



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, 2 grudnia 2021 r.

DKK-1.423.5.2021.MAB

Decyzja nr DKK - 277/2021

I. Na podstawie art. 19 ust. 1 w związku z art. 13 ust. 1 pkt 1 i 2 oraz ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz.U. z 2021 r. poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Carrefour Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na nabyciu przez Carrefour Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie części mienia Ingka Centres Polska sp. z o.o. z siedzibą w Jankach w zakresie wskazanym we wniosku **pod warunkiem** trwałego i nieodwracalnego zmniejszenia powierzchni sprzedaży przez Carrefour Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie w sklepie Carrefour we Wrocławiu przy ul. Gen. Hallera 52 – zmniejszenie ma nastąpić o powierzchnię sprzedaży wynoszącą 1 500 m² w terminie do [*tajemnica przedsiębiorstwa*].

II. Na podstawie art. 19 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz.U. z 2021 r. poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Carrefour Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie obowiązek złożenia Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów informacji o realizacji warunku w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia jego wykonania lub terminu na jego wykonanie.

Uzasadnienie

31 marca 2021 r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) zgłoszenie

zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegającej na nabyciu przez Carrefour Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie (dalej „CP”, „Zgłaszający” lub „Wnioskodawca”) części mienia Ingka Centres Polska sp. z o.o. z siedzibą w Jankach (dalej jako „Ingka”) w postaci powierzchni handlowej wykorzystywanej na potrzeby hipermarketu Tesco zlokalizowanego w Bielanach Wrocławskich przy ul. Czekoladowej 7-9 (nabywane mienie, dalej także jako „TBW”).

W związku z tym, iż:

- 1) spełnione zostały niezbędne przesłanki uzasadniające obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji, bowiem:
 - łączny światowy obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekracza równowartość 1 000 000 000 euro, a także przekroczył równowartość 50 mln euro na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, tj. kwoty określone w art. 13 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275), zwanej dalej również „*ustawą o ochronie konkurencji*”,
 - nabycie przez przedsiębiorcę części mienia innego przedsiębiorcy (całości lub części przedsiębiorstwa) jest jednym ze sposobów koncentracji, określonym w art. 13 ust. 2 pkt 4 *ustawy o ochronie konkurencji*, zaś obrót realizowany przez nabywane mienie w 2019 i 2020 r. przekroczył na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej równowartość 10 000 000 euro.
- 2) nie występuje w tej sprawie żadna okoliczność z katalogu przesłanek wymienionych w art. 14 *ustawy o ochronie konkurencji*, wyłączająca obowiązek zgłoszenia zamiaru przedmiotowej koncentracji,

zostało wszczęte postępowanie antymonopolowe w tej sprawie, o czym, zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2020 r. poz. 256), organ antymonopolowy zawiadomił Wnioskodawcę pismem z 1 kwietnia 2021 r.

12 kwietnia 2021 r. organ antymonopolowy postanowił przedłużyć termin na zakończenie postępowania w tej sprawie o 4 miesiące w celu przeprowadzenia badania rynku. Uzasadniając powyższe Prezes Urzędu wskazał, iż koncentracja wywiera wpływ na lokalny rynek detalicznej sprzedaży artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku (AKCU) za pośrednictwem hipermarketów. Łączne udziały uczestników koncentracji na tym rynku przekraczały 40 %. Przedstawione przez Zgłaszającego dane były danymi szacunkowymi i w ocenie Prezesa Urzędu wymagały zweryfikowania, którego nie da się przeprowadzić w inny



sposób niż poprzez przeprowadzenie badania rynku. Ponadto istotne jest, że nie istnieją wiarygodne publicznie dostępne dane dotyczące poszczególnych rynków lokalnych, na których działają uczestnicy koncentracji (wielkość rynku, udział uczestników koncentracji i ich konkurentów). Bez tych danych organ antymonopolowy nie był w stanie dokonać prawidłowej oceny tej koncentracji.

Prezes Urzędu w ramach prowadzonego postępowania wystosował ankiety do wszystkich konkurentów CP i hipermarketu działającego na bazie TBW wskazanych przez Wnioskodawcę, prowadzących działalność w zakresie sprzedaży AKCU w sklepach wielkoformatowych na terenie aglomeracji wrocławskiej.

Uczestnicy koncentracji

CP (aktywny uczestnik koncentracji) należy do międzynarodowej grupy kapitałowej Carrefour („Grupa Carrefour”). Grupa Carrefour prowadzi działalność głównie w sektorze handlu detalicznego AKCU poprzez sieci sklepów Carrefour, Carrefour Market, Carrefour Express i Globi. Grupa Carrefour jest ostatecznie kontrolowana przez Carrefour S.A. z siedzibą w Massy, Francja.

Grupa Carrefour kontroluje w Polsce następujące spółki zależne:

1. Carrefour Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie – prowadzenie sieci sklepów wielkopowierzchniowych;
2. CPA WAW 1 Polska sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie - sprzedaż detaliczna i hurtowa napojów alkoholowych i bezalkoholowych;
3. CServices sp. z o. o. z siedzibą w Krakowie - świadczenie usług doradczych oraz księgowo finansowych, w tym również usług wspierających współpracę w sieci franczyzowej Carrefour.

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

Nabywane mienie – TBW (pasywny uczestnik koncentracji) - stanowi tytuł prawny (prawa i obowiązki wynikające z umowy najmu) do powierzchni handlowej przeznaczonej na prowadzenie wielkopowierzchniowego sklepu z niewyspecjalizowaną sprzedażą AKCU. Jest to część powierzchni aktualnie wykorzystywanej dla potrzeb prowadzenia wskazanej powyżej działalności przez hipermarket Tesco prowadzony przez Tesco Polska. CP planuje zmniejszyć



powierzchnię wynajmowanej powierzchni handlowej z obecnych [*tajemnica przedsiębiorstwa*] (zajmowanych przez hipermarket Tesco) do [*tajemnica przedsiębiorstwa*].

Obiekt handlowy (Aleja Bielany w Bielanych Wrocławskich), w którym mieści się powierzchnia TBW należy do Ingka. Ingka prowadzi działalność inwestycyjną i zarządcą na rynku nieruchomości komercyjnych. Ingka należy do grupy kapitałowej IKEA.

Obrót generowany na powierzchni TBW w 2020 r. w Polsce wyniósł ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa*] EUR, zaś w 2019 r. ok. [*tajemnica przedsiębiorstwa*] EUR.

Przyczyny i zakres koncentracji

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

Transakcja polega na nabyciu przez CP mienia TW. Podstawą zgłoszenia zamiaru koncentracji jest zawarty [*tajemnica przedsiębiorstwa*] przez CP oraz Ingka list intencyjny dotyczący najmu powierzchni handlowej wykorzystywanej w części przez hipermarket działający na bazie TBW.

Przez realizację zgłoszonej koncentracji CP zamierza rozszerzyć swoją sieć wielkopowierzchniowych sklepów detalicznych, aby zwiększyć swoją rozpoznawalność na rynku, dotrzeć do szerszego grona konsumentów, a tym samym polepszyć swoją pozycję konkurencyjną wobec innych sieci wielkopowierzchniowych sklepów detalicznych.

Organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:

Przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji prowadzą działalność w zakresie sprzedaży detalicznej AKCU i realizują ją w obiektach wielkopowierzchniowych, tj. Grupa Carrefour w hipermarketach, supermarketach i dyskontach, a TBW służy do prowadzenia jednego hipermarketu. Prowadzenie działalności w zakresie sprzedaży detalicznej AKCU powoduje w sposób oczywisty konieczność uczestniczenia w rynku nabywania AKCU w celu odsprzedaży, czyli w rynku zaopatrzenia w te produkty.

Rynek zaopatrzenia w AKCU



Zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Komisji Europejskiej¹ oraz Prezesa Urzędu² właściwym rynkiem geograficznym dla rynku zaopatrzenia w AKCU jest rynek krajowy. Takie określenie wynika przede wszystkim z preferencji konsumentów, istniejących kanałów dystrybucyjnych oraz różnic w cenach (w niektórych przypadkach, ze względu na rodzaj produktu może to być jednak również rynek lokalny lub europejski). Również w przypadku przedmiotowej koncentracji właściwy rynek geograficzny ma co do zasady zasięg krajowy, gdyż przeważającą część dostawców uczestników koncentracji stanowią krajowi producenci, których wyroby sprzedawane są na terytorium Polski.

Oszacowanie udziału uczestników koncentracji w tym rynku poprzez odniesienie wartości ich zakupów do wartości całego rynku hurtowych zakupów AKCU nie jest możliwe, bowiem nie ma dostępnych danych statystycznych dotyczących tej łącznej wartości. W tej sytuacji konieczne jest oparcie tego oszacowania na udziale uczestników koncentracji w rynku sprzedaży detalicznej AKCU, który stanowi zadowalające przybliżenie udziału w hurtowych zakupach AKCU, ponieważ żeby dane produkty sprzedać, trzeba je najpierw zakupić. Jeśli zatem udział poszczególnych sprzedawców w sprzedaży detalicznej ogółem będzie ograniczony, nie będą oni również posiadać nadmiernie silnej pozycji na rynku zakupowym.

Jak wynika z danych przedstawionych przez Wnioskodawcę, łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku zaopatrzenia AKCU [oszacowanym na podstawie sprzedaży detalicznej AKCU] w wyniku koncentracji będzie się kształtował na poziomie ok. *[tajemnica przedsiębiorstwa]*.

Rynek zaopatrzenia w AKCU można także podzielić na segmenty (grupy segmentów) ze względu na rodzaje produktów, sposób ich wytwarzania oraz możliwość zmiany profilu produkcji przez producentów. Komisja Europejska dzieli rynek zaopatrzenia na 24 grupy produktowe, podobnego podziału dokonał Prezes Urzędu w niniejszej sprawie.

Udziały uczestników przedmiotowej koncentracji w rynkach zaopatrzenia 24 grup asortymentowych AKCU przedstawia poniższa tabela nr 1:

¹COMP/M.2161 – Ahold/Superdiplo.

²Decyzja DOK nr 143/2006 z 21 listopada 2006 r.

Tabela nr 1

Rynek produktowy	Udział CP	Udział TBW
Rynek zaopatrzenia w AKCU (ogółem)		
Napoje		
Chemia gospodarcza		
Perfumy/artykuły higieniczne		
Artykuły spożywcze suche		
Parafarmaceutyki		
Towary nietrwałe sprzedawane w ramach samoobsługi		
Wyroby delikatesowe		
Ryby		
Owoce i warzywa		
Świeże pieczywo i ciasta		
Mięso		
Produkty do majsterkowania		
Artykuły dekoracyjne dla domu		
Kultura		
Zabawki/czas wolny /relaks		
Produkty ogrodnicze		
Akcesoria samochodowe		
Duży sprzęt gospodarstwa domowego		
Mały sprzęt gospodarstwa domowego		
Artykuły fotograficzne/filmowe		
Sprzęt Hi-fi/audio		
TV/video		
Tekstylia		

[tajemnica przedsiębiorstwa]

Źródło: dane Wnioskodawcy.

Jak wynika z przedstawionych danych, łączny udział Grupy Carrefour i TBW w żadnej z 24 grup asortymentowych nie przekracza [tajemnica przedsiębiorstwa] udziału w

krajowym rynku sprzedaży detalicznej poszczególnych grup asortymentowych AKCU. Powyższe dane pozwalają na stwierdzenie, że udziały uczestników koncentracji w krajowym rynku zaopatrzenia w AKCU w każdej z ww. grup asortymentowych i łącznie w tych grupach nie będą wyższe od przedstawionych powyżej.

Rynek sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych

Rynek sprzedaży detalicznej AKCU charakteryzuje się znaczną liczbą jego uczestników zarówno od strony podażowej, jak i popytowej. Od strony popytowej jego uczestnikami są indywidualni klienci, którzy mogą dokonywać zakupów w obiektach handlowych o różnej skali działania, począwszy od małych sklepików i bazarów poprzez duże sklepy, supermarkety, a skończywszy na hipermarketach.

W dotychczasowych decyzjach³ Prezes Urzędu przyjmował, że sklepy należące do nowoczesnego kanału dystrybucji różnią się od tradycyjnych sklepów spożywczych oraz pozostałych specjalistycznych sklepów modelem prowadzenia działalności gospodarczej. Sklepy wielkopowierzchniowe od pozostałych formatów sklepów odróżnia przede wszystkim wielkość powierzchni sprzedażowej. Jest ona zdecydowanie większa i wynosi od kilkuset metrów kwadratowych (sklep dyskontowy, supermarket) do nawet kilku tysięcy w przypadku hipermarketów. Wielkość powierzchni determinuje inne cechy, które wyróżniają ten kanał dystrybucji spośród pozostałych.

W niniejszej sprawie wskazane orzecznictwo zachowuje pełną aktualność.

Cechą charakterystyczną rynku sklepów wielkopowierzchniowych jest występująca asymetryczność konkurencji, która oznacza, że o ile większe formaty wywierają istotną presję konkurencyjną na formaty mniejsze, o tyle wpływ mniejszych formatów (supermarkety, dyskonty) na największy format sklepów (hipermarkety) jest ograniczony. Zdaniem Prezesa Urzędu na rynku HSD (hipermarkety - supermarkety - dyskonty) mamy do czynienia z konkurencją bądź też substytucją, pomiędzy poszczególnymi formatami sklepów, tylko „w jedną stronę”. Oznacza to, że o ile hipermarkety spotykają się z ograniczoną presją konkurencyjną ze strony pozostałych placówek, to zarówno supermarkety, jak i dyskonty muszą się liczyć z presją ze strony hipermarketów. W rezultacie otrzymujemy dwa

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

produktowe rynki właściwe istotne w niniejszej sprawie: rynek hipermarketów (z punktu widzenia oceny wpływu koncentracji między hipermarketami) oraz rynek HSD (z punktu widzenia oceny wpływu koncentracji na supermarkety i dyskonty). Takie podejście do definiowania rynków właściwych w przypadku koncentracji sklepów wielkopowierzchniowych widoczne jest w orzecznictwie organów brytyjskich⁴ oraz ich badaniach⁵. Szczegółowe uzasadnienie dla uznania hipermarketów za należące do odrębnego rynku produktowego w niniejszej sprawie zostało przedstawione w dalszej części decyzji, zawierającej opis tego rynku.

Grupa Carrefour prowadzi kilka rodzajów sklepów –hipermarkety pod marką Carrefour, supermarkety pod marką Carrefour Market, sklepy franczyzowe pod marką Carrefour Express i minimarkety Globi, zaś TBW stanowi powierzchnię, wykorzystywaną przez Tesco Polska do prowadzenia hipermarketu pod marką Tesco. W niniejszej sprawie asymetryczność konkurencji powoduje, że rozpatrywana koncentracja musi być równocześnie analizowana w zakresie dwóch obszarów:

- sprzedaży detalicznej AKCU w HSD na rynkach, na których pokrywa się działalność marketów Carrefour i Carrefour Market oraz hipermarketu działającego na bazie TBW oraz
- sprzedaży detalicznej AKCU w hipermarketach na rynku, na którym pokrywa się działalność hipermarketu Carrefour i hipermarketu działającego na bazie TBW.

Rynek sprzedaży detalicznej AKCU w HSD

Definicja rynku sprzedaży detalicznej AKCU w HSD została wypracowana w dotychczasowym orzecznictwie Prezesa Urzędu⁶ i nie jest ona kwestionowana przez CP. W zakresie wymiaru geograficznego rynku właściwego, bazując na dotychczasowym orzecznictwie oraz ustaleniach niniejszego postępowania należy przyjąć, że w przypadku przedmiotowej koncentracji rynek sprzedaży detalicznej AKCU w HSD ma wymiar lokalny i obejmuje swoim zasięgiem obszar położony w promieniu do 10 i 15 min. jazdy samochodem po drogach publicznych od przejmowanego hipermarketu działającego na bazie TBW.

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

⁴ Decyzja OFT ME/5317/12 Co-op/David Samds, czy ME/4810/10 Tesco/Mills.

⁵ The Supply of Groceries in the UK. Market Investigation, Competition Commission, London 2008, s. 62-64.

⁶ Zob. Decyzje Prezesa Urzędu nr DDF 49/2002, DOK 15/2005, DOK 30/2005, DOK 41/2005, DOK 143/2006, czy DKK 76/2008.



według kryterium obrotu i powierzchni sprzedaży. Analizując sytuację na rynku HSD Prezes Urzędu oceniał, czy sklepy należące do łączących się stron spotykają się z wystarczającą konkurencją ze strony hipermarketów, supermarketów i dyskontów należących do innych podmiotów. Ocena wpływu koncentracji na sytuację hipermarketów została natomiast dokonana w dalszej części decyzji, w oparciu o analizę rynku hipermarketów.

Mając na uwadze powyższą definicję oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. z 2018 r. poz. 367), dalej „Rozporządzenie w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców”, organ antymonopolowy uznał, iż przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na lokalny rynek HSD położony w promieniu do 15 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od hipermarketu działającego na bazie TBW zlokalizowanego w Bielanych Wrocławskich przy ul. Czekoladowej 7-9.

Rynek HSD w promieniu do 15 minut jazdy samochodem od hipermarketu działającego na bazie TBW

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket działający na bazie TBW, z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz dwa sklepy CP z łącznym udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą zatem ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Na rynku tym największymi konkurentami uczestników koncentracji są Biedronka, prowadząca 18 sklepów z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu, Grupa Schwarz, prowadząca 7 sklepów z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz Auchan z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz



ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu, ALDI z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu i Netto z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Ponadto, z ważniejszych konkurentów, na omawianym rynku działalność prowadzą: Dino (2 sklepy), Spar (1 sklep), Stokrotka (1 sklep) z indywidualnymi udziałami nie przekraczającymi [tajemnica przedsiębiorstwa] zarówno według kryterium powierzchni sprzedaży, jak i kryterium obrotu.

Rynek sprzedaży AKCU w hipermarketach

Orzecznictwo Prezesa Urzędu w zakresie detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem hipermarketów jest ugruntowane⁷. W ocenie Prezesa Urzędu sposób działania hipermarketów powoduje, że odróżniają się one widocznie od dyskontów i supermarketów, co powoduje, iż formaty te nie stanowią wystarczająco bliskiej konkurencji dla hipermarketów. Rynek sprzedaży detalicznej AKCU w hipermarketach ma wymiar lokalny i obejmuje swoim zasięgiem obszar położony w promieniu do 20 min. lub do 25 min. jazdy samochodem od przejmowanej placówki handlowej.

Mając na uwadze powyższą definicję oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w Rozporządzeniu w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców, organ antymonopolowy uznał, iż przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na lokalne rynki hipermarketów położone w promieniu do 20 i 25 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od hipermarketu działającego na bazie TBW zlokalizowanego w Bielanych Wrocławskich przy ul. Czekoladowej 7-9.

Rynek hipermarketów w promieniu do 20 minut jazdy samochodem od hipermarketu działającego na bazie TBW

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket działający na bazie TBW, z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni

⁷ Decyzja Nr DKK-161/2011 czy DKK - 4/2014.

sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz dwa hipermarkety CP z łącznym udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą zatem ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Na rynku tym największymi konkurentami uczestników koncentracji są Auchan, prowadzący 2 sklepy z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz Grupa Schwarz z dwoma sklepami Kaufland z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Rynek hipermarketów w promieniu do 25 minut jazdy samochodem od hipermarketu działającego na bazie TBW

Na rynku tym prowadzi działalność hipermarket działający na bazie TBW, z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz trzy hipermarkety CP z łącznym udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Łączne udziały uczestników koncentracji wynoszą zatem ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Na rynku tym największymi konkurentami uczestników koncentracji są Auchan, prowadzący 2 sklepy z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz Grupa Schwarz z czterema sklepami Kaufland z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.



Ocena skutków koncentracji

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

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

Powyższe oznacza, że koncentracja jest dopuszczalna wówczas, gdy nie zakłóca skutecznej konkurencji na rynku właściwym, w szczególności w wyniku powstania lub umocnienia pozycji dominującej.

Oceniając przedmiotową koncentrację Prezes Urzędu uznał, iż są pewne podstawy do stwierdzenia, iż na rynkach właściwych sprzedaży AKCU w hipermarketach, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym może dojść do istotnego ograniczenia konkurencji. Na rynku w promieniu do 20 minut jazdy samochodem od hipermarketu działającego na bazie TBW, prowadzi działalność ten hipermarket z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz dwa hipermarkety CP z łącznym udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]

według kryterium powierzchni sprzedaży i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Po dokonaniu koncentracji udział CP na tym rynku wzrośnie zatem do ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz do ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu. Należy w tym miejscu podkreślić, iż w przypadku przekroczenia 40% udziału w rynku zastosowanie ma art. 4 pkt 10 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w myśl którego domniemywa się, że przedsiębiorca posiada pozycję dominującą jeżeli jego udział w rynku właściwym przekracza 40%. Domniemanie to nie zostało obalone przez Zgłaszającego.

Podobnie na rynku w promieniu do 25 minut jazdy samochodem od hipermarketu TW, prowadzi działalność ten hipermarket z udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu oraz trzy hipermarkety CP z łącznym udziałem w rynku wynoszącym ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży i ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu.

Po dokonaniu koncentracji udział CP na tym rynku wzrośnie zatem do ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium powierzchni sprzedaży oraz do ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według kryterium obrotu, zatem przekroczy próg 40%, z którym ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Domniemanie to nie zostało obalone przez Zgłaszającego.

Istnieje ryzyko, że po koncentracji konsumenci zostaną pozbawieni alternatywnego dostawcy AKCU na tym rynku. Spowoduje to, że warunki na których oferowane są konsumentom towary (cena, jakość, dostępność), ulegną pogorszeniu.

Reasumując, z informacji zebranych w toku prowadzonego postępowania antymonopolowego w sprawie przedmiotowej koncentracji wynika, że po zrealizowaniu planowanej transakcji na rynkach hipermarketów w promieniu do 20 oraz do 25 minut jazdy samochodem od hipermarketu działającego na bazie TBW może dojść do istotnego ograniczenia konkurencji, będącego efektem znaczącego wzmocnienia pozycji rynkowej Zgłaszającego. Jednocześnie wskazać należy, że wyniki przeprowadzonego postępowania wykazały, że nie istnieją zagrożenia dla efektywnej konkurencji w przypadku rynku sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem HSD.



Jednocześnie wskazać także należy, iż w rozpatrywanej sprawie nie występują rynki, na które planowana koncentracja wywierałaby wpływ w układzie wertykalnym czy konglomeratowym.

Reasumując, Prezes Urzędu uznał, że po zrealizowaniu planowanej transakcji dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji w powyżej wskazany sposób.

W związku z tym 9 lipca 2021 r. Prezes Urzędu stosownie do treści art. 96a ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji wystosował do CP zastrzeżenia wobec planowanej koncentracji. 16 sierpnia 2021 CP przedstawiło odpowiedź na te zastrzeżenia. CP nie zakwestionowała dokonanych ustaleń stanu faktycznego, ale jednocześnie nie podzieliła wniosków, do których doszedł organ. Zdaniem CP wydzielenie osobnego rynku hipermarketów ignoruje rzeczywistość rynkową i pomija dominację dyskontów i supermarketów, które obecnie dysponują największą siłą rynkową. Co więcej, liczba hipermarketów ma charakter spadkowy i zasadniczo nie są otwierane nowe, podczas gdy liczba dyskontów się wciąż zwiększa. Następuje też konwergencja formatów, co wyraża się w zwiększaniu SKU (ang. *stock keeping unit* – jednostka magazynowa) w dyskontach i spadku SKU w hipermarketach.

CP podniósł również, że jako rynek właściwy należałoby traktować cały rynek aglomeracji wrocławskiej, gdyż efektywnie to właśnie na tym rynku konkurują wszystkie hipermarkety. Tuż poza promieniem 25 minut znalazły się jeszcze trzy hipermarkety działające we Wrocławiu, tj.: E.Leclerc, Kaufland, i Auchan. Gdyby uwzględnić je w analizie pozycja rynkowa CP uległaby widocznemu osłabieniu.

CP podniósł także, że jest naturalnym nabywcą TBW. Auchan ma sklep vis a vis Ikea, więc nie kupi drugiego sklepu w odległości mniejszej niż 5 minut od swojej placówki. Dla Kaufland TBW jest za duży. Podobnie dotyczy to sieci dyskontowych tj. Lidl, Biedronka, Netto czy Spar. E.Leclerc nie prowadzi sklepów na obrzeżach miast.

Podsumowując CP podkreśliło, że przedstawione udziały rynkowe nie odzwierciedlają siły rynkowej CP, gdyż nie uwzględniają one innych hipermarketów działających we Wrocławiu, a przede wszystkim dyskontów i supermarketów.

W stanowiskach z 21 października CP podtrzymało swoje obiekcje, niemniej przedstawiło propozycję warunku, który miałby zniwelować ograniczenia konkurencji wynikające z tej koncentracji. W kolejnym piśmie z 17 listopada 2021 r. CP zmodyfikowało pierwotną propozycję warunku i zaproponowało, iż zobowiąże się do trwałego i nieodwracalnego zmniejszenia powierzchni sprzedaży w sklepie Carrefour we Wrocławiu



przy ul. Gen. Hallera 52 – zmniejszenie ma nastąpić o powierzchnię sprzedaży wynoszącą co najmniej 1 500 m² w terminie do **[tajemnica przedsiębiorstwa]** Podlegającą zmniejszeniu powierzchnię sprzedaży CP zamierza a) przeznaczyć na magazyn lub biuro; lub b) wynająć lub wdzierżawić na rzecz niezależnego inwestora, który nie będzie należał do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, której częścią jest CP, ani nie będzie kontrolowany wyłącznie lub wspólnie, bezpośrednio lub pośrednio przez żaden podmiot należący do tej grupy kapitałowej; lub c) wyzbyć się udziału w prawie własności odnoszącego się do części nieruchomości odpowiadającej zmniejszonej powierzchni, dla której Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Krzyków we Wrocławiu, IV Wydział Ksiąg Wieczystych prowadzi księgę wieczystą nr WR1K/00097129/6, na rzecz niezależnego inwestora, który nie będzie należał do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, której częścią jest CP, ani nie będzie kontrolowany wyłącznie lub wspólnie, bezpośrednio lub pośrednio przez żaden podmiot należący do tej grupy kapitałowej.

Uzasadniając kształt warunku CP wskazało w szczególności, że uwzględnia on obawy Prezesa Urzędu i zmierza do zmniejszenia udziałów rynkowych CP na rynku sprzedaży detalicznej AKCU w hipermarketach w obszarze 20 i 25 min jazdy samochodem od przejmowanego sklepu w Bielanych Wrocławskich. CP zamierza osiągnąć obniżenie jej udziału rynkowego przez zmniejszenie powierzchni sali sprzedaży hipermarketu Carrefour Borek przy ul. ul. Gen. Hallera 52 we Wrocławiu. W efekcie zmniejszenia powierzchni udziały CP:

- na rynku w promieniu do 20 minut wyniosą ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** według kryterium obrotu;
- na rynku w promieniu do 25 minut wyniosą ok. ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. **[tajemnica przedsiębiorstwa]** według kryterium obrotu.

Odnosząc się do terminu obowiązywania warunku CP wskazało, że powinien on obowiązywać nie dłużej niż do **[tajemnica przedsiębiorstwa]** Ta data jest skorelowana z planowanym terminem otwarcia sklepu Carrefour w Bielanych Wrocławskich przy ul. Czekoladowej 7-9.



W ocenie Prezesa Urzędu zaproponowany przez CP warunek pozwala przyjąć, że ewentualne istotne ograniczenia konkurencji wynikające z tej koncentracji się nie ziszcą. Uzasadniając powyższe należy przede wszystkim wskazać, że warunek redukuje w zauważalnym stopniu siłę rynkową CP na rynku sprzedaży detalicznej AKCU w hipermarketach w obszarze 20 i 25 min jazdy samochodem od przejmowanego sklepu w Bielanych Wrocławskich. Powoduje on bowiem, że udział rynkowy CP i co za tym idzie jego siła rynkowa utrzymają się na poziomie, który niweluje obawy, co do ewentualnego ograniczenia konkurencji. Zbliżony poziom udziałów został uznany przez Prezesa Urzędu, za niezagrażające efektywnej konkurencji, w sprawie dotyczącej tożsamyh rodzajowo rynków produktowych⁸. Brak jest również podstaw do uznania, że doszłoby do zagrożenia dla konsumentów, którzy zostaliby zmuszeni nabywania AKCU na nierynkowych warunkach. W tym zakresie sytuacja na rynku nie powinna ulec pogorszeniu w stosunku do stanu sprzed dokonania koncentracji.

Na ocenę Prezesa Urzędu wpłynęło również położenie najbliższego względem TW hipermarketu Auchan. Podkreślić należy, że w najbliższym otoczeniu przejmowanego hipermarketu (po drugiej stronie ulicy), znajduje się hipermarket Auchan, który biorąc pod uwagę rozmieszczenie pozostałych hipermarketów stanowi dla przejmowanego hipermarketu najbliższego konkurenta. Co więcej, jest to większy obiekt oferujący konsumentów szerszą gamę produktów.

Oceniając propozycję warunku Prezes Urzędu wziął pod uwagę również istniejącą strukturę rynku. Na rynku sprzedaży detalicznej AKCU w hipermarketach w obszarze 20 i 25 min jazdy samochodem od przejmowanego sklepu w Bielanych Wrocławskich będzie wciąż działało dwóch konkurentów CP (każdy z porównywalną liczbą sklepów (2 - 4) i udziałach po ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] według powierzchni sprzedaży i obrotów). Ponadto tuż poza wyznaczonym okręgiem 25 minut obszarem działają we Wrocławiu jeszcze trzy kolejne hipermarkety. Powoduje to, że konsumenci będą mieli zagwarantowany wybór.

W ocenie Prezesa Urzędu również termin obowiązywania warunku jest uzasadniony. Realizacja warunku została bowiem powiązana z otwarciem nowego sklepu CP na bazie nabywanej powierzchni. Dzięki temu wyeliminowano możliwość, że może dojść do istotnego zwiększenia siły rynkowej CP nawet w okresie przejściowym.

⁸ Decyzja nr DKK-4/14 z dn. 21.01.2014 r.

Reasumując Prezes Urzędu postanowił wydać zgodę na dokonanie przedmiotowej koncentracji, uzależniając ją od spełnienia przez CP warunku określonego w pkt I sentencji niniejszej decyzji. Po spełnieniu przez wnioskodawcę tego warunku planowana koncentracja nie doprowadzi bowiem do istotnego ograniczenia konkurencji.

Jednocześnie Prezes Urzędu w pkt II sentencji niniejszej decyzji nałożył na CP obowiązek złożenia Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów informacji o realizacji warunku w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia jego wykonania lub terminu na jego wykonanie.

W związku z powyższym orzeczono, jak w sentencji.

POUCZENIE:

Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji w związku z art. 479(28) § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2021 r. poz. 1805, 1981) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2020 r. poz. 755, z późn. zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 103 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

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

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.



Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Prezes Urzędu Ochrony konkurencji i Konsumentów
Tomasz Chróstny

Otrzymuje:

Carrefour Polska sp. z o. o.