieckim, których udziały wyniosły w 2015 r. odpowiednio ok. 15-20% i 10-15%.

Realizacja transakcji nie doprowadzi również do istotnego ograniczenia konkurencji na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie. Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku kształtował się w 2015 r. na poziomie ok. 30-40%, a w wyniku tej transakcji ulegnie zwiększeniu z posiadanych dotychczas przez Eurocash 10-15% o 15-20 punktów procentowych. Największym konkurentem uczestników koncentracji na tym rynku jest Alti Plus S.A. z siedzibą w Krakowie, który dysponuje udziałem rynkowym w wysokości 30-40%.

W wyniku koncentracji nie nastąpi również istotne ograniczenie konkurencji na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach. Koncentracja doprowadzi do uzyskania przez Eurocash udziału w tym rynku w wysokości 20-30% i ulegnie zwiększeniu z posiadanych 10-15% o 10-15 punktów procentowych. Udział rynkowy największego konkurenta uczestników koncentracji na tym rynku, tj. Dobry Wybór sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wyniósł w 2015 r. 15-20%. Ponadto na rynku tym obecnych jest ok. 30 mniejszych konkurentów, których udziały kształtowały się w 2015 r. w granicach 0% do 10%.

Przedmiotowa koncentracja nie doprowadzi także do ograniczenia konkurencji na lokalnym rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Końskich. Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku kształtował się w 2015 r. na poziomie 30-40%. W wyniku koncentracji Eurocash zwiększy posiadany udział z 10-15% o 20-30 punktów procentowych. Niemniej jednak nadal spotykał się będzie z istotną konkurencją głównie ze strony ICE-Full sp. z o.o. z siedzibą w Tomaszowie Mazowieckim dysponującego w 2015 r. udziałem w rynku w wysokości 20-30% oraz Alti Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem 15-20%.

Realizacja transakcji nie doprowadzi również do istotnego ograniczenia konkurencji na lokalnym rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Krakowie. Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku kształtował się w 2015 r. na poziomie 30-40%. Udział Eurocash ulegnie zwiększeniu z posiadanych dotychczas 15-20% o 15-20 punktów procentowych. Połączony podmiot będzie się jednak spotykał z silną konkurencją przede wszystkim ze strony największego podmiotu na tym rynku, tj. Alti Plus S.A. z siedzibą w Krakowie, który dysponował w 2015 r. udziałem rynkowym w wysokości 60-70%. Udział zaś kolejnego, tj. Distribev Orbico sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wynosił 5-10%. Ponadto na rynku tym obecnych jest 8 mniejszych przedsiębiorców, których udziały kształtowały się w granicach 0% do 5%.

Koncentracja nie doprowadzi również do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa. Udział Eurocash w tym rynku w 2015 r. wyniósł 20-30% i wynikał głównie z dotychczasowej pozycji rynkowej Zgłaszającego (20-30%). Przyrost udziału w tym rynku będzie zatem nieznaczny i nie przekroczy 0-5 punktu procentowego.

Realizacja transakcji nie doprowadzi także do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%. Łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku kształtował się w 2015 r. na poziomie 20-30%, a udział Eurocash ulegnie zwiększeniu z posiadanych dotychczas 20-30% o 0-5 punkty procentowe.

W rozpatrywanej sprawie występują rynki, na które planowana koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym, tj. pięć następujących rynków:

- lokalny rynek sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA w Krakowie,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA w Końskich,

- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA w Krakowie,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA w Pabianicach,
- lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA w Radomiu.

Wskazać jednak należy, iż 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 zarządzane przez Eurocash oraz sklepy będące własnością Eurocash i PDA 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 zakłócenia w postaci ograniczenia możliwości wyboru dostawcy (tj. hurtowni sprzedających napoje alkoholowe) przez przedsiębiorców prowadzących działalność detaliczną mogą wystąpić jedynie na rynkach wspólnych, ocenionych w zakresie powiązań horyzontalnych.

Przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym na 17 lokalnych rynków hurtowej sprzedaży artykułów FMCG zrealizowanej poprzez hurtownie niewyspecjalizowane należące do Eurocash. Jednakże analizując wpływ koncentracji na te rynki w układzie konglomeratowym organ antymonopolowy uznał, iż brak jest podstaw aby przypuszczać, iż grupa Eurocash będzie wykorzystywać swoją silną pozycję na tych rynkach bowiem lokalne rynki konglomeratowe położone są w innych częściach Polski niż rynki wspólne dla uczestników koncentracji. Brak jest zatem podstaw aby uważać, że w połączeniu z silną pozycją Eurocash na ww. rynkach produktowych zamiar tej koncentracji wpłynie w sposób istotny na sytuację na rynkach wspólnych dla uczestników koncentracji.

Mając na względzie poczynione ustalenia, w szczególności fakt, iż zrealizowanie niniejszego zamiaru koncentracji doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 oraz na

lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu przy ul. Kalińskiej 4 (obecnie: Kieleckiej 164d), organ antymonopolowy zastosował w przypadku przedmiotowej koncentracji art. 96a ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji* i dnia 12 października 2016 r. skierował do Eurocash pismo, w którym poinformował o swoich zastrzeżeniach wobec planowanej koncentracji. W szczególności wskazał, iż po zrealizowaniu koncentracji na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach oraz na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji, będącego efektem znaczącego wzmocnienia pozycji rynkowej Zgłaszającego. W przypadku Pabianic planowana transakcja dotyczy nabycia przez lidera drugiego co do wielkości uczestnika tego rynku, a zatem przyrost udziałów po połączeniu będzie znaczny. Natomiast w przypadku Radomia planowana transakcja dotyczy nabycia lidera tego rynku przez podmiot, który wprawdzie obecnie prowadzi znikomą sprzedaż na tym rynku lokalnym, jednakże w każdej chwili może zwiększyć skalę tej działalności, a posiadane zaplecze i dotychczasowe wyniki sprzedażowe wskazują, iż jego siła rynkowa może być znaczna. Działalność hurtowni należącej do Eurocash zaczęto wygaszać w 2014 r., a jej klienci zostali przejęci przez najbliższej zlokalizowane hurtownie Eurocash. Jednakże hurtownia ta w dalszym ciągu funkcjonuje, a dane odnośnie wielkości jej sprzedaży w 2013 r. (ostatni rok przed wygaszaniem działalności) wskazują, iż dysponowała ona udziałem rynkowym na poziomie 30-40%. W wyniku realizacji przedmiotowej koncentracji dotychczasowi konkurenci połączą swoje potencjały i zaprzestaną konkurowania. Łączny udział uczestników koncentracji w tych rynkach znacznie przekroczy poziom 40%, z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Jednocześnie brak będzie na tych rynkach konkurentów dysponujących porównywalną pozycją rynkową. Największy z nich dysponuje udziałem o połowę niższym niż połączone podmioty. Analiza stanu konkurencji na ww. rynku przed i po dokonaniu koncentracji wskazuje zatem, iż dojdzie na nim do istotnego ograniczenia konkurencji.

W świetle powyższych ustaleń organ antymonopolowy uznał, iż przedmiotowa koncentracja nie spełnia przesłanek określonych w art. 18 ustawy *o ochronie konkurencji*, bowiem transakcja w kształcie przedstawionym przez Wnioskodawcę doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na dwóch ww. rynkach lokalnych. Tym samym w ocenie organu antymonopolowego nie jest możliwe wydanie decyzji zezwalającej na dokonanie tej koncentracji w oparciu o powyższy przepis.

Nawiązując do zastrzeżeń Prezesa Urzędu, Eurocash 10 listopada 2016 r. złożył pismo, w którym zadeklarował zamiar przedstawienia Prezesowi Urzędu warunków, o których mowa w art. 19 ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji* eliminujących w jego ocenie wątpliwości Prezesa Urzędu, co do skutków zamierzonej koncentracji dla konkurencji na rynkach lokalnych, co do których wskazano w ww. piśmie Prezesa Urzędu istnienie istotnego ograniczenia konkurencji oraz zamiar zobowiązania się do ich spełnienia.

Następnie pismem z dnia 23 listopada 2016 r. Zgłaszający odniósł się do zastrzeżeń Prezesa Urzędu podnosząc między innymi, iż jego zdaniem istnieją podstawy do zweryfikowania stanowiska organu antymonopolowego w szczególności w kwestii rynku lokalnego obejmującego Radom. Zgłaszający zwrócił w szczególności uwagę na fakt, iż wysokość udziału uczestników koncentracji na tym rynku jest konsekwencją udziału posiadanego przez pasywnego uczestnika koncentracji – PDA. Jedyna hurtownia Eurocash na tym rynku nie prowadzi sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%, a udział Eurocash na radomskim rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% jest minimalny bo bliski 0%. Ponadto Zgłaszający powołał się na dotychczasowe orzecznictwo Prezesa Urzędu⁴, zgodnie z którym sytuacje, kiedy wyłącznie jeden z uczestników koncentracji posiadał znaczący udział rynkowy, a działalność drugiego uczestnika była marginalna, nie były postrzegane przez Prezesa Urzędu jako problematyczne. Prezes Urzędu nie uznawał takich sytuacji za stwarzające zagrożenie dla konkurencji nawet, jeżeli łączny udział rynkowy uczestników koncentracji kształtował się na poziomie przekraczającym 40%. Ponadto Zgłaszający oświadczył, iż zaprzestanie sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% z hurtowi Eurocash w Radomiu nie jest zdarzeniem incydentalnym, ale wynikiem całościowej reorganizacji działalności Grupy Eurocash podyktowanej względami kosztowymi, a Eurocash nie planuje rozpoczęcia sprzedaży napojów alkoholowych mocnych w hurtowni w Radomiu.

⁴ Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 22 stycznia 2015 r. nr DKK - 216/2015 - *1 & 1 Internet/Home.pl*, decyzja Prezesa UOKiK z dnia 24 maja 2016 r. nr DKK - 77/2016 *SM Mlepol/SM Sudowia*.

Wskazano także, że wysokość udziału rynkowego hurtowni Eurocash w Radomiu za ostatni rok przed wygaszeniem działalności, tj. 2013 r. została oszacowana na podstawie sprzedaży realizowanej przez hurtownie, które zostały objęte badaniem Prezesa Urzędu, a zatem aktywnych w 2016 r. Udział ten nie uwzględnia tym samym sprzedaży hurtowni, które działały na rynku Radom w 2013 r. ale obecnie nie prowadzą już działalności. Uwzględnienie sprzedaży realizowanej przez te hurtownie (przedsiębiorców, którzy nie działają już na rynku) mogłoby wskazać na zupełnie inny udział Eurocash w rynku Radom w 2013 r. Zasadne byłoby zatem przyjęcie, że byłby to udział niższy. Ponadto zwrócono uwagę na fakt otwarcia na tym rynku nowej hurtowni przez silnego konkurenta Eurocash i PDA jakim jest Ice Full sp. z o.o., która według uczestników koncentracji dysponuje znaczącym potencjałem i może osiągać ze sprzedaży napojów o zawartości alkoholu powyżej 18% znaczne przychody.

Organ antymonopolowy po ponownej analizie zgromadzonych danych i informacji podzielił powyższe stanowisko Zgłaszającego. Uznał, iż pomimo uzyskania przez Eurocash udziału w lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Radomiu przy ul. Kalińskiej 4 (obecnie: Kieleckiej 164d) w wysokości 50-60% na rynku tym nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji. Nie bez znaczenia jest deklaracja Zgłaszającego, iż nie planuje rozpoczęcia sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% w swojej hurtowni w Radomiu. Pod uwagę wzięto również wejście na ten rynek nowego uczestnika, tj. Ice Full sp. z o.o., dysponującego istotnym zapleczem ekonomicznym i organizacyjnym.

W ww. piśmie Zgłaszający odniósł się także do zastrzeżeń Prezesa Urzędu dotyczących lokalnego rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach podnosząc między innymi, iż łączny udział uczestników koncentracji w tym rynku wynoszący 40-50% nie uzasadnia przyjętego przez Prezesa Urzędu stanowiska o ograniczeniu konkurencji na tym rynku. Jak wskazuje Eurocash dopiero udziały rynkowe na poziomie 50% stanowią silną przesłankę dla stwierdzenia niekorzystnego wpływu transakcji na konkurencję.

Uwzględniając udział rynkowy Eurocash po dokonaniu koncentracji na rynku Pabianice, wyłączenie z zakresu zamierzonej koncentracji hurtowni PDA w Pabianicach przy ul.

Sempołowskiej 4 wydaje się być środkiem **nieproporcjonalnym**. Ponadto, skutki zobowiązania Eurocash do wyłączenia z zakresu transakcji hurtowni PDA w Pabianicach rozciągną się także na rynki właściwe, na których zamierzona koncentracja nie powoduje żadnych wątpliwości, a mianowicie: na rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych do 4,5% oraz piwa oraz na rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych do 4,5%-18% wyznaczone od hurtowni PDA w Pabianicach. Zdaniem Eurocash środkiem w pełni wystarczającym dla wyeliminowania ryzyka zbyt wysokiego udziału Eurocash na rynku właściwym Pabianice, a jednocześnie nie idącym dalej aniżeli jest to konieczne dla osiągnięcia ww. celu byłoby zobowiązanie Eurocash do doprowadzenia do wykreślenia z zezwoleń na obrót hurtowy napojami alkoholowymi o zawartości alkoholu powyżej 18% hurtowni PDA w Pabianicach (ul. Sempołowskiej 4) oraz hurtowni Eurocash w Piotrkowie Trybunalskim (ul. Sulejowska 45). Warunek taki pozwoli Eurocash przejąć - w ramach zamierzonej koncentracji - hurtownię PDA w Pabianicach, przy czym wynikające z niego obowiązki skutecznie pozbawią Eurocash możliwości prowadzenia sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% z tego magazynu.

Organ antymonopolowy po ponownej analizie nie podzielił jednak stanowiska Zgłaszającego w powyższej kwestii. Uznał, iż udział jaki Eurocash uzyska w lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 po dokonaniu koncentracji, tj. w wysokości 40-50% doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji. Wielkość posiadanego przez uczestników koncentracji potencjału rynkowego – połączenie dwóch największych uczestników na tym rynku - oraz struktura podmiotowa tego rynku (największy konkurent dysponuje udziałem ponad trzykrotnie niższym od tego, którym Eurocash dysponował będzie po nabyciu PDA) z dużym prawdopodobieństwem pozwala na przyjęcie, iż po dokonaniu koncentracji podmiot ten będzie mógł działać niezależnie od konkurentów i kontrahentów.

Organ antymonopolowy nie podziela również twierdzenia Zgłaszającego, iż wykreślenie z zezwolenia na handel napojami alkoholowymi dwóch lokalizacji tj. hurtowni PDA w Pabianicach (ul. Sempołowskiej 4) oraz hurtowni Eurocash w Piotrkowie Trybunalskim (ul. Sulejowska 45) zniweluje niekorzystny wpływ tej transakcji na konkurencję. W ocenie Prezesa Urzędu, po wykreśleniu obu ww. lokalizacji z zezwolenia, Eurocash posiadając nadal jedną hurtownię na tym rynku, tj. hurtownię zlokalizowaną w Łodzi będzie mógł skutecznie zaopatrywać z niej nie tylko dotychczasowych klientów tej

hurtowni, ale również klientów hurtowni w Pabianicach i Piotrkowie Trybunalskim. W tym miejscu podkreślić także należy, iż hurtownia Eurocash w Piotrkowie Trybunalskim już obecnie nie prowadzi sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%.

Pismem z dnia 28 listopada 2016 r. Eurocash działając na podstawie art. 96a ust. 6 w zw. z art. 19 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji przedstawił Prezesowi Urzędu następujące warunki i zobowiązał się do ich wykonania:

I. wyłączenie z zakresu transakcji pomiędzy Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach, a KJD Investment sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, **przed jej dokonaniem**, ogółu składników materialnych i niematerialnych należących do Polska Dystrybucja Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach składających się na hurtownię wyspecjalizowaną w dystrybucji napojów alkoholowych w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4. Wyłączenie to obejmuje wszelkie prawa i składniki przypisane do hurtowni wyspecjalizowanej w dystrybucji napojów alkoholowych położonej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 i prowadzonej przy jej wykorzystaniu działalności („**Hurtownia w Pabianicach**”), w szczególności:

1. prawa do nieruchomości, na której znajduje się Hurtownia w Pabianicach;
2. umowy z pracownikami Polska Dystrybucja Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach wykonującymi pracę w Hurtowni w Pabianicach (z wyłączeniem umów z pracownikami wykonującymi pracę w siedzibie/centrali Polska Dystrybucja Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach, której zakres wykracza poza działalność prowadzoną z Hurtowni w Pabianicach);
3. umowy zawarte z przedstawicielami handlowymi współpracującymi z Hurtownią w Pabianicach (z wyłączeniem umów z przedstawicielami handlowymi świadczącymi usługi na rzecz innych hurtowni Polska Dystrybucja Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach aniżeli Hurtownia w Pabianicach);
4. umowy cywilnoprawne o świadczenie usług dla Hurtowni w Pabianicach;
5. umowy dostaw oraz umowy o współpracy z klientami Hurtowni w Pabianicach (z wyłączeniem umów zawartych na szczeblu centralnym przez Polska Dystrybucja Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach);
6. środki trwałe, urządzenia i wyposażenie wykorzystywane w działalności Hurtowni w Pabianicach;
7. dokumentację księgową, techniczną i handlową związaną z prowadzeniem działalności Hurtowni w Pabianicach;

8. dokumentację prawno-pracowniczą i regulaminy wewnętrzne Hurtowni w Pabianicach;
9. lokalną bazę klientów Hurtowni w Pabianicach (adresy, numery NIP, ilości i wartości zamówionych przez każdego klienta towarów).

II. przedstawienia Prezesowi Urzędu informacji o realizacji ww. warunku w terminie 14 dni od daty jego wykonania.

Organ antymonopolowy rozważył zatem zastosowanie w przypadku przedmiotowej koncentracji art. 19 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji*. Stosownie do treści tego przepisu Prezes Urzędu, w drodze decyzji, wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, gdy - po spełnieniu przez przedsiębiorców zamierzających dokonać koncentracji określonych warunków - konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku. Prezes Urzędu może na przedsiębiorcę lub 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 nadzorczego 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, co wyraźnie wynika z użytego przez ustawodawcę zwrotu „w szczególności”. Wskazane w tym przepisie warunki są jedynie przykładowe, co oznacza, że stosownie do okoliczności mogą one przyjmować różną treść⁵. 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

⁵ E. Modzelewska - Wąchal, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2002 r., s. 167.

zakresu), organ antymonopolowy powinien także działać w oparciu o zasadę proporcjonalności⁶.

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)⁷.

Po analizie zaprezentowanych przez Eurocash zobowiązań Prezes Urzędu uznał, iż przyjęcie zaproponowanego warunku pozwala na stwierdzenie, iż w wyniku realizacji transakcji nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4. Wykonanie warunku, o którym mowa powyżej oznaczać będzie, że w kontekście zamierzonej koncentracji w ogóle nie będzie występował rynek wspólny dla jej uczestników, tj. rynek wspólny wyznaczony od obecnej hurtowni PDA w Pabianicach

Tym samym wyłączenie z zakresu transakcji hurtowni w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 spowoduje, że Eurocash nie wzmocni swojej siły rynkowej do poziomu powodującego istotne zagrożenia dla efektywnej konkurencji na omawianym lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%.

W niniejszej sprawie organ antymonopolowy uznał zatem, iż będąca przedmiotem warunku hurtownia w Pabianicach, przy ul. Sempołowskiej 4, należąca do PDA, powinna zostać wyłączona z zakresu transakcji. Wyłączenie to powinno obejmować następujące składniki materialne i niematerialne przypisane do tej hurtowni i prowadzonej w niej działalności, w szczególności: prawa do nieruchomości, na której znajduje się hurtownia, umowy z pracownikami, umowy zawarte z przedstawicielami handlowymi współpracującymi z hurtownią, umowy zawarte lokalnie z dostawcami towarów; umowy cywilnoprawne o świadczenie usług dla hurtowni, umowy o współpracy z klientami (z wyłączeniem umów zawartych przez PDA na szczeblu centralnym), wyposażenie hurtowni,

⁶ 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.

⁷ *ibidem*

dokumentację księgową, techniczną i handlową związaną z prowadzeniem działalności hurtowni, a także dokumentację prawno-pracowniczą i regulaminy wewnętrzne hurtowni; lokalną bazę klientów hurtowni wraz z historią ich zakupów (adresy, numery NIP, ilości i wartości zamówionych przez każdego klienta towarów, ceny, po jakich odbiorcy nabywali towary) i musi nastąpić przed dokonaniem niniejszej koncentracji. W ocenie organu antymonopolowego takie postanowienie skutecznie powinno ochronić konkurencję na tym rynku. W szczególności pozostawienie tej hurtowni w ramach PDA wyeliminuje problemy ze znalezieniem odpowiedniego nabywcy, dającego gwarancję prowadzenia przez tę hurtownię działalności w dotychczasowym zakresie.

Ponadto organ antymonopolowy postanowił na podstawie art. 19 ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji* na Eurocash obowiązek złożenia informacji o wykonaniu powyższego warunku w terminie 14 dni od jego zrealizowania.

Obowiązek informacyjny pozwoli Prezesowi Urzędu ustalić, czy w rzeczywistości Eurocash wywiązała się z nałożonego na nią zobowiązania oraz czy strona ostatecznie zrealizowała nałożony na nią warunek.

Mając na względzie powyższe okoliczności 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 lokalnym rynku sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km od hurtowni PDA zlokalizowanej w Pabianicach przy ul. Sempołowskiej 4 .

Jednocześnie Prezes Urzędu w pkt II sentencji niniejszej decyzji nałożył na Eurocash obowiązek złożenia Prezesowi Urzędu informacji dotyczących realizacji ww. warunku w terminie 14 dni od jego realizacji.

W związku z powyższym orzeczono, jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji* oraz art. 479²⁸ § 2 *ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego* (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 1822) – 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 jednego miesiąca od dnia jej doręczenia.

*Z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Wiceprezes
Bernadeta Kasztelan-Świetlik*