



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, dnia 23 grudnia 2016 r.

DKK1-421/20/16/JBG

**Decyzja nr DKK– 191/2016**

I. Na podstawie art. 19 ust. 1 w związku z art. 13 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 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 przejęciu przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach kontroli nad Eko Holding S.A. z siedzibą w Nowej Wsi Wrocławskiej **pod warunkiem** trwałego i nieodwracalnego wyzbycia się przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach wszystkich praw, w tym prawa własności, prawa użytkowania wieczystego, prawa najmu do sklepów Eko Holding S.A. z siedzibą w Nowej Wsi Wrocławskiej zlokalizowanych w:

- Chróścicach, przy ul. Korfantego 21, 46-080 Chróścice;
- Zarzeczu, przy ul. Zarzecze 193 D, 37-205 Zarzecze oraz
- Gniewczynie Łańcuckiej, przy ul. Łańcuckiej 531, 37-203 Gniewczyna Łańcucka;

w terminie [*ograniczono prawo wglądu na podstawie art. 19 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji*] od dokonania koncentracji polegającej na przejęciu przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach kontroli nad Eko Holding S.A. z siedzibą w Nowej Wsi Wrocławskiej. Wyzbycie się powyższych praw nastąpi wyłącznie na rzecz niezależnego inwestora (lub inwestorów), który:

- a) nie należy do grupy kapitałowej, w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, kontrolowanej przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach i nie jest współkontrolowany przez żaden podmiot lub podmioty z tej grupy;
- b) daje rękojmię i gwarancję prowadzenia działalności zgodnie z dotychczasową, tj. w wyżej wymienionych sklepach będzie prowadzić sprzedaż detalicznych artykułów

konsumpcyjnych codziennego użytku za pośrednictwem sklepów niewyspecjalizowanych;

- c) posiada niezbędne zaplecze ekonomiczne i organizacyjne do prowadzenia takiej działalności;
- d) nie jest związany umową posiadającą cechy umowy franczyzowej z Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach lub z jakimkolwiek innym przedsiębiorcą należącym do grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, kontrolowanej przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach.

Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach przed wyzbyciem się wyżej wymienionych praw na rzecz inwestora/inwestorów uzyska pisemną akceptację Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dotyczącą inwestora/inwestorów. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może odmówić akceptacji inwestora/inwestorów w terminie 21 dni od przedstawienia mu informacji na temat inwestora/inwestorów, jeżeli inwestor/inwestorzy nie będzie spełniał przesłanek wskazanych w punkcie I a)–d) powyżej. Brak zajęcia stanowiska przez Prezesa Urzędu w powyżej wskazanym terminie jest równoznaczny z akceptacją przedstawionego inwestora/inwestorów. Do terminu przewidzianego na realizację przez Eurocash powyższego zobowiązania nie wlicza się okresu na zajęcie przez Prezesa Urzędu stanowiska w przedmiocie akceptacji inwestora/inwestorów. W przypadku istnienia po stronie zaakceptowanego inwestora/inwestorów obowiązku zgłoszenia Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zamiaru koncentracji, polegającej na nabyciu praw do wyżej wymienionych sklepów, do terminu przewidzianego na realizację powyższego zobowiązania przez Eurocash, nie wlicza się okresu postępowania antymonopolowego w sprawie koncentracji.

- II.** Na podstawie art. 19 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. 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 Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów informacji o realizacji warunku w terminie nie dłuższym niż 14 dni od dnia jego wykonania.

### **Uzasadnienie**

W dniu 31 marca 2016r. wpłynęło do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także „Prezes Urzędu” lub „organ antymonopolowy”) zgłoszenie zamiaru koncentracji przedsiębiorców, polegającej na przejęciu przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach (dalej jako „Eurocash”, „Wnioskodawca” lub „Zgłaszający”)

kontroli nad Eko Holding S.A. z siedzibą w Nowej Wsi Wrocławskiej (dalej jako „Eko Holding”).

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 niniejszej sprawie, o czym Prezes Urzędu zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 23) powiadomił Zgłaszającego pismem z dnia 12 kwietnia 2016r.

Dnia 13 czerwca 2016 r. Prezes Urzędu wydał postanowienie przedłużające termin zakończenia postępowania o 4 miesiące. W ocenie organu antymonopolowego w przedmiotowej sprawie zaszyły przesłanki, o których mowa w art. 96a ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy o ochronie konkurencji, tj. sprawa jest szczególnie skomplikowana i istnieje konieczność przeprowadzenia badania rynku. Wydanie tego postanowienia uzasadnione było koniecznością weryfikacji udziałów uczestników koncentracji oraz udziałów ich konkurentów w lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku (dalej: „AKCU”), na które, według szacunków Zgłaszającego, koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym (rynki, na których zaangażowani są co najmniej dwaj przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji – rynek wspólny – i gdzie koncentracja prowadzi do uzyskania łącznego udziału w rynku przekraczającego 20%) i wertykalnym (działa na nim co najmniej jeden przedsiębiorca uczestniczący w koncentracji i jest on równocześnie

rynkiem zakupu lub sprzedaży – poprzedni lub następny szczebel obrotu – na którym działa którykolwiek z pozostałych przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji, a udział przedsiębiorców w którymkolwiek z tych rynków przekracza 30%, bez względu na fakt, czy istnieją aktualnie pomiędzy tymi przedsiębiorcami powiązania typu dostawca-odbiorca). Ponadto niezbędne było przeprowadzenie szczegółowej analizy relacji istniejących pomiędzy Eurocash a sklepami działającymi w ramach sieci franczyzowych i partnerskich organizowanych przez Zgłaszającego w celu ustalenia, czy mogą one mieć wpływ na ocenę stanu konkurencji, w szczególności na lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU, na których działalność Eurocash i Eko Holding pokrywa się.

Dokonanie analizy w powyższym zakresie było niezbędne do ustalenia wpływu koncentracji na poszczególne rynki w układzie horyzontalnym i wertykalnym, ustalenie pozycji rynkowej Eurocash i Eko Holding oraz ich konkurentów w 2014r. i 2015r. na rynkach, na których działalność przedsiębiorców pokrywa się, a także wpływu transakcji na konkurencję.

Organ antymonopolowy w toku niniejszego postępowania przeprowadził dwa badania rynków. Pierwszym z nich objęto 18 konkurentów Eurocash i Eko Holding działających na lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU w Chróścicach, Zarzeczcu oraz Gniewczynie Łąncuckiej. Pytania, które zadano ankietowanym przedsiębiorcom dotyczyły m.in. obrotów netto uzyskanych w 2014 r. oraz 2015 r. ze sprzedaży detalicznej AKCU, powierzchni sprzedaży, największych konkurentów dla prowadzonych przez nich sklepów oraz ogólnej opinii na temat koncentracji. Drugim badaniem objęto zaś 40 podmiotów prowadzących działalność w zakresie organizowania sieci franczyzowych i partnerskich. Badanie to miało na celu uzyskanie przez Prezesa Urzędu informacji na temat m.in. przychodów uzyskanych przez badane podmioty w latach 2011-2015 oraz za 6 miesięcy 2016 r. z organizowania sieci franczyzowych i partnerskich oraz udziałów (%) tych przychodów w przychodach ogółem ankietowanej spółki w poszczególnych latach, listy sklepów franczyzowych i partnerskich organizowanych przez ankietowanych przedsiębiorców, głównych źródeł dostaw towarów do tych sklepów, szczegółowej charakterystyki oraz opisu zasad funkcjonowania sieci franczyzowych i partnerskich przez nich organizowanych, treści przewodników/podręczników operacyjnych przekazywanych franczyzobiorcom/partnerom, przykładowych umów zawieranych z franczyzobiorcami/partnerami oraz opinii na temat koncentracji.

## Uczestnicy koncentracji

**Eurocash** – stoi na czele grupy kapitałowej Eurocash, która prowadzi działalność głównie w zakresie hurtowej i detalicznej sprzedaży AKCU oraz hurtowej sprzedaży wyrobów alkoholowych, tytoniowych i produktów impulsowych. Grupa Eurocash jest również organizatorem sieci detalicznych (franczyzowych i partnerskich): ABC Sklepy po sąsiedzku, Delikatesy Centrum, Groszek, Euro Sklep, Gama, Lewiatan, Drogerie Koliber.

Grupa Eurocash prowadzi działalność w zakresie detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów własnych, działających pod nazwą „Delikatesy Centrum”, „Lewiatan” oraz „1 Minute”

Akcje Eurocash notowane są na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, a według stanu na dzień dokonania zgłoszenia jedynym akcjonariuszem Eurocash, posiadającym powyżej 5% akcji, był Pan Luis Amaral, który bezpośrednio oraz pośrednio przez spółkę zależną Politra B.V.S.a.r.l. w Luksemburgu posiada ok. 43,7% głosów na wza.

W skład Grupy Eurocash wchodzi następujące spółki zależne:

1. Eurocash Serwis sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach - hurtowa sprzedaż wyrobów tytoniowych i produktów impulsowych za pośrednictwem hurtowni specjalistycznych,
2. Eurocash Franczyza sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach - franczyzodawca dla sieci sklepów franczyzowych prowadzonych pod nazwą „Delikatesy Centrum”,
3. Euro Sklep S.A. z siedzibą w Bielsku-Białej - organizator sieci partnerskiej „Euro Sklep” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU,
4. Partnerski Serwis Detaliczny S.A. z siedzibą w Warszawie - praca na rzecz Spółdzielni Spożywców oraz rozwijanie współpracy spółdzielni ze spółkami z Grupy Eurocash a także rozwijanie sieci partnerskiej sklepów detalicznych prowadzonych pod nazwą „Gama”,
5. Gama Detal sp. z o.o. z siedzibą w Choroszczy - zarządzanie znakami towarowymi wykorzystywanymi w działalności sieci „Gama”,
6. DEF sp. z o.o. z siedzibą w Białymstoku - hurtowa sprzedaż AKCU,

7. Ambra sp. z o.o. z siedzibą w Czechowicach-Dziedzicach - hurtowa sprzedaż kosmetyków i chemii gospodarczej, organizator sieci drogerii, działających pod logo Drogerie Koliber,
8. Lewiatan Śląsk sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu - organizator sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU,
9. Lewiatan Zachód sp. z o.o. z siedzibą w Stargardzie Szczecińskim - organizator sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU,
10. Lewiatan Północ sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku - organizator sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU,
11. Lewiatan Kujawy sp. z o.o. z siedzibą we Włocławku - organizator sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU. Spółka prowadzi również własne punkty sprzedaży detalicznej AKCU,
12. Lewiatan Orbita sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie - organizator sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU,
13. Lewiatan Wielkopolska sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu - organizator sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU,
14. Lewiatan Holding S.A. z siedzibą we Włocławku - spółka holdingowa posiadająca prawa do marki „Lewiatan”, pod którą prowadzą działalność przedsiębiorcy prowadzący placówki detalicznej sprzedaży AKCU, którzy przystąpili do sieci Lewiatan,
15. Lewiatan Opole sp. z o.o. z siedzibą w Opolu - organizator sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU,
16. Lewiatan Podkarpacie sp. z o.o. z siedzibą w Żyrakowie - organizator sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU,

17. Lewiatan Podlasie sp. z o.o. z siedzibą w Choroszczy - organizator sieci partnerskiej „Lewiatan” zrzeszającej przedsiębiorców prowadzących placówki sprzedaży detalicznej AKCU,
18. Detal Podlasie sp. z o.o. z siedzibą w Białymstoku - prowadzenie sklepów w sieci „Lewiatan”,
19. Firma Rogala sp. z o.o. z siedzibą w Bobowej - detaliczna sprzedaż AKCU poprzez sieć sklepów własnych działających na rynku pod marką Delikatesy Centrum,
20. PayUp Polska S.A. z siedzibą w Komornikach - dystrybucja usług świadczonych za pomocą terminali elektronicznych w punktach sprzedaży detalicznej,
21. Kontigo sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach - detaliczna sprzedaż kosmetyków dla kobiet,
22. Premium Distributors sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - brak działalności operacyjnej,
23. Przedsiębiorstwo Handlu Spożywczego sp. z o.o. z siedzibą w Świebodzinie - brak działalności operacyjnej,
24. Eurocash Convenience sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach - prowadzenie sklepów własnych pod nazwą „1minute”,
25. Eurocash Detal sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach - prowadzenie sklepów własnych w sieci „Delikatesy Centrum”,
26. Inmedio sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - prowadzenie sieci salonów prasowych na terytorium Polski,
27. Frisco S.A. z siedzibą w Warszawie - prowadzenie sklepu internetowego oferującego AKCU,
28. Eurocash VC2 sp. z o.o., Eurocash VC3 sp. z o.o., Eurocash VC4 sp. z o.o., Eurocash VC5 sp. z o.o., Eurocash Trade 1 sp. z o.o., Eurocash Trade 2 sp. z o.o. oraz Eurocash Trade 2 sp. z o.o. z siedzibami w Komornikach - brak działalności operacyjnej.

**Eko Holding** – pasywny uczestnik koncentracji – jest spółką zależną Pelican Ventures sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, która jest spółką holdingową i nie prowadzi żadnej działalności operacyjnej. Pelican Ventures sp. z o.o. jest kontrolowana przez luksemburską spółkę holdingową M&M Investments ScSp.

Eko Holding posiada dwie spółki zależne: Ledí sp. z o.o. oraz Jim sp. z o.o. z siedzibami w Nowej Wsi Wrocławskiej.

Eko Holding oraz jej spółki zależne prowadzą działalność w zakresie sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem 253 sklepów własnych, zarówno tradycyjnych o powierzchni sprzedaży nie przekraczającej 350 m<sup>2</sup>, jak i wielkopowierzchniowych o powierzchni sprzedaży nie przekraczającej 2000 m<sup>2</sup>.

#### Przyczyny i zakres koncentracji

Zgłoszona transakcja polega na przejęciu przez Eurocash kontroli nad Eko Holding. Przejęcie to nastąpi na zasadach określonych w przedwstępnej umowie sprzedaży z dnia 23 lutego 2016r. zawartej pomiędzy Eurocash oraz Pelican Ventures sp. z o.o., na mocy której Eurocash nabędzie 100% udziałów w Eko Holding.

Zgodnie z deklaracją Wnioskodawcy planowana koncentracja ma na celu rozwój działalności Eurocash w różnych obszarach dystrybucji AKCU. Poprzez realizację zgłaszanej koncentracji Eurocash zamierza rozpocząć ekspansję w nowoczesnym kanale detalicznej dystrybucji AKCU i tym samym rozpocząć rywalizację z takimi sieciami detalicznymi, jak np. Lidl, Biedronka, Aldi, Netto czy Kaufland.

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

#### Rynek detalicznej sprzedaży produktów AKCU

Przedsiębiorcy uczestniczący w koncentracji prowadzą działalność na rynku detalicznej sprzedaży AKCU, realizowanej w tradycyjnych sklepach o powierzchni sprzedaży poniżej 350 m<sup>2</sup> oraz w obiektach wielkopowierzchniowych o powierzchni sprzedaży nie przekraczającej 2000 m<sup>2</sup>.

Sklepy wielkopowierzchniowe od pozostałych formatów sklepów odróżnia przede wszystkim wielkość powierzchni sprzedażowej, która wynosi od 350 m<sup>2</sup> do 2000 m<sup>2</sup> w przypadku sklepów dyskontowych i supermarketów do nawet kilku tysięcy w przypadku hipermarketów.

Wielkość powierzchni determinuje inne cechy, które wyróżniają ten kanał dystrybucji spośród pozostałych. W sklepach wielkopowierzchniowych można nabyć szereg różnego rodzaju produktów - od artykułów spożywczych przez środki chemiczne, produkty gospodarstwa domowego i odzież aż po sprzęt RTV i AGD. Dodatkowo w ramach poszczególnych grup asortymentowych, takich np. jak kawa czy herbata, konsumenci posiadają szerszy wybór. Zazwyczaj sieci wielkopowierzchniowe oferują klientom zarówno



towary markowe, jak i produkty pod marką własną. W odróżnieniu od nich sklepy tradycyjne mają ograniczony asortyment produktów - dominują tu przede wszystkim artykuły spożywcze oraz w wąskim zakresie środki chemiczne. Mniejsze sklepy oferują głównie towary markowe.

Sklepy wielkopowierzchniowe wyróżnia ich samoobsługowy charakter, pozwalający nabywcom na swobodne przemieszczanie się i oglądanie towarów na półkach, zastanawianie się nad ich wyborem, a także porównywanie ich z innymi produktami. Takiej możliwości, w części przypadków, nie dają konsumentom mniejsze sklepy, gdzie towar podawany jest przez sprzedawcę i praktycznie nie ma możliwości swobodnego oglądania produktów. Z omówionych powyżej powodów należy uznać, że sklepy tradycyjne nie stanowią konkurencji dla sklepów wielkopowierzchniowych. Z drugiej jednak strony, analizując rynek z punktu widzenia sklepów tradycyjnych, w opinii Prezesa Urzędu sklepy wielkopowierzchniowe, jeśli znajdują się w odpowiedniej odległości, wywierają na nie presję konkurencyjną. Należy również wskazać, iż powyższe określenie rynku w aspekcie produktowym jest zgodne z dotychczasową linią orzeczniczą Prezesa Urzędu<sup>1</sup>.

Rynek geograficzny w zakresie detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem obiektów wielkopowierzchniowych obejmuje obszar położony w promieniu 10-15 min. jazdy samochodem do określonej placówki handlowej.

Natomiast w przypadku sklepów tradycyjnych (o mniejszej powierzchni i węższym asortymencie w stosunku do sklepów wielkopowierzchniowych) w ocenie organu antymonopolowego rynek geograficzny powinien być wyznaczony obszarem do 1 km od danego sklepu. W przypadku małych miejscowości przyjęcie takiego kryterium powoduje, w praktyce, zdefiniowanie rynku geograficznego jako obszaru tej miejscowości. Za takim węższym określeniem rynku dla sklepów tradycyjnych przemawia fakt, iż konsumenci dokonują w nich zakupów często bez użycia takich środków transportu, jak np. samochód, przemieszczając się pieszo od kilku do co najwyżej kilkunastu minut w celu dotarcia do tego sklepu.

Jednocześnie należy zaznaczyć, iż rynki sprzedaży detalicznej AKCU w aspekcie produktowym są przez Prezesa Urzędu definiowane w sposób asymetryczny. Oceniając wpływ koncentracji na konkurencję w przypadku placówek działających w formie tradycyjnym włącza się do rynku właściwego również sklepy wielkopowierzchniowe, które wywierają istotny wpływ na konkurencję na rynku sklepów tradycyjnych. Wobec powyższego, przy badaniu zmiany struktury rynku handlu detalicznego

---

<sup>1</sup> Przykładowo decyzja Prezesa Urzędu nr DKK-4/2014 z dnia 21 stycznia 2014r. (Auchan/Real) oraz DKK-71/2014 z dnia 30 maja 2014. (Jeronimo Martins/Marepol).

za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, jaka nastąpi w wyniku koncentracji, Prezes Urzędu uwzględnił również sklepy wielkopowierzchniowe prowadzące działalność w obszarze położonym do 1 km od sklepu przejmowanego. Prezes Urzędu nie podziela natomiast stanowiska Zgłaszającego, iż przy obliczaniu udziałów w rynkach wyznaczonych dla sklepów o formacie tradycyjnym należy uwzględnić sklepy wielkopowierzchniowe znajdujące się w odległości do 15 min. jazdy samochodem od przejmowanych sklepów Eko Holding.

Analiza funkcjonowania poszczególnych sieci detalicznych sprzedaży AKCU (franczyzowych i partnerskich) organizowanych przez Eurocash, tj. sieci „ABC”, „Delikatesy Centrum”, „Groszek”, „Euro Sklep”, „Gama”, „Lewiatan”, a w szczególności polityki cenowej, warunków i zasad dostaw i zakupów, organizowania promocji i wydarzeń specjalnych, monitorowania sprzedaży i realizacji zamówień, przekazywania *know-how*, praw do marki oraz wizerunku, wpływu Eurocash na działalność tych sieci (wynikającego wprost z umów, jak i faktycznych powiązań), powiązań prawnych i gospodarczych łączących Eurocash oraz przedsiębiorców, z którymi Eurocash zawiera umowy dotyczące współpracy w ramach organizowanych przez siebie sieci, wykazała, że nie sposób dokonać oceny skutków koncentracji na rynkach sprzedaży detalicznej AKCU, na których działają przejmowane sklepy Eko Holding, nie uwzględnivszy działalności sklepów franczyzowych „Delikatesy Centrum” na tych rynkach. Analiza powiązań pomiędzy Eurocash a ww. sieciami franczyzowymi/partnerskimi w zakresie m.in.: wspólnej marki, przekazywania kompletnego *know-how* i modelu biznesowego, jednolitego wizerunku dla konsumenta, modelu sklepu, komunikacji wizerunkowej sklepu, ustalania cen promocyjnych (maksymalnych), ustalania marży maksymalnej i cen maksymalnych, istnienia list asortymentowych, wspólnego systemu komputerowego, sporządzania jednolitego raportu, wskazywania źródeł dostaw, organizacji systemu dostaw do sklepów, pobierania opłat franczyzowych i kontroli dostosowania się do standardów przez organizatora wykazała, że powiązania pomiędzy Eurocash a siecią franczyzową „Delikatesy Centrum” są znacznie silniejsze niż powiązania istniejące w ramach pozostałych sieci, umożliwiając bardzo znaczący wpływ na działalność operacyjną sklepów franczyzowych „Delikatesy Centrum”, zasadniczo niwelując ich bodźce do konkurowania ze sklepami kontrolowanymi przez Eurocash. W ocenie Prezesa powiązania te, w tym ich wpływ na działalność operacyjną, uzasadniają uwzględnienie działalności na rynkach właściwych detalicznej sprzedaży AKCU nie tylko sklepów własnych Eurocash, lecz również sklepów franczyzowych prowadzonych pod nazwą „Delikatesy Centrum” przez niezależnych przedsiębiorców na podstawie umów franczyzowych zawartych z Eurocash.

Analiza umów franczyzowych pod kątem ww. powiązań, zawieranych przez Eurocash z franczyzobiorcami w ramach systemu „Delikatesy Centrum” i wynikających z nich relacji pomiędzy Eurocash a franczyzobiorcami wykazała, że choć, jak podkreśla Zgłaszający „uczestnicy tych sieci to niezależni od Eurocash przedsiębiorcy, prowadzący w imieniu własnym i na własną rzecz sprzedaż detaliczną w należących do nich placówkach handlowych, i Eurocash nie posiada żadnych praw do tych sklepów”, to konkurencja pomiędzy sklepami działającymi w ramach sieci jest w znacznym stopniu wyeliminowana, albowiem sklepy te w zasadzie nie posiadają realnej możliwości ani też bodźców do wywierania na siebie skutecznej presji konkurencyjnej. Świadczą o tym zapisy umowy franczyzowej zawieranej pomiędzy Eurocash a franczyzobiorcami. I tak np. punkt 4 umowy franczyzowej zawartej pomiędzy Eurocash a [tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 1 załącznika].

Eurocash jako organizator sieci ustala m.in. następujące elementy działalności, które mają łączyć wszystkie sklepy działające w ramach sieci „Delikatesy Centrum”: logo, hasło, layout sklepów, wyposażenie, dekoracje, systemy kolorystyczne, systemy oznakowań produktów, promocji i kategorii, sposób reklamy i promocji, sposób obsługi klienta, świadczenie usług komplementarnych dla klienta, systemy lojalnościowe, systemy zarządzania informatycznego, sieć dostawców, umowy z tymi dostawcami i warunki zakupowe od tych dostawców, system logistyczny, zarządzanie personelem, sposób operowania sklepu spożywczego, metody prowadzenia działalności gospodarczej, wiedza techniczna. Przede wszystkim jednak sklepy te w ograniczonym zakresie konkurują między sobą cenami produktów oraz asortymentem, albowiem również ceny i asortyment są w pewnym zakresie ustalane przez Eurocash. Organizator sieci nakłada na franczyzobiorców obowiązki w zakresie zamówień - [tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 2 załącznika do decyzji]. Zważywszy, iż Eurocash prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU może on wskazywać własne hurtownie jako dostawców produktów do sklepów „Delikatesy Centrum”. Konkurencja cenowa pomiędzy sklepami „Delikatesy Centrum” jest również ograniczona, albowiem standardowa umowa franczyzowa stanowi, że ceny [tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 3 załącznika do decyzji].

Wskazać należy też na trwałość relacji w ramach systemu „Delikatesy Centrum”, wynikającą z trwałości umów - [tajemnica przedsiębiorstwa – pkt 4 załącznika do decyzji].

Biorąc pod uwagę powyższe organ antymonopolowy uznał, iż działalność uczestników koncentracji pokrywa się na 26 lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU

za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, położonych w obszarze do 1 km od sklepu należącego do Eko Holding (udziały rynkowe dotyczą 2015 r.):

1. **Wrocław (ul. Kluczborska 25)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep „Delikatesy Centrum” przy ul. Sienkiewicza 76-84 należący do sieci franczyzowej organizowanej przez Eurocash, dalej „sklep franczyzowy”, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [0-5] % według kryterium obrotu.
2. **Wrocław (ul. Januszowicka 17-19)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Sztabowej 78, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [0-5] % według kryterium obrotu.
3. **Wrocław (ul. Komandorska 147)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Sztabowej 78, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w tak wyznaczonym rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [5-10] % według kryterium obrotu.
4. **Wrocław (ul. Kolejowa 48a)** – na rynku tym prowadzą działalność również dwa sklepy franczyzowe „Delikatesy Centrum” przy ul. Grabiszyńskiej 56 oraz przy ul. Bałuckiego 18, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [5-10] % według kryterium obrotu.
5. **Wrocław (ul. Kuźnicza 48)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklepy franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Nowy Targ 11-14, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [0-5] % według kryterium obrotu.
6. **Jaworzyna Śląska (ul. Jana Pawła II/3)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Kościuszki 14, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [15-20] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [10-15] % według kryterium obrotu.
7. **Świebodzice (ul. Os. Sudeckie 10)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Os. Sudeckie 10, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [15-20] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [10-15] % według kryterium obrotu.
8. **Lądek Zdrój (ul. Powstańców Wielkopolskich 6)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Rynek 17/1, a

szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [5-10] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [5-10] % według kryterium obrotu.

9. **Knurów (ul. Witosa 10)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Sobieskiego 6, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [0-5] % według kryterium obrotu.
10. **Bierutów (ul. Rynek 20)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Słowackiego 13, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [20-30] % według kryterium obrotu.
11. **Chróścice (ul. Korfanteo 21)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Dąbrowa 1, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [30-40] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [40-50] % według kryterium obrotu.
12. **Korfantów (ul. Kościuszki 2)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Wyzwolenia 2, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.
13. **Gniewczyna Łańcucka (ul. Łańcucka 531)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklepy franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Łańcuckiej 146a, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [60-70] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [70-80] % według kryterium obrotu.
14. **Rzeszów (ul. Ks. J. Popieluszki 20/61 P)** – na rynku tym prowadzą działalność również dwa sklepy franczyzowe „Delikatesy Centrum” zlokalizowane przy ul. Podwisłocze 30/1 oraz przy ul. Bp. J. Pelczara 6, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [0-5] % według kryterium obrotu.
15. **Tarnogród (ul. Rynek 79)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Rynek 12, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [15-20] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [10-15] % według kryterium obrotu.
16. **Lubaczów (ul. Słowackiego 1)** – na rynku tym prowadzą działalność również dwa sklepy franczyzowe „Delikatesy Centrum” zlokalizowane przy ul. Słowackiego 2 oraz ul. Unii Lubelskiej 3b, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok.

[15-20] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [10-15] % według kryterium obrotu.

17. **Jarosław (ul. 3 Maja 23a)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. 3 Maja 33, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [5-10] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [0-5] % według kryterium obrotu.
18. **Zarzecze (ul. Zarzecze 193 D)** - na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Zarzecze 171a w Przeworsku, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [70-80] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [60-70] % według kryterium obrotu.
19. **Pruchnik (ul. Ks. B. Markiewicza 11A)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Ks. B. Markiewicza 24, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [15-20] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.
20. **Tarnów (ul. Mościckiego 86)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Narutowicza 3, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [0-5] % według kryterium obrotu.
21. **Nowy Sącz (ul. Barbackiego 81)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep należący do Eko Holding przy ul. Żółkiewskiego 23 oraz dwa sklepy franczyzowe „Delikatesy Centrum” przy ul. B.A. Konstany 14 oraz przy ul. Zygmuntowskiej 15 lok. 3, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [10-15] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [5-10] % według kryterium obrotu.
22. **Nowy Sącz (ul. Krakowska 80)** - na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Marcinkowickiej 8a, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.
23. **Nowy Sącz (ul. Żółkiewskiego 23)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep Eko Holding przy ul. Barbackiego 81 oraz dwa sklepy franczyzowe „Delikatesy Centrum” przy ul. Limanowskiej 35 oraz przy ul. Zygmuntowskiej 15 lok.3, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [5-10] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [5-10] % według kryterium obrotu.
24. **Piwniczna Zdrój (ul. Kazimierza Wielkiego 1)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Jana Daszyńskiego 11 A,

a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [10-15] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [10-15] % według kryterium obrotu.

25. **Stróże (ul. Stróże 720)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep własny Eurocash- „Delikatesy Centrum” przy ul. Stróże 585a, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [15-20] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.
26. **Rymanów (ul. Sanocka 29)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Rynek 22, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.

Ponadto działalność uczestników koncentracji pokrywa się na 7 lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych do 2000 m<sup>2</sup>, wyznaczonych promieniem do 10-15 minut jazdy samochodem po drogach od sklepu Eko Holding (udziały rynkowe dotyczą 2015 r.):

1. **Olkusz (ul. Kazimierza Wielkiego 65)** – na rynku tym prowadzą również działalność dwa sklepy franczyzowe „Delikatesy Centrum” przy ul. Głównej 2A w Bolesławiu oraz przy ul. Tysiąclecia 15D w Olsztynie, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [15-20] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.
2. **Radlin (ul. Korfanteo 4)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Radlin 215a, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [0-5] % według kryterium obrotu.
3. **Jaworzno (ul. Piłsudskiego 27d)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Wesołej 12, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [0-5] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [0-5] % według kryterium obrotu.
4. **Jarosław (ul. Garbarze 4)** – na rynku tym prowadzą działalność również dwa sklepy Eko Holding przy ul. Pruchnickiej 15 oraz przy ul. Pułaskiego 18 oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” przy ul. Pruchnickiej 6a, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.

5. **Jarosław (ul. Pułaskiego 18)** – na rynku tym prowadzą działalność również dwa sklepy Eko Holding w Jarosławiu przy ul. Garbarze 4 i przy ul. Pruchnickiej 15 oraz jeden sklep „Delikatesy Centrum” przy ul. Pruchnickiej 6a, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.
6. **Wierzchosławice (ul. Wierzchosławice 853)** – na rynku tym prowadzi działalność również jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum” zlokalizowany w Wojniczu przy ul. Nadbrzeżnej 3, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [10-15] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [10-15] % według kryterium obrotu.
7. **Krynica-Zdrój (ul. Kraszewskiego 1)** – na rynku tym Eurocash prowadzi sklep własny pod nazwą „Delikatesy Centrum” przy ul. Czarny Potok 8a, a szacunkowy łączny udział uczestników koncentracji w rynku wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.

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

Zgodnie z 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, uznawane są przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji. A zatem rynek ten wyznaczają zasadniczo dwa elementy: towar (rynek produktowy) i terytorium (rynek geograficzny).

Mając na uwadze powyższą definicję oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2014 r. w *sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców* (Dz. U. 2015, poz. 80), organ antymonopolowy uznał, iż:

- a) **przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na dziesięć lokalnych rynków detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych oraz wielkopowierzchniowych zlokalizowanych w: Bierutowie, Chróścicach, Korfantowie, Gniewczynie Łańcuckiej, Zarzeczcu, Nowym Sączu, Rymanowie, Jarosławiu (dwa rynki) i Krynicy-Zdroju oraz na krajowy rynek zaopatrzenia w napoje alkoholowe o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa, a także**



**na krajowy rynek zaopatrzenia w napoje alkoholowe o zawartości alkoholu powyżej 18%.**

Wpływ przedmiotowej koncentracji na każdy rozpatrywany rynek oceniono na podstawie porównania pozycji rynkowej uczestników koncentracji szacowanej według kryterium obrotu i powierzchni sprzedaży, przy czym decydujący dla oceny skutków koncentracji był udział rynkowy liczony według kryterium obrotu, który świadczy o sile rynkowej danego podmiotu.

**Bierutów (ul. Rynek 20)**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep Eko Holding oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [20-30] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych. Eurocash spotykać się tu będzie z konkurencją ze strony 15 sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku wg kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [40-50] %, zaś według kryterium obrotu ok. [30-40] %, oraz jednego sklepu wielkopowierzchniowego – Biedronki, której udział wynosi ok. [30-40] % według kryterium powierzchni sprzedaży i ok. [30-40] % według kryterium obrotu.

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

**Chróstyce (ul. Korfantego 21)**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep Eko Holding oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok. [30-40] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [40-50] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych. Na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 2 sklepów tradycyjnych, których udział w rynku wg kryterium

powierzchni sprzedaży wynosi odpowiednio ok. [40-50] % i [15-20] %, zaś według kryterium obrotu ok. [30-40] % i [15-20] %. Zatem na rynku tym po koncentracji żaden z konkurentów nie będzie dysponował siłą rynkową mogącą stanowić przeciwwagę dla połączonego potencjału Eurocash i Eko Holding.

### **Korfantów (ul. Kościuszki 2)**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep Eko Holding oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych. Na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 7 sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku wg kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [30-40] %, zaś według kryterium obrotu ok. [30-40] % oraz 1 sklepu wielkopowierzchniowego – Biedronki, której udział wynosi odpowiednio ok. [40-50] % i ok. [40-50] %. Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Gniewczyzna Łańcucka (ul. Łańcucka 531)**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep Eko Holding oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok. [60-70] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [70-80] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych. Łączne udziały uczestników koncentracji znacznie przekraczając poziom 40%, z którym ustawa *o ochronie konkurencji i konsumentów* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 3 sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku wg kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [30-40] %, zaś według kryterium obrotu ok. [20-30] %. Biorąc pod uwagę powyższe dane należy stwierdzić, że na omawianym rynku brak będzie konkurentów dysponujących porównywalną bądź zbliżoną siłą rynkową, mogącą stanowić istotną przeciwwagę dla połączonego potencjału Eurocash i Eko Holding.

### **Zarzecze (ul. Zarzecze 193 D)**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep Eko Holding oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok. [70-80] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [60-70] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja spowoduje niekorzystne skutki dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych. Łączne udziały uczestników koncentracji znacznie przekraczając poziom 40%, z którym ustawa *o ochronie konkurencji i konsumentów* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 2 sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku wg kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [20-30] %, zaś według kryterium obrotu ok. [30-40] %, co oznacza, że na rynku Zarzecza brak będzie konkurentów dysponujących porównywalną bądź zbliżoną siłą rynkową, mogącą stanowić istotną przeciwwagę dla połączonego potencjału Eurocash i Eko Holding.

### **Nowy Sącz (ul. Krakowska 80)**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep Eko Holding oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych. Łączny udział uczestników koncentracji przekracza próg 20% jedynie wg kryterium powierzchni sprzedaży. Ponadto na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 16 sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku wg kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [40-50] %, zaś według kryterium obrotu ok. [40-50] %, oraz jednego sklepu wielkopowierzchniowego – Biedronki, której udział wynosi ok. [30-40] % według kryterium powierzchni sprzedaży i ok. [30-40] % według kryterium obrotu. Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Rymanów (ul. Sanocka 29)**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep Eko Holding oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych. Łączny udział uczestników koncentracji przekracza próg 20% jedynie wg kryterium powierzchni sprzedaży. Ponadto na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 21 sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku wg kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [70-80] %, zaś według kryterium obrotu ok. [80-90] %. Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Jarosław (ul. Pułaskiego 18)**

Na rynku tym prowadzą działalność trzy sklepy Eko Holding oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych. Łączny udział uczestników koncentracji przekracza próg 20% jedynie wg kryterium powierzchni sprzedaży. Ponadto na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 12 sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku wg kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [70-80] %, zaś według kryterium obrotu ok. [80-90] %. Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Jarosław (ul. Garbarze 4)**

Na rynku tym prowadzą działalność trzy sklepy Eko Holding oraz jeden sklep franczyzowy „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok.

[20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [15-20] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych. Łączny udział uczestników koncentracji przekracza próg 20% jedynie wg kryterium powierzchni sprzedaży. Ponadto na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 12 sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku wg kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [70-80] %, zaś według kryterium obrotu ok. [80-90] %. Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Krynica-Zdrój (ul. Kraszewskiego 1)**

Na rynku tym prowadzi działalność jeden sklep Eko Holding oraz jeden sklep własny Eurocash pod nazwą „Delikatesy Centrum”, a łączny udział uczestników koncentracji wynosi ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [20-30] % według kryterium obrotu.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku lokalnym detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych. Łączny udział uczestników koncentracji przekracza próg 20% jedynie wg kryterium powierzchni sprzedaży. Ponadto na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 4 sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku wg kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [70-80] %, zaś według kryterium obrotu ok. [80-90] %. Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji na ww. rynku lokalnym.

### **Rynek zaopatrzenia w AKCU**

Zgodnie z dotychczasowym orzecnictwem Komisji Europejskiej<sup>2</sup> oraz Prezesa Urzędu<sup>3</sup> rynek zaopatrzenia w AKCU ma wymiar krajowy. Takie określenie wynika przede wszystkim z preferencji konsumentów, istniejących kanałów dystrybucyjnych oraz różnic w cenach towarów (w niektórych przypadkach, ze względu na rodzaj produktu, może to być

---

<sup>2</sup>Decyzja KE COMP/M.2161 z dnia 23 października 2000r (Ahold/Superdiplo).

<sup>3</sup>Decyzja DOK nr 143/2006 z dnia 21 listopada 2006 r., DKK nr 4/2014 z dnia 21 stycznia 2014 r.

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 dostawcy, których wyroby sprzedawane są na terytorium Polski.

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 wytwórców. Komisja Europejska w swoich decyzjach dzieli rynek zaopatrzenia na 23 grupy produktowe, tj.: 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 i tekstylia. Taki podział stosuje także Prezes Urzędu, dodając jednakże kategorię wyroby tytoniowe. Powyższe grupy produktowe w ocenie Prezesa Urzędu mogą podlegać dalszej segmentacji.

Jak wynika z informacji zgromadzonych w toku postępowania antymonopolowego, łączny udział uczestników koncentracji w krajowym rynku zaopatrzenia w AKCU będzie przekraczał próg 20% jedynie w rynku zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa, w którym udział Eurocash<sup>4</sup> będzie kształtował się na poziomie ok. [20-30] %, oraz w rynku zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%, gdzie udział Eurocash wyniósł ok. [20-30] %.

Rynki zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa i napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% 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, Selgros. 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 uczestnicy koncentracji osiągają łącznie udziały rynkowe przekraczające

---

<sup>4</sup> Udziały Eurocash wynikają z decyzji Prezes Urzędu nr DKK-180/2016 z dnia 14 grudnia 2016 r. wyrażającej zgodę warunkową na przejęcie przez Eurocash kontroli nad Polską Dystrybucją Alkoholi sp. z o.o. z siedzibą w Pabianicach.

20%, przedsiębiorcy ci spotykają się z konkurencją, która stanowi przeciwwagę ich pozycji rynkowej.

Natomiast udział ten nie przekroczy 20% w krajowym rynku zaopatrzenia w AKCU ogółem, bez dalszej segmentacji na poszczególne grupy asortymentowe.

#### **b) wpływ koncentracji na rynki w układzie wertykalnym**

Pomiędzy uczestnikami koncentracji mogą zachodzić relacje typu dostawca-odbiorca, albowiem Eurocash prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU w hurtowniach niewyspecjalizowanych, natomiast Eko Holding obecny jest po stronie popytowej tego rynku. Wpływ koncentracji na relacje wertykalne należy zatem odnieść po pierwsze - w stosunku do konkurentów uczestników koncentracji, prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU (czy realizacja koncentracji nie wpłynie w istotny sposób na ograniczenie sprzedaży w ich hurtowniach) oraz 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).

Wskazać należy, iż na obszarze każdego z lokalnych rynków hurtowej sprzedaży AKCU realizowanej przez hurtownie niewyspecjalizowane, na których prowadzi działalność Eurocash działają sklepy detaliczne Eko Holding. Na rynkach tych mogą zatem wystąpić pomiędzy uczestnikami koncentracji relacje typu dostawca-odbiorca. Niniejsza koncentracja wywiera wpływ na 17 rynków hurtowej sprzedaży AKCU realizowanej za pośrednictwem należących do Eurocash hurtowni niewyspecjalizowanych, na których prowadzą działalność sklepy:

1. Eko Holding przy ul. Korczyny 183 w Bieczu-Korczynie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [50-60] %,
2. Eko Holding przy ul. Legionistów 2 w Brzozowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
3. Eko Holding przy ul. Towarowej 27 w Jaśle, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
4. Eko Holding przy ul. Kraszewskiego 1 w Krynicy-Zdroju, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [50-60] %,
5. Eko Holding przy ul. Piłsudskiego 11 w Muszynie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [50-60] %,

6. Eko Holding przy ul. Krakowskiej 80 w Nowym Sączu, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
7. Eko Holding przy ul. Barbackiego 81 w Nowym Sączu, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
8. Eko Holding przy ul. Żółkiewskiego 23 w Nowym Sączu, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
9. Eko Holding przy ul. Kazimierza Wielkiego 1 w Piwnicznej Zdroju, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [50-60] %,
10. Eko Holding przy ul. Sanockiej 29 w Rymanowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [70-80]%,
11. Eko Holding przy ul. Dukielskiej 9 w Rzeszowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
12. Eko Holding przy ul. Ks. J. Popiełuszki 20/61p w Rzeszowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
13. Eko Holding przy ul. Stróże 720 w Stróżach, w którym udział Eurocash wynosi w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU ok. [30-40] %,
14. Eko Holding przy ul. Mościckiego 86 w Tarnowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
15. Eko Holding w Trześniowie 87a, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [40-50] %,
16. Eko Holding w Wierchosławicach 853, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
17. Eko Holding przy ul. Kasprowicza 20 w Zakopanem, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %.

Jak wskazuje Zgłaszający, udziały Eko Holding w ww. lokalnych rynkach zakupu AKCU w hurtowniach niewyspecjalizowanych są marginalne.

### **c) wpływ koncentracji na rynki w układzie konglomeratowym**

Koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym na 17 rynków lokalnych hurtowej sprzedaży AKCU realizowanej przez hurtownie niewyspecjalizowane należące do Eurocash. Zgłaszający wskazuje, że udziały grupy Eurocash w niżej wymienionych rynkach mogą przekraczać 40%. Rynki te obejmują obszar położony w odległości do 50 km po drogach od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w następujących miejscowościach:

1. Białystok (4 hurtownie),



2. Brodnica,
3. Choroszcz,
4. Ełk,
5. Garwolin,
6. Grudziądz,
7. Kołobrzeg,
8. Koszalin,
9. Ostrołęka,
10. Łomża,
11. Nowa Wieś k. Ławy,
12. Puławy,
13. Ryki,
14. Suwałki.

### **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.

Przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na:

1. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych obejmujący obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Bierutowie (ul. Rynek 20),
2. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych obejmujący obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Chróścicach (ul. Korfantego 21),
3. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych obejmujący obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Korfantomie (ul. Kościuszki 2),
4. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych obejmujący obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Gniewczynie Łańcuckiej (ul. Łańcucka 531),
5. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych obejmujący obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Zarzeczcu (ul. Zarzeczce 193 D),
6. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych obejmujący obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Nowym Sączu (ul. Krakowska 80),
7. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych obejmujący obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Rymanowie (ul. Sanocka 29),
8. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 10-15 minut jazdy samochodem po drogach od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Jarosławiu (ul. Garbarze 4),
9. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 10-15 minut

jazdy samochodem po drogach od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Jarosławiu (ul. Pułaskiego 18),

10. lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 10-15 minut jazdy samochodem po drogach od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Krynicy-Zdroju (ul. Kraszewskiego 1),
11. krajowy rynek zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa,
12. krajowy rynek zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18%.

Analiza skutków niniejszej koncentracji wykazała, iż w jej wyniku dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na trzech rynkach właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, a mianowicie na lokalnym rynku sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującym obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Chróścicach przy ul. Korfantego 21, lokalnym rynku sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującym obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Gniewczynie Łańcuckiej przy ul. Łańcuckiej 531 oraz lokalnym rynku sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującym obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego Zarzeczcu przy ul. Zarzeczce 193 D.

Łączny udział uczestników koncentracji w lokalnym rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującym obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Chróścicach przy ul. Korfantego 21 wynosi ok. [30-40] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [40-50] % według kryterium obrotu. Udział według kryterium obrotu jest 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 o ok. [15-20] punktów procentowych według kryterium powierzchni sprzedaży i o ok. [20-30] punkty procentowe według kryterium obrotu.

Dodatkowo należy zauważyć, iż żaden z konkurentów uczestników koncentracji nie będzie dysponował siłą rynkową mogącą stanowić przeciwwagę dla połączonego potencjału Eurocash i Eko Holding.

Łączny udział uczestników koncentracji na lokalnym rynku sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującym obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego w Gniewczynie Łańcuckiej przy ul. Łańcuckiej 531

wynosi ok. [60-70] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [70-80] % według kryterium obrotu, przekroczy zatem próg, z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej.

Na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 3 sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku według kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [30-40] %, zaś według kryterium obrotu ok. [20-30] %. Biorąc pod uwagę powyższe dane należy stwierdzić, że na omawianym rynku brak będzie konkurentów dysponujących porównywalną bądź zbliżoną siłą rynkową, mogącą stanowić istotną przeciwwagę dla połączonego potencjału Eurocash i Eko Holding.

Również na lokalnym rynku sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującym obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding zlokalizowanego Zarzeczcu przy ul. Zarzeczce 193 D łączne udziały uczestników koncentracji przekraczają próg, z którym *ustawa o ochronie konkurencji* wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej (40%). W 2015 r. wyniosły one ok. [70-80] % według kryterium powierzchni sprzedaży oraz ok. [60-70] % według kryterium obrotu.

Na rynku tym Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony 2 sklepów tradycyjnych, których łączny udział w rynku według kryterium powierzchni sprzedaży wynosi ok. [20-30] %, zaś według kryterium obrotu ok. [30-40] %, co oznacza, że na rynku Zarzeczca brak będzie konkurentów dysponujących porównywalną bądź zbliżoną siłą rynkową, mogącą stanowić istotną przeciwwagę dla połączonego potencjału Eurocash i Eko Holding.

Analiza skutków koncentracji nie wykazała natomiast istotnych zagrożeń wynikających z realizacji planowanej transakcji w odniesieniu do: lokalnego rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującego obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding w Bierutowie przy ul. Rynek 20, lokalnego rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującego obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding w Korfantowie przy ul. Kościuszki 2, lokalnego rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującego obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding w Nowym Sączu przy ul. Krakowskiej 80, lokalnego rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmującego obszar położony do 1 km od sklepu Eko Holding w Rymanowie przy ul. Sanockiej 29, lokalnego rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych, obejmującego obszar wyznaczony promieniem do 10-15 minut jazdy samochodem po drogach od sklepu Eko Holding w Jarosławiu przy ul. Pułaskiego 18, lokalnego rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów

wielkopowierzchniowych, obejmującego obszar wyznaczony promieniem do 10-15 minut jazdy samochodem po drogach od sklepu Eko Holding w Jarosławiu przy ul. Garbarze 4, lokalnego rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych, obejmującego obszar wyznaczony promieniem do 10-15 minut jazdy samochodem po drogach od sklepu Eko Holding w Krynicy-Zdroju przy ul. Kraszewskiego 1, krajowego rynku zakupu napojów alkoholowych o zawartości alkoholu do 4,5% oraz piwa oraz 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.

Wskazać należy, iż na obszarze każdego z lokalnych rynków hurtowej sprzedaży AKCU realizowanej przez hurtownie niewyspecjalizowane, na których działa Eurocash, działają sklepy detaliczne Eko Holding. Na rynkach tych mogą zatem wystąpić pomiędzy uczestnikami koncentracji relacje typu dostawca–odbiorca, a łączny udział Eurocash i Eko Holding na 17 z nich przekracza poziom 30%. Przedmiotowa koncentracja wywiera zatem wpływ na te rynki w układzie wertykalnym:

1. Eko Holding przy ul. Korczyny 183 w Bieczu-Korczynie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [50-60] % ,
2. Eko Holding przy ul. Legionistów 2 w Brzozowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] % ,
3. Eko Holding przy ul. Towarowej 27 w Jaśle, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] % ,
4. Eko Holding przy ul. Kraszewskiego 1 w Krynicy-Zdroju, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [50-60] % ,
5. Eko Holding przy ul. Piłsudskiego 11 w Muszynie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [50-60] % ,
6. Eko Holding przy ul. Krakowskiej 80 w Nowym Sączu, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] % ,
7. Eko Holding przy ul. Barbackiego 81 w Nowym Sączu, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] % ,

8. Eko Holding przy ul. Żółkiewskiego 23 w Nowym Sączu, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
9. Eko Holding przy ul. Kazimierza Wielkiego 1 w Piwnicznej Zdroju, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [50-60] %,
10. Eko Holding przy ul. Sanockiej 29 w Rymanowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [70-80] %,
11. Eko Holding przy ul. Dukielskiej 9 w Rzeszowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
12. Eko Holding przy ul. Ks. J. Popiełuszki 20/61p w Rzeszowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
13. Eko Holding w Stróżach, w którym udział Eurocash wynosi w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU ok. [30-40] %,
14. Eko Holding przy ul. Mościckiego 86 w Tarnowie, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
15. Eko Holding w Trześniowie 87a, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [40-50] %,
16. Eko Holding w Wierchosławicach 853, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %,
17. Eko Holding przy ul. Kasprowicza 20 w Zakopanem, w którym udział Eurocash w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU wynosi ok. [30-40] %.

Wskazać jednak należy, iż istnienie powiązań wertykalnych pomiędzy uczestnikami koncentracji nie wpływa na możliwość stwierdzenia, iż relacje te doprowadzą do istotnego ograniczenia konkurencji. Udział w rynku zakupów sklepów należących do Eko Holding, a działających na rynkach lokalnych, na których prowadzą działalność hurtownie należące do Eurocash są marginalne. 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 AKCU) przez przedsiębiorców prowadzących działalność detaliczną mogą wystąpić jedynie na rynkach wspólnych, ocenionych w zakresie powiązań horyzontalnych.

Koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym na 17 rynków lokalnych hurtowej sprzedaży AKCU realizowanej poprzez hurtownie niewyspecjalizowane należące do Eurocash. Zgłaszający wskazuje, że udziały grupy Eurocash w niżej wymienionych rynkach mogą przekraczać 40%. Rynki te obejmują obszar w promieniu do 50 km od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w następujących miejscowościach:

1. Białystok (4 hurtownie),
2. Brodnica,
3. Choroszcz,
4. Ełk,
5. Garwolin,
6. Grudziądz,
7. Kołobrzeg,
8. Koszalin,
9. Ostrołęka,
10. Łomża,
11. Nowa Wieś k. Ławy,
12. Puławy,
13. Ryki,
14. Suwałki.

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, na których prowadzi działalność Eko Holding.

Biorąc pod uwagę fakt, iż na trzech lokalnych rynkach detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmujących obszar położony do 1 km od sklepów Eko Holding zlokalizowanych w Chróścicach przy ul. Korfantego 21, w Zarzeczcu przy ul. Zarzeczce 193 D oraz w Gniewczynie Łańcuckiej przy ul. Łańcuckiej 531 zrealizowanie niniejszego zamiaru koncentracji doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji, organ antymonopolowy zastosował w przypadku przedmiotowej koncentracji art. 96a ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji* i dnia 7 grudnia 2016 r. skierował do Eurocash pismo, w którym poinformował o swoich zastrzeżeniach wobec planowanej koncentracji.

Nawiązując do zastrzeżeń Prezesa Urzędu i działając na podstawie art. 96a ust. 6 w zw. z art. 19 ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji* Eurocash pismem z dnia 14 grudnia 2016 r. przedstawił Prezesowi Urzędu następujące warunki i zobowiązał się do ich wykonania:

I. trwale i nieodwracalnie wyzbycie się przez Eurocash wszystkich praw, w tym prawa własności, prawa użytkownika wieczystego, prawa najmu do sklepów Eko Holding zlokalizowanych w:

- Chróścicach, przy ul. ul. Korfantego 21, 46-080 Chróścice;
- Zarzeczcu, przy ul. Zarzecze 193 D, 37-205 Zarzecze oraz
- Gniewczynie Łańcuckiej, przy ul. Łańcuckiej 531, 37-203 Gniewczyna Łańcucka

w terminie [ograniczono prawo wglądu na podstawie art. 19 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji] od dokonania koncentracji, polegającej na przejęciu przez Eurocash kontroli nad Eko Holding.

Wyzbycie się powyższych praw nastąpi wyłącznie na rzecz niezależnego inwestora (lub inwestorów), który:

- a) nie należy do grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, kontrolowanej przez Eurocash i nie jest współkontrolowany przez żaden podmiot lub podmioty z tej grupy;
- b) daje rękojmię i gwarancję prowadzenia działalności zgodnie z dotychczasową, tj. w wyżej wymienionych sklepach będzie prowadzić sprzedaż detalicznych artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku za pośrednictwem sklepów niewyspecjalizowanych;
- c) posiada niezbędne zaplecze ekonomiczne i organizacyjne do prowadzenia takiej działalności.
- d) nie jest związany umową posiadającą cechy umowy franczyzowej z Eurocash lub z jakimkolwiek innym przedsiębiorcą należącym do grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, kontrolowanej przez Eurocash.

Eurocash przed wyzbyciem się powyższych praw na rzecz inwestora/inwestorów uzyska pisemną akceptację Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów dotyczącą inwestora/inwestorów. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może odmówić akceptacji inwestora/inwestorów w terminie 21 dni od przedstawienia mu informacji na temat inwestora /inwestorów, jeżeli inwestor /inwestorzy nie będzie spełniał przesłanek wskazanych w punkcie I a)–d) powyżej. Brak zajęcia stanowiska przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w powyżej wskazanym terminie jest równoznaczny z akceptacją przedstawionego inwestora (lub inwestorów). Do terminu przewidzianego na realizację powyższego zobowiązania przez Eurocash nie wlicza się okresu na zajęcie przez Prezesa



Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stanowiska w przedmiocie akceptacji inwestora /inwestorów. W przypadku istnienia po stronie zaakceptowanego inwestora/ inwestorów obowiązku zgłoszenia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zamiaru koncentracji, polegającej na nabyciu wyżej wymienionych praw, do terminu przewidzianego na realizację powyższego zobowiązania przez Eurocash, nie wlicza się okresu postępowania antymonopolowego w sprawie koncentracji.

II. Eurocash przedstawi Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów informację o realizacji ww. warunku w terminie nie dłuższym niż 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:

- a) zbycia całości lub części majątku jednego lub kilku przedsiębiorców,
- b) 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,
- c) 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 treść<sup>5</sup>. W każdym jednak przypadku realizacja ich powinna doprowadzić do stanu, w którym koncentracja nie będzie źródłem istotnego ograniczenia konkurencji na rynku.

---

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

Nakładane zobowiązania powinny być realne, tj. możliwe do efektywnego wdrożenia w relatywnie krótkim okresie. Przy określaniu tych warunków (zwłaszcza ich doboru oraz zakresu) organ antymonopolowy powinien także działać w oparciu o zasadę proporcjonalności<sup>6</sup>.

Wskazane wyżej czynności służą przede wszystkim zredukowaniu siły rynkowej przedsiębiorców objętych koncentracją i przez to utrzymaniu (względnie przywróceniu) efektywnej konkurencji, która byłaby zakłócona w wyniku koncentracji (dokonanej bez wprowadzenia i wykonania warunków modyfikujących)<sup>7</sup>.

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 lokalnych rynkach detalicznej sprzedaży AKCU, obejmujących obszar położony do 1 km od sklepów Eko Holding zlokalizowanych w Chróścicach przy ul. Korfantego 21, w Zarzeczcu przy ul. Zarzeczce 193 D oraz w Gniewczynie Łańcuckiej przy ul. Łańcuckiej 531, będącego efektem znaczącego wzmocnienia pozycji rynkowej Zgłaszającego. Wykonanie warunku, o którym mowa powyżej, oznaczać będzie, że w Chróścicach, Zarzeczcu i Gniewczynie Łańcuckiej będą funkcjonowały sklepy należące przed koncentracją jedynie do Eurocash, rynki te nie będą zatem rynkami wspólnymi dla jej uczestników.

Tym samym trwale i nieodwracalnie wyzbycia się przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach wszelkich praw, w tym prawa własności, prawa użytkowania wieczystego, prawa najmu, do sklepów Eko Holding zlokalizowanych w Chróścicach przy ul. Korfantego 21, w Zarzeczcu przy ul. Zarzeczce 193 D oraz w Gniewczynie Łańcuckiej przy ul. Łańcuckiej 531 spowoduje, że Eurocash nie wzmocni swojej siły rynkowej do poziomu powodującego istotne zagrożenia dla efektywnej konkurencji na omawianych lokalnych rynkach sprzedaży AKCU.

W niniejszej sprawie organ antymonopolowy uznał zatem, iż Eurocash powinien w sposób trwały i nieodwracalny wyzbyć się wszystkich praw, w tym prawa własności, prawa użytkowania wieczystego, prawa najmu do sklepów Eko Holding będących przedmiotem warunku, tj. sklepów Eko Holding w Chróścicach przy ul. Korfantego 21, 46-080 Chróścice; w Zarzeczcu 193 D, 37-205 Zarzeczce oraz w Gniewczynie Łańcuckiej przy ul. Łańcuckiej 531, 37-203 Gniewczyna Łańcucka, w terminie [*ograniczono prawo wglądu na podstawie art. 19*

---

<sup>6</sup> K. Kohutek, M. Sieradzka, Komentarz do art.19 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U.07.50.331), [w:] K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, LEX, 2008.

<sup>7</sup> *ibidem*

*ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji]* od dokonania koncentracji, polegającej na przejęciu przez Eurocash kontroli nad Eko Holding.

Wyzbycie się powyższych praw nastąpi wyłącznie na rzecz niezależnego inwestora (lub inwestorów), który:

- a) nie należy do grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, kontrolowanej przez Eurocash i nie jest współkontrolowany przez żaden podmiot lub podmioty z tej grupy;
- b) daje rękojmię i gwarancję prowadzenia działalności zgodnie z dotychczasową, tj. w wyżej wymienionych sklepach będzie prowadzić sprzedaż detalicznych artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku za pośrednictwem sklepów niewyspecjalizowanych;
- c) posiada niezbędne zaplecze ekonomiczne i organizacyjne do prowadzenia takiej działalności,
- d) nie jest związany umową posiadającą cechy umowy franczyzowej z Eurocash lub z jakimkolwiek innym przedsiębiorcą należącym do grupy kapitałowej w rozumieniu art. 4 pkt 14 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, kontrolowanej przez Eurocash.

Eurocash przed wyzbyciem się powyższych praw na rzecz inwestora/inwestorów uzyska pisemną akceptację Prezesa Urzędu dotyczącą inwestora/inwestorów. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może odmówić akceptacji inwestora/inwestorów w terminie 21 dni od przedstawienia mu informacji na temat inwestora/inwestorów, jeżeli inwestor/inwestorzy nie będzie spełniał przesłanek wskazanych w punkcie I a)–d) powyżej. Brak zajęcia stanowiska przez Prezesa Urzędu w powyżej wskazanym terminie jest równoznaczny z akceptacją przedstawionego inwestora/ inwestorów. Do terminu przewidzianego na realizację powyższego zobowiązania przez Eurocash nie wlicza się okresu na zajęcie przez Prezesa Urzędu stanowiska w przedmiocie akceptacji inwestora/inwestorów. W przypadku istnienia po stronie zaakceptowanego inwestora/inwestorów obowiązku zgłoszenia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zamiaru koncentracji, polegającej na nabyciu wyżej wymienionych praw, do terminu przewidzianego na realizację powyższego zobowiązania przez Eurocash nie wlicza się okresu postępowania antymonopolowego w sprawie koncentracji.

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 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 lokalnych rynkach detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów tradycyjnych, obejmujących obszar położony do 1 km od sklepów Eko Holding zlokalizowanych w Chróścicach przy ul. Korfantego 21, w Zarzeczcu przy ul. Zarzeczce 193 D oraz w Gniewczynie Łańcuckiej przy ul. Łańcuckiej 531.

Jednocześnie Prezes Urzędu w pkt II sentencji niniejszej decyzji nałożył na Eurocash obowiązek złożenia Prezesowi Urzędu informacji dotyczących wykonania 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. 479<sup>28</sup> § 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  
Bernadetta Kasztelan-Świetlik*