



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, dnia 30.08.2005 r.

DOK3-421/22/05/MB

DECYZJA nr DOK - 95/05

Na podstawie art. 17 w związku z art. 12 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego z wniosku Elite Cafe Sp. z o.o. z siedzibą w Swadzimiu, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Elite Cafe Sp. z o.o. z siedzibą w Swadzimiu kontroli nad częścią przedsiębiorcy:

- Marek Kwaśnicki, prowadzący działalność pod nazwą „MK CAFÉ & TEA Marek Kwaśnicki” z siedzibą w Koszalinie - poprzez nabycie prawa własności znaków towarowych dotyczących kawy i herbaty wytwarzanej przez MK CAFÉ & TEA S.A. z siedzibą w Skibnie, jak również praw autorskich do opakowań dotyczących kawy i herbaty wytwarzanej przez MK CAFÉ & TEA S.A. z siedzibą w Skibnie oraz
- MK CAFÉ & TEA S.A. z siedzibą w Skibnie - poprzez nabycie know – how w zakresie produkcji, dystrybucji i marketingu produktów sprzedawanych pod marką MK, bazy danych klientów oraz praw do wszelkich materiałów reklamowych związanych z produkcją, dystrybucją i marketingiem kaw MK Cafe.

UZASADNIENIE

W dniu 10 czerwca 2005 r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej „Prezesem Urzędu” lub „organem antymonopolowym”,

zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegającej na przejęciu przez Elite Cafe Sp. z o.o. z siedzibą w Swadzimiu, zwaną dalej „Elite”, kontroli nad częścią przedsiębiorcy:

- Marek Kwaśnicki, prowadzący działalność pod nazwą „MK CAFÉ & TEA Marek Kwaśnicki” z siedzibą w Koszalinie, zwaną dalej „Marek Kwaśnicki MK CAFÉ”, - poprzez nabycie prawa własności znaków towarowych dotyczących kawy i herbaty wytwarzanej przez MK CAFÉ & TEA S.A. z siedzibą w Skibnie, jak również praw autorskich do opakowań dotyczących kawy i herbaty wytwarzanej przez MK CAFÉ & TEA S.A. z siedzibą w Skibnie oraz
- MK CAFÉ & TEA S.A. z siedzibą w Skibnie, zwaną dalej „MK CAFÉ S.A.”, - poprzez nabycie know – how w zakresie produkcji, dystrybucji i marketingu produktów sprzedawanych pod marką MK, bazy danych klientów oraz praw do wszelkich materiałów reklamowych związanych z produkcją, dystrybucją i marketingiem kaw MK Cafe.

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 zamiaru koncentracji – przekroczył wartość określoną w art. 12 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.), zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji”, tj. równowartość 50 mln EURO,
 - przejęcie przez jednego przedsiębiorcę kontroli nad częścią dwóch przedsiębiorców – poprzez nabycie części ich majątku, jest jednym ze sposobów koncentracji, określonych w art. 12 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji,
- 2) nie występuje w tej sprawie żadna okoliczność z katalogu przesłanek wymienionych w art. 13 ustawy o ochronie konkurencji, wyłączająca obowiązek zgłoszenia zamiaru przedmiotowej koncentracji,

w dniu 10 czerwca 2005 r. organ antymonopolowy wszczął postępowanie antymonopolowe w tej sprawie, o czym, zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.), zawiadomił stronę pismem z dnia 22 czerwca 2005 r.

W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:

Uczestnicy koncentracji

Elite (aktywny uczestnik koncentracji) wchodzi w skład grupy kapitałowej, na czele której stoi Strauss Elite Holdings Ltd. z siedzibą w Ramat Gan, Izrael, zwanej dalej „Grupą Strauss – Elite”. Grupa Strauss – Elite za pośrednictwem swoich spółek zależnych prowadzi głównie działalność na następujących rynkach:

- produkcja i dystrybucja przekąsek (batony, czekoladki, gumy do żucia, ciastka, wafle) – działalność ta prowadzona jest tylko w Izraelu,
- produkcja i dystrybucja świeżej żywności (jogurty, puddingi, łagodne sery, preparowane i paczkowane sałatki, krojone warzywa oraz produkty sojowe) - powyższa działalność prowadzona jest tylko w Izraelu,
- produkcja i dystrybucja czekolady oraz aromatyzowanych napojów mlecznych – działalność ta prowadzona jest tylko w Izraelu,
- produkcja i dystrybucja kawy - działalność ta prowadzona jest w Izraelu, Brazylii oraz krajach Europy Środkowej i Wschodniej,
- sprzedaż i dystrybucja produktów kawowych espresso, które nie są produkowane przez spółki z grupy kapitałowej (produkty Lavazza) - działalność ta prowadzona jest w Izraelu, Brazylii oraz krajach Europy Środkowej i Wschodniej.

W Polsce Grupa Strauss – Elite prowadzi działalność poprzez spółkę Elite (wnioskodawca), która zajmuje się głównie produkcją i sprzedażą kawy mielonej oraz sprzedażą kawy rozpuszczalnej. W niewielkim zakresie Spółka zajmuje się dostawą urządzeń do parzenia kawy do kawiarni, restauracji i hoteli oraz urządzeń wendingowych do biur i instytucji. Jest również wyłącznym dystrybutorem kawy Lavazza (mielonej i w ziarnach) w Polsce.

Ponadto Grupa Strauss – Elite posiada w Polsce dwie spółki, które nie prowadzą żadnej działalności gospodarczej, tj.: Kawaman Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz Gastronet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

W 2004 r. Elite uzyskała następujące ilościowe udziały w krajowym rynku:

- produkcji¹ i sprzedaży kawy mielonej – ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]²,

¹ Produkcja kawy mielonej obejmuje proces prażenia kawy surowej, a następnie jej mielenie

- sprzedaży³ kawy rozpuszczalnej - ok. [tajemnica przedsiębiorstwa],
- sprzedaży kawy w ziarnach – ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Elite realizuje swoją sprzedaż wyłącznie za pośrednictwem niezależnych dystrybutorów.

Marek Kwaśnicki MK CAFÉ (pasywny uczestnik koncentracji) prowadzi działalność w zakresie wynajmu nieruchomości na terenie województwa zachodniopomorskiego. Przedsiębiorca ten jest właścicielem znaków towarowych związanych z produkcją i sprzedażą kawy i herbaty wytwarzanej przez MK CAFÉ S.A. Ponadto posiada następujące spółki zależne:

- MK CAFÉ S.A. (uczestnik przedmiotowej transakcji),
- MK Produkt Sp. z o.o. z siedzibą w Koszalinie, prowadząca działalność w zakresie hurtowej dystrybucji kawy mielonej, kawy rozpuszczalnej oraz herbaty,
- Gusto Sp. z o.o. z siedzibą w Stargardzie Szczecińskim, zajmująca się produkcją i sprzedażą kawy mielonej, sprzedażą kawy rozpuszczalnej oraz produkcją i sprzedażą herbaty,
- Posti S.A. z siedzibą w Warszawie, działająca głównie w zakresie produkcji i sprzedaży herbaty oraz produkcji i sprzedaży kawy mielonej i sprzedaży kawy rozpuszczalnej,
- „EMKA” S.A. z siedzibą w Koszalinie, prowadząca działalność głównie w zakresie wynajmu nieruchomości na terenie województwa zachodniopomorskiego.

Ww. przedsiębiorcy tworzą grupę kapitałową kontrolowaną przez Pana Marka Kwaśnickiego.

MK CAFÉ S.A. (pasywny uczestnik koncentracji) należy do grupy kapitałowej kontrolowanej przez Pana Marka Kwaśnickiego. Spółka zajmuje się produkcją i sprzedażą kawy mielonej oraz w niewielkim zakresie sprzedażą kawy rozpuszczalnej oraz produkcją i sprzedażą herbaty. Na mocy umowy licencyjnej znaki towarowe będące własnością Pana Marka Kwaśnickiego używane są przez MK CAFÉ S.A. w celu sprzedaży jej produktów.

W 2004 r. grupa kontrolowana przez Pana Marka Kwaśnickiego uzyskała następujące (ilościowe) udziały w krajowym rynku w zakresie poszczególnych rodzajów prowadzonej działalności:

- produkcja i sprzedaż kawy mielonej – ok. [tajemnica przedsiębiorstwa],

² Jak podaje zgłaszający zamiar w 2004 r. zarówno wielkość krajowego rynku produkcji kawy mielonej jak i wielkość krajowego rynku sprzedaży kawy mielonej kształtowała się na takim samym poziomie, na takim samym poziomie kształtował się również udział uczestników koncentracji w obu tych rynkach.

³ Kawa rozpuszczalna nie jest produkowana w Polsce, całość tego asortymentu pochodzi z importu, następnie jest pakowana przez poszczególne firmy.

- sprzedaż kawy rozpuszczalnej - ok. [tajemnica przedsiębiorstwa],
- produkcja i sprzedaż herbaty – ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Udział w rynku produktów sprzedawanych pod marką MK (będącą przedmiotem transakcji) wyniósł w zakresie produkcji i sprzedaży kawy mielonej ok. [tajemnica przedsiębiorstwa], zaś w zakresie sprzedaży kawy rozpuszczalnej ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Grupa kapitałowa kontrolowana przez Pana Marka Kwaśnickiego realizuje swoją sprzedaż zarówno za pośrednictwem własnej sieci dystrybucji (spółka MK Produkt Sp. z o.o.), jak i za pośrednictwem niezależnych dystrybutorów.

Udział Grupy w rynku województwa zachodniopomorskiego w zakresie wynajmu nieruchomości wyniósł w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Zakres i przyczyny koncentracji

Zamierzona koncentracja polega na przejęciu przez Elite kontroli nad częścią przedsiębiorcy:

- Marek Kwaśnicki MK CAFÉ poprzez nabycie prawa własności znaków towarowych dotyczących kawy i herbaty wytwarzanej przez MK CAFÉ S.A., jak również praw autorskich do opakowań dotyczących kawy i herbaty wytwarzanej przez MK CAFÉ S.A. oraz
- MK CAFÉ S.A. poprzez nabycie know – how w zakresie produkcji, dystrybucji i marketingu produktów sprzedawanych pod marką MK, bazy danych klientów oraz praw do wszelkich materiałów reklamowych związanych z produkcją, dystrybucją i marketingiem kawy.

Elite przejmie także umowy na dostawy surowców do produkcji kawy oraz część zapasów surowców, opakowań i wyrobów gotowych.

Po dokonaniu przedmiotowej transakcji Elite zamierza produkować kawy MK samodzielnie w oparciu o know – how nabyte od MK CAFÉ S.A. Jak deklaruje zgłaszający zamiar, kawy MK będą dystrybuowane za pośrednictwem dotychczasowego systemu dystrybucji. Dodatkowo Elite zamierza nawiązać współpracę z [tajemnica przedsiębiorcy]. Natomiast Pan Marek Kwaśnicki nadal będzie prowadził działalność gospodarczą, jednak w węższym zakresie, bowiem będzie to produkcja kawy oznaczonej tzw. markami własnymi sieci handlowych oraz innymi znakami, niż będące przedmiotem transakcji. Ponadto w celu

wyeliminowania możliwości wprowadzenia klientów w błąd, nazwa MK CAFÉ oraz nazwy spółek kontrolowanych przez Pana Marka Kwaśnickiego zostaną zmienione.

Jak podaje wnioskodawca, przyczyną przedmiotowej transakcji jest chęć rozszerzenia gamy produktów oferowanej przez Elite o segment kaw premium, na którym nie jest obecna, a także [tajemnica przedsiębiorcy].

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

W myśl art. 4 pkt 8 ustawy o ochronie konkurencji, przez rynek właściwy rozumie się rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, 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 dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

W przedmiotowej koncentracji właściwymi rynkami produktowymi (rynkami wspólnymi) są:

- produkcja i sprzedaż kawy mielonej,
- sprzedaż kawy rozpuszczalnej.

Właściwym rynkiem geograficznym dla ww. rynków produktowych jest rynek krajowy. Według szacunków Elite wielkość importu kawy mielonej stanowiła w 2004 r. ok. 3,5%. Fakt ten nie wynika z tego, że istnieją wysokie koszty transportu, bariery czy inne czynniki utrudniające w istotny sposób import czy też eksport. Decydującym czynnikiem są preferencje konsumentów i ich bardzo silne przywiązanie do określonej marki, będące wynikiem wieloletnich działań producentów kawy. Ponadto za określeniem rynku geograficznego jako rynku krajowego przemawia niewielkie znaczenie tzw. „marek międzynarodowych”.

Zgodnie z postanowieniami rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 3 kwietnia 2002 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U., Nr 37, poz. 334):

- a)** rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym (poziomym), jest każdy rynek produktowy, na którym zaangażowani są co najmniej dwaj

przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji (ryunki wspólne) i gdzie koncentracja prowadzi do uzyskania łącznego udziału w rynku geograficznym w wysokości większej niż 20%.

Zgodnie z powyższą definicją przedmiotowa koncentracja ma wpływ na krajowy rynek produkcji i sprzedaży kawy mielonej w układzie horyzontalnym (poziomym), gdyż przedsiębiorcy w niej uczestniczący prowadzą działalność w zakresie produkcji i sprzedaży kawy mielonej, a ich łączny udział na tak wyznaczonym rynku wynosi ok. [tajemnica przedsiębiorcy]. Natomiast nie wywrze wpływu na krajowy rynek sprzedaży kawy rozpuszczalnej w układzie horyzontalnym, gdyż łączny udział w tym rynku uczestników transakcji wyniesie ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Krajowy rynek kawy znajduje się w fazie pełnego ukształtowania, z niewielką tendencją wzrostową. Spożycie kawy na jednego mieszkańca wynosi 2,4 kg rocznie dla kawy mielonej oraz 3 kg dla całej kategorii kawy. Na rynek kawy w Polsce składa się: kawa mielona, która stanowi 77% całego rynku, kawa rozpuszczalna (11% tego rynku) oraz miksy kawowe – cappuccino i kawa tzw. „3 w 1”, stanowiące ok. 12% krajowego rynku kawy. Pomimo wzrostu konsumpcji kawy rozpuszczalnej i pojawienia się nowej kategorii, kawy tzw. „3 w 1”, segment kawy mielonej jest stabilny. Wielkość krajowego rynku kawy mielonej szacowana była w 2004 na ok. 91 tys. ton (wg szacunków Elite na podstawie danych AC Nielsen). Na rynku tym najbardziej rozwijają się dwa segmenty cenowe: kawy premium i marki własne sieci handlowych (private label). Istotna jest też wysoka lojalność konsumentów wobec marki kawy i jej specyficznego smaku.

W 2004 r. 40% sprzedaży kawy mielonej (zdecydowanie więcej niż w przypadku innych wyrobów przemysłu spożywczego) realizowana była za pośrednictwem kanału nowoczesnego, definiowanego jako sklepy o powierzchni większej niż 300 m². Pomimo dynamicznego rozwoju handlu nowoczesnego w dystrybucji kawy ciągle kluczowe znaczenie odgrywa handel tradycyjny (ok. 60 proc sprzedaży kawy mielonej).

Krajowy rynek kawy charakteryzuje się konsolidacją struktury podmiotowej. Głównymi konkurentami uczestników przedmiotowej koncentracji w zakresie produkcji i sprzedaży kawy mielonej są: Tchibo Warszawa Sp. z o.o. w Warszawie (w 2004 r. – ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udziału w rynku), Kraft Foods Polska S.A. w Warszawie (w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udziału w rynku), Przedsiębiorstwo Prima S.A. w Poznaniu (w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udziału w rynku) oraz

PPUH Woseba Sp. z o.o. w Odolanowie (w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udziału w rynku).

b) rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym (pionowym), jest każdy rynek produktowy, jeżeli równocześnie :

- działa na nim co najmniej jeden przedsiębiorca uczestniczący w koncentracji,
- jest on równocześnie rynkiem zakupu lub sprzedaży (poprzedni lub następny szczebel obrotu), na którym działa którykolwiek z pozostałych przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji,
- indywidualny lub łączny udział w rynku przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji na tych rynkach przekracza 30%, bez względu na to, czy aktualnie istnieje powiązanie typu dostawca – odbiorca między tymi przedsiębiorcami.

W toku przeprowadzonego postępowania nie zidentyfikowano żadnych rynków, na które przedmiotowa koncentracja może wywierać wpływ w układzie wertykalnym (pionowym).

c) rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym, jest każdy rynek produktowy, na którym między przedsiębiorcami uczestniczącymi w koncentracji nie istnieją żadne powiązania (układy) horyzontalne i wertykalne, ale przynajmniej jeden przedsiębiorca uczestniczący w koncentracji posiada więcej niż 40% udziału w jakimkolwiek rynku właściwym.

Zgodnie z powyższą definicją w niniejszej sprawie istnieją następujące rynki, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym:

- ukraiński rynek sprzedaży kawy ogółem – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- rumuński rynek sprzedaży kawy mielonej – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży kawy mielonej – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży kawy rozpuszczalnej – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,

- izraelski rynek sprzedaży deserów mlecznych – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży napojów mlecznych – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży jogurtów – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży batonów czekoladowych – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży czekoladek – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży czekolady do picia – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży sałatek warzywnych – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży chipsów ziemniaczanych – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,
- izraelski rynek sprzedaży miodu – Grupa Strauss - Elite osiągnęła w 2004 r. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] udział w tym rynku,

Ocena skutków koncentracji

Przepis art. 17 ustawy o ochronie konkurencji stanowi, iż Prezes Urzędu wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, w wyniku której konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku. Zgodnie z art. 4 pkt 9 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%.

Organ antymonopolowy uznał, iż zamierzona koncentracja spełnia kryterium wskazane w art. 17 ustawy o ochronie konkurencji. Przyjmując niniejsze stanowisko, Prezes Urzędu miał na względzie następujące okoliczności:

1. W wyniku przedmiotowej koncentracji Elite osiągnie udział w krajowym rynku produkcji i sprzedaży kawy mielonej wynoszący ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]. Uzyskanie takiego udziału nie spowoduje istotnego ograniczenia konkurencji. Udział ten, choć wysoki, nie osiąga poziomu rodzącego domniemanie uzyskania pozycji dominującej (ponad 40%). W zakresie sprzedaży kawy rozpuszczalnej pozycja rynkowa Elite ulegnie wzmocnieniu o ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] i będzie wynosiła ok. [tajemnica przedsiębiorstwa].
2. Struktura podmiotowa rynku produkcji i sprzedaży kawy wskazuje, iż na rynku tym działają przedsiębiorcy o porównywalnej pozycji rynkowej, zatem przedsiębiorcy uczestniczący w przedmiotowej koncentracji spotykać się będą z istotną konkurencją.
3. Wprawdzie zamierzona koncentracja wywrze wpływ na kilkanaście rynków, w układzie konglomeratowym, jednakże pozostanie to bez wpływu na stan konkurencji na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Wobec powyższego orzeczono, jak w sentencji.

Zgodnie z art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji w związku z art. 479²⁸ § 2 i § 3 k.p.c. 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 dwutygodniowym od daty jej doręczenia.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów

*p.o. Dyrektora
Departamentu Ochrony Konkurencji
Monika Bychowska*

Otrzymuje:

Elite Cafe Sp. z o.o., Swadzim k. Poznania