



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAREK NIECHCIAŁ**

Warszawa, 18 maja 2018 r.

DKK1-421/58/17/JBG

Decyzja nr DKK– 82/2018

Na podstawie art. 18 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 2017 r., poz. 229 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach, **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez Eurocash S.A. z siedzibą w Komornikach kontroli nad Domelius Limited z siedzibą w Nikozji, Republika Cypru.

UZASADNIENIE

W dniu 21 września 2017 r. do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej „Prezes Urzędu”, „Prezes UOKiK” lub „organ antymonopolowy”) wpłynęło zgłoszenie zamiaru koncentracji, polegającej na przejęciu przez Eurocash S.A z siedzibą w Komornikach (dalej „Eurocash” lub „Zgłaszający”) kontroli nad Domelius Limited z siedzibą w Nikozji, Republika Cypru (dalej „Domelius”).

W związku z tym, iż spełnione zostały niezbędne przesłanki, uzasadniające zgłoszenie zamiaru koncentracji, tj.:

- łączny obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył na świecie 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 2017 r., poz. 229 ze zm. - dalej „ustawa o ochronie konkurencji” lub „ustawa antymonopolowa”), przy czym obrót na terenie

Rzeczypospolitej Polskiej przekroczył równowartość 50 mln euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 2 ww. ustawy,

- przejęcie kontroli nad innym przedsiębiorcą jest jednym ze sposobów koncentracji określonym w art. 13 ust. 2 pkt 2 ustawy antymonopolowej,
- w sprawie nie występuje żadna okoliczność z katalogu przesłanek wymienionych w art. 14 ustawy antymonopolowej, powodująca odstąpienie od konieczności zgłoszenia zamiaru koncentracji,

zostało wszczęte postępowanie antymonopolowe w przedmiotowej sprawie, o czym - zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2017, poz. 1257 ze zm.) Zgłaszający został powiadomiony pismem z 5 października 2017 r.

Dnia 14 listopada 2017 r. Prezes Urzędu wydał postanowienie przedłużające termin zakończenia postępowania o 4 miesiące. W ocenie organu antymonopolowego w przedmiotowej sprawie zaszła przesłanka, o której mowa w art. 96a ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji, tj. 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, 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).

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

W ramach postępowania organ antymonopolowy skierował ankietę do 16 przedsiębiorców - konkurentów uczestników koncentracji, działających w zakresie



detalicznej sprzedaży artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku (dalej „AKCU”), na których działalność Eurocash i Domelius się pokrywa. Pytania dotyczyły m.in. przychodów netto uzyskanych w 2016 i w okresie 10 miesięcy 2017 r. z detalicznej sprzedaży AKCU, powierzchni i lokalizacji prowadzonych sklepów, planowanych otwarć sklepów oraz opinii na temat zamiaru koncentracji.

W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

Uczestnicy koncentracji

Eurocash – jest notowana na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Według stanu na 25 sierpnia 2017 r. 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. z siedzibą w Luksemburgu posiada ok. 43,5% głosów na wza.

Grupa Eurocash prowadzi działalność za pośrednictwem 50 spółek zależnych, przede wszystkim w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU za pośrednictwem zlokalizowanych na obszarze całej Polski *[tajemnica przedsiębiorstwa]* hurtowni ogólnospożywczych oraz wyspecjalizowanych, oferujących: wyroby tytoniowe i produkty impulsowe (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* hurtowni), żywność mrożoną (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* hurtowni), nabiał (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* hurtownie), napoje alkoholowe i bezalkoholowe (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* hurtownie), kosmetyki, artykuły higieniczne i produkty chemii gospodarczej (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* hurtownia).

Ponadto Grupa Eurocash prowadzi działalność w zakresie sprzedaży detalicznej:

a) AKCU za pośrednictwem:

- sklepów własnych („Delikatesy Centrum” - *[tajemnica przedsiębiorstwa]* sklepów, „EKO” - *[tajemnica przedsiębiorstwa]* sklepów, oraz „Lewiatan” - *[tajemnica przedsiębiorstwa]* sklepów),
- sklepów zrzeszonych w sieciach partnerskich, nadzorowanych oraz organizowanych przez Eurocash: „Abc Sklepy po sąsiedzku” (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* sklepów), „Groszek” (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* sklepów), „Euro Sklep” (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* sklepy), „Lewiatan” (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* sklepów), „Gama” (*[tajemnica przedsiębiorstwa]* sklepów) oraz



- sklepów zrzeszonych w sieci franczyzowej „Delikatesy Centrum”, zarządzanej przez Eurocash Franczyza sp. z o.o. z siedzibą w Komornikach ([tajemnica przedsiębiorstwa] sklepów),
- b) prasy, czasopism i drobnych artykułów pozaprasowych za pośrednictwem salonów prasowych „Inmedio” ([tajemnica przedsiębiorstwa] salony),
- c) kosmetyków i artykułów drogowych za pośrednictwem sklepów własnych „Kontigo” ([tajemnica przedsiębiorstwa] sklepów) i sklepów partnerskich „Drogerie Koliber” ([tajemnica przedsiębiorstwa] sklepów),
- d) napojów alkoholowych poprzez sklepy własne „Duży Ben” ([tajemnica przedsiębiorstwa] sklepów).

Sprzedaż detaliczna AKCU jest dodatkowo realizowana za pośrednictwem platformy internetowej „Frisco” oraz poprzez mobilną sieć sklepów „ABC na kołach”.

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

Grupa Eurocash jest również obecna na rynku wprowadzania do obrotu AKCU oraz na rynku usług logistycznych.

Obrót Grupy Eurocash wyniósł w 2016 r. ok. 5 mld euro na świecie i ok. 4 mld euro w Polsce.

Domelius – pasywny uczestnik koncentracji – jest spółką holdingową, która nie prowadzi działalności operacyjnej. Jej udziałowcami są: Argus Retail Holding z siedzibą w Limassol, Cypr (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]% udziałów), Elbrus Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych z siedzibą w Warszawie (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]% udziałów), Robert Kasner (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]% udziałów), Robert Załęski (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]% udziałów) oraz Stanisław Sosnowski (ok. [tajemnica przedsiębiorstwa]% udziałów).

Domelius posiada następujące spółki zależne:

1. Mila S.A z siedzibą w Inowrocławiu - prowadzenie sieci sklepów detalicznych AKCU, działających na rynku pod nazwą „Mila” (dalej „Mila” oraz „sklepy Mila”),



2. Investpol 700 Mila S.A. s.j. z siedzibą w Inowrocławiu - budowa i wynajem sklepów,
3. Koja-Mila S.A. s.j. z siedzibą w Krakowie - wynajem sklepu w Krakowie, działającego w sieci Mila,
4. Mila Holding S.A z siedzibą w Inowrocławiu - nie prowadzi działalności operacyjnej.

Sieć sklepów Mila obejmuje 188 sklepów, w tym [tajemnica przedsiębiorstwa] tradycyjnych o powierzchni sprzedaży nie przekraczającej 350 m² oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] sklepów wielkopowierzchniowych o powierzchni sprzedaży nie przekraczającej 2000 m².

Sklepy te zaopatrywane są z centrum logistycznego zlokalizowanego w Krągoli koło Poznania, które posiada [tajemnica przedsiębiorstwa] m² powierzchni magazynowej.

Obrót Mila w 2016 r. [tajemnica przedsiębiorstwa].

Przyczyny i zakres koncentracji

Zgłoszona transakcja polega na przejęciu przez Eurocash kontroli nad Domelius. Podstawę zgłoszenia stanowi przedwstępna umowa sprzedaży z 15 września 2017 r. zawarta pomiędzy Eurocash oraz współnikami Domelius, na podstawie której Eurocash nabędzie 100% udziałów w Domelius.

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 sprzedaży AKCU i tym samym rozpocząć rywalizację z takimi sieciami detalicznymi, jak np. Lidl, Biedronka, Aldi, Netto czy Kaufland.

Rynki wspólne dla uczestników koncentracji

I. 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 m² oraz w obiektach wielkopowierzchniowych o powierzchni sprzedaży nie przekraczającej 2000 m².



Sklepy wielkopowierzchniowe od pozostałych formatów sklepów odróżnia przede wszystkim wielkość powierzchni sprzedażowej, która wynosi od 350 m² do 2000 m² 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.

Z przedstawionych powyżej powodów należy uznać, że sklepy tradycyjne nie stanowią konkurencji dla sklepów wielkopowierzchniowych. 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 formacie tradycyjnym włącza się do rynku właściwego również sklepy wielkopowierzchniowe, które wywierają istotny wpływ na konkurencję na rynku sklepów tradycyjnych¹.

Określając zasięg rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem obiektów wielkopowierzchniowych w aspekcie geograficznym należy wziąć pod uwagę fakt, że popyt na AKCU kreowany jest na niewielkim obszarze, na którym indywidualny klient może swobodnie się przemieszczać, nie ponosząc przy tym nadmiernych kosztów, ani nie poświęcając zbyt wiele czasu na dotarcie do sklepu, w którym ma zamiar zrobić zakupy. Przesądza to jednoznacznie kwestię określenia rynku właściwego w aspekcie geograficznym jako rynku lokalnego, a w praktyce szeregu rynków lokalnych, na których funkcjonują obiekty handlowe uczestników koncentracji.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu przeanalizował rynki geograficzne w dwóch wariantach, tj. obejmujących obszar w odległości 10 oraz 15 minut jazdy samochodem (po drogach publicznych) od przejmowanych placówek handlowych. Powyższe ma na celu

¹ Przykładowo decyzja Prezesa Urzędu nr DKK-4/2014 z dnia 21 stycznia 2014 r. (Auchan/Real), DKK-71/2014 z dnia 30 maja 2014 r. (Jeronimo Martins/Marcpol), DKK-54/2014 z dnia 29 kwietnia 2014 r. (Żabka/Społem).



wszechstronne zbadanie stanu konkurencji na rynku, zarówno z uwzględnieniem bliższych, jak i dalszych geograficznie alternatyw dla sklepów uczestników konkurencji.

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 przejmowanego. W przypadku małych miejscowości przyjęcie takiego kryterium powoduje, w praktyce, zdefiniowanie rynku geograficznego jako obszaru tej miejscowości. Za takim 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.

Biorąc pod uwagę powyższe organ antymonopolowy uznał, iż działalność uczestników koncentracji pokrywa się na:

a) 14 lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU² za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych do 2000 m² w wariantcie wyznaczonym promieniem do 10 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od sklepu Mila:

1. **Witnica (ul. Gorzowska 1)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Gorzowskiej 1 w Witnicy, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Sikorskiego 17 w Witnicy. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [30-40]% według kryterium obrotu oraz ok. [30-40]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
2. **Kowal (ul. Zamkowa 8)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Zamkowej 8 w Kowalu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Baruchowo 44 w Baruchowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku przekroczył [30-40]% według kryterium obrotu oraz [50-60]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
3. **Łosice (ul. Piłsudskiego 14)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Piłsudskiego 14 w Łosicach, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Kolejowej 10 w Łosicach. Łączny udział uczestników

² Opierając się na ustaleniach dokonanych przez Prezesa Urzędu w toku postępowania zakończonego decyzją nr DKK-191/2016 z 23 grudnia 2016 r. analiza sprzedaży detalicznej AKCU uwzględnia zarówno sklepy własne Eurocash, jak również sklepy działające w ramach sieci franczyzowej „Delikatesy Centrum”.



koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [20-30]% według kryterium obrotu oraz ok. [30-40] % według kryterium powierzchni sprzedaży.

4. **Radom (ul. Główna 11)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Główniej 11, Struga 60 oraz Sempołowskiej 5 w Radomiu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Kusocińskiego 18 w Radomiu. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [5-10]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
5. **Radom (ul. Sempołowskiej 5)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Sempołowskiej 5, Struga 60 oraz Główniej 11 w Radomiu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Kusocińskiego 18 w Radomiu. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [5-10]% według kryterium obrotu oraz ok. [10-20]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
6. **Radom (ul. Struga 60)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Struga 60 oraz Sempołowskiej 5 w Radomiu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Słowackiego 110 w Radomiu. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [5-10]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
7. **Szydłowiec (ul. Kościuszki 213)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Kościuszki 213 w Szydłowcu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Słowackiego 22 w Chlewiskach. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [20-30]% według kryterium obrotu oraz ok. [40-50]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
8. **Stąporków (ul. Piłsudskiego 132)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Piłsudskiego 132 w Stąporkowie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. 1 Maja 6 w Stąporkowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku przekroczył [40-50]% według kryterium obrotu oraz [60-70]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
9. **Będzin (ul. Piłsudskiego 95)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Piłsudskiego 95 w Będzinie, Szpitalnej 7 w Czeladzi oraz Prusa 53 w Sosnowcu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. 35-Lecia 13 w Będzinie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

- 10. Czeladź (ul. Szpitalna 7)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Szpitalnej 7 w Czeladzi oraz Piłsudskiego 95 w Będzinie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. 35-Lecia 13 w Będzinie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [5-10]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
- 11. Kraków (ul. Jerzmanowskiego 38)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Jerzmanowskiego 38 oraz Lilli Wenedy 3 w Krakowie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Myślenickiej 131 w Krakowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
- 12. Maków Podhalański (ul. Wolności 29)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Wolności 29 w Makowie Podhalańskim, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Kolejowej 14 w Makowie Podhalańskim. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [5-10]% według kryterium obrotu oraz ok. [10-20]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
- 13. Limanowa (ul. Zygmunta Augusta 14)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Zygmunta Augusta 14 w Limanowej, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Zygmunta Augusta 8 w Limanowej. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [30-40]% według kryterium obrotu oraz ok. [30-40]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
- 14. Mielec (ul. Biernackiego 2)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Biernackiego 2 w Mielcu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Dąbrówki 17 w Mielcu. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [5-10]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

b) 21 lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych do 2000 m² w wariancie wyznaczonym promieniem do 15 minut jazdy samochodem po drogach publicznych od sklepu Mila:

- 1. Witnica (ul. Gorzowska 1)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Gorzowskiej 1 w Witnicy, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepów



- przy ul. Sikorskiego 17 w Witnicy oraz Mickiewicza 54 w Bogdańcu. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [40-50]% według kryterium obrotu oraz ok. [40-50]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
2. **Kowal (ul. Zamkowa 8)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Zamkowej 8 w Kowalu oraz Kaliskiej 89b we Włocławku, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Baruchowo 44 w Baruchowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [5-10]% według kryterium obrotu oraz ok. [5-10]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 3. **Łosice (ul. Piłsudskiego 14)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Piłsudskiego 14 w Łosicach, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Kolejowej 10 w Łosicach. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [20-30]% według kryterium obrotu oraz ok. [30-40]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 4. **Radom (ul. Główna 11)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Główniej 11, Struga 60 oraz Sempołowskiej 5 w Radomiu, a Eurocash działa za pośrednictwem dwóch sklepów przy ul. Kusocińskiego 18 oraz Słowackiego 110 w Radomiu. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 5. **Radom (ul. Sempołowskiej 5)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Sempołowskiej 5, Struga 60 oraz Główniej 11 w Radomiu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepów przy ul. Kusocińskiego 18 oraz Słowackiego 110 w Radomiu. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [5-10]% według kryterium obrotu oraz ok. [5-10]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 6. **Radom (ul. Struga 60)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Struga 60, Sempołowskiej 5 oraz Główniej 11 w Radomiu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepów przy ul. Kusocińskiego 18 oraz Słowackiego 110 w Radomiu. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 7. **Szydłowiec (ul. Kościuszki 213)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Kościuszki 213 w Szydłowcu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Słowackiego 22 w Chlewiskach. Łączny udział



- uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [20-30]% według kryterium obrotu oraz ok. [40-50]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
8. **Stąporków (ul. Piłsudskiego 132)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Piłsudskiego 123 w Stąporkowie oraz Kilińskiego 21 w Końskich, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. 1 Maja 6 w Stąporkowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [10-20]% według kryterium obrotu oraz ok. [20-30]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 9. **Końskie (ul. Kilińskiego 21)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Kilińskiego 21 w Końskich oraz Piłsudskiego 132 w Stąporkowie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. 1 Maja 6 w Stąporkowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [10-20]% według kryterium obrotu oraz ok. [10-20]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 10. **Staszów (ul. Opatowska 32)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Opatowskiej 32 w Staszowie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Staszowskiej 14 w Bogorii. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [10-20]% według kryterium obrotu oraz ok. [10-20]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 11. **Będzin (ul. Piłsudskiego 95)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Piłsudskiego 95 w Będzinie, Szpitalnej 7 w Czeladzi oraz Prusa 53 w Sosnowcu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. 35-Lecia 13 w Będzinie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 12. **Czeladź (ul. Szpitalna 7)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Szpitalnej 7 w Czeladzi, Piłsudskiego 95 w Będzinie oraz Prusa 53 w Sosnowcu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. 35-Lecia 13 w Będzinie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
 13. **Sosnowiec (ul. Prusa 53)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Prusa 53 w Sosnowcu, Piłsudskiego 95 w Będzinie oraz Szpitalnej 7 w Czeladzi, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. 35-Lecia 13 w Będzinie.



Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

14. **Kraków (Jerzmanowskiego 38)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Jerzmanowskiego 38, Komandosów 8, Lilli Wenedy 3 oraz Św. Gertrudy 5 w Krakowie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Myślenickiej 131 w Krakowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
15. **Kraków (os. Komandosów 8)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy os. Komandosów 8, Jerzmanowskiego 38, Lilli Wenedy 3 oraz Św. Gertrudy 5 w Krakowie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Myślenickiej 131 w Krakowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
16. **Kraków (ul. Lilli Wenedy 3)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Lilli Wenedy 3, Jerzmanowskiego 38, Komandosów 8 oraz Św. Gertrudy 5 w Krakowie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Myślenickiej 131 w Krakowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [5-10]% według kryterium obrotu oraz [5-10]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
17. **Kraków (ul. Św. Gertrudy 5)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepów przy ul. Św. Gertrudy 5, Jerzmanowskiego 38, Komandosów 8 oraz Lilli Wenedy 3 w Krakowie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Myślenickiej 131 w Krakowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz również ok. [0-5]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
18. **Maków Podhalański (ul. Wolności 29)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Wolności 29 w Makowie Podhalańskim, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Kolejowej 14 w Makowie Podhalańskim. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [5-10]% według kryterium obrotu oraz ok. [10-20]% według kryterium powierzchni sprzedaży.



19. **Limanowa (ul. Zygmunta Augusta 14)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Zygmunta Augusta 14 w Limanowej, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Zygmunta Augusta 8 w Limanowej. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [20-30]% według kryterium obrotu oraz ok. [20-30]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
20. **Mielec (ul. Biernackiego 2)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. Biernackiego 2 w Mielcu, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepów przy ul. Wojsławskiej 283 oraz Dąbrówki 17 w Mielcu. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [5-10]% według kryterium obrotu oraz ok. [5-10]% według kryterium powierzchni sprzedaży.
21. **Żyrardów (ul. 1-go Maja 40)** - na rynku tym Mila prowadzi działalność za pośrednictwem sklepu przy ul. 1-go Maja 40 w Żyrardowie, a Eurocash działa za pośrednictwem sklepu przy ul. Reymonta 8/38 w Żyrardowie. Łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. w tak wyznaczonym rynku wyniósł ok. [0-5]% według kryterium obrotu oraz ok. [5-10]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

II. Rynek hurtowej sprzedaży AKCU

Ocena skutków koncentracji na rynkach powiązanych wertykalnie wymaga również ustaleń, czy pomiędzy uczestnikami koncentracji mogą zachodzić relacje wertykalne, w zakresie, w jakim Grupa Eurocash prowadzi działalność w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU, natomiast sieć sklepów Mila obecna jest po stronie popytowej tego rynku.

W wymiarze geograficznym rynki te, zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Prezesa UOKiK³, mogą zostać zdefiniowane jako rynki obejmujące obszar wyznaczony odległością do 50 km od każdej hurtowni Eurocash.

Należy wskazać, że Zgłaszający stoi na stanowisku, iż pomiędzy uczestnikami koncentracji nie istnieją powiązania wertykalne inne, aniżeli wynikające z relacji pomiędzy: (i) Grupą Eurocash jako dostawcą hurtowym wyrobów tytoniowych i artykułów impulsowych do sprzedawców detalicznych a (ii) sklepami Mila jako nabywcą tych artykułów na rynkach lokalnych. Uzasadniając swoje stanowisko Zgłaszający podniósł następujące argumenty:

1. Zgodnie z §2 ust. 4 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2014 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (tekst jednolity Dz. U. 2018 poz. 367) przez rynek właściwy, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym –

³ Zgodnie z decyzją Prezesa Urzędu z dnia 27 października 2011 r. DKK-128/2011.



rozumie się każdy rynek właściwy, jeżeli: a) 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 (rynek powiązany wertykalnie), oraz b) udział w rynku przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji na którymkolwiek z tych rynków przekracza 30%, bez względu na to, czy aktualnie istnieje powiązanie typu dostawca-odbiorca między tymi przedsiębiorcami. Zgodnie z powyższą definicją, aktualne lub potencjalne powiązania wertykalne zachodzą tylko wówczas, gdy uczestnicy koncentracji działają w trakcie rozpatrywania zgłoszenia zamiaru koncentracji na rynkach, które są wobec siebie kolejnymi szczeblami obrotu.

2. Definicja rynków powiązanych wertykalnie nie ma na celu identyfikacji wszystkich, nawet najbardziej hipotetycznych powiązań handlowych, jakie mogą powstać pomiędzy uczestnikami koncentracji. Koncepcja tych rynków ograniczona jest do rzeczywistej możliwości zaistnienia relacji dostawca-odbiorca, co wyraża się w tym, że analizie poddane są rynki, na których faktycznie działają uczestnicy koncentracji, a nie rynki, na które teoretycznie mogliby oni wejść w przyszłości⁴. Innymi słowy, skoro zdaniem prawodawcy ocena potencjalnych powiązań wertykalnych może mieć miejsce tylko, gdy jeden z uczestników koncentracji działa na rynku właściwym, który jest jednocześnie rynkiem zakupu lub sprzedaży, na którym działa drugi z uczestników koncentracji brak spełnienia tej przesłanki wyklucza kwalifikowanie jakichkolwiek innych hipotetycznych relacji z perspektywy rynków powiązanych wertykalnie⁵.
3. Grupa Eurocash (w ramach działalności hurtowej) oraz Mila (w ramach sprzedaży AKCU oraz zakupów realizowanych dla własnych sklepów detalicznych) działają w odrębnych kanałach łańcucha dystrybucji AKCU. Grupa Eurocash prowadzi działalność w tradycyjnym kanale dystrybucji AKCU i jest uczestnikiem lokalnych rynków hurtowej sprzedaży AKCU. Mila prowadzi działalność w nowoczesnym kanale

⁴ W decyzji w sprawie ZPD Polska/ChZMO (nr RKR-46/2005), Prezes Urzędu wyraźnie zaznaczył, że powiązania wertykalne pomiędzy uczestnikami koncentracji należy oceniać na dzień zgłoszenia koncentracji. Tym samym, w ocenie organu antymonopolowego ocena antymonopolowa koncentracji nie obejmuje wszelkich przyszłych hipotetycznych zdarzeń rynkowych, jakie mogą zaistnieć po dokonaniu koncentracji, a które nie istnieją (lub nie mogłyby zaistnieć) na dzień dokonania zgłoszenia.

⁵ Znajduje to potwierdzenie w dotychczasowych decyzjach wydawanych w sprawach z udziałem Eurocash. W decyzji DKK – 191/2016 Prezes UOKiK analizował w kontekście powiązań wertykalnych jedynie te rynki, na których działały sklepy EKO Holding S.A. zaopatrujące się w AKCU od hurtowników.



dystrybucji AKCU,⁶ a rynkiem zakupu, na którym działa, jest krajowy rynek zaopatrzenia w AKCU, czyli rynek, na którym jako sprzedawcy działają producenci, wprowadzający AKCU do obrotu. Za wyjątkiem [tajemnica przedsiębiorstwa] Mila nie zaopatruje się w lokalnych hurtowniach. Zaopatrywanie się z hurtowni jest charakterystyczne dla formatu sklepów działających w formacie tradycyjnym, podczas gdy tzw. sieci działające w modelu handlu nowoczesnego zaopatrują się bezpośrednio u producentów i do zaopatrywania swoich placówek detalicznych wykorzystują własne centra dystrybucyjne. Oznacza to, że lokalne rynki hurtowej sprzedaży AKCU, na których działa Grupa Eurocash nie są rynkami zakupu AKCU, na których działa Mila. Brzmienie legalnej definicji zawartej w powołanym powyżej Rozporządzeniu nie uzasadnia przypisywania działalności uczestników zamierzonej koncentracji do rynków właściwych, na których nie prowadzą oni faktycznie działalności.

4. Funkcjonujące od momentu rozpoczęcia działalności przez sieć Mila centrum logistyczne w Krągoli powstało właśnie w celu pominięcia dostaw do sklepów Mila przez dystrybutorów hurtowych i zapewnienia własnej organizacji dystrybucji AKCU do sklepów Mila. Decyzja o rozpoczęciu zaopatrywania się w hurtowniach Grupy Eurocash spowodowałaby konieczność [tajemnica przedsiębiorstwa].

W kontekście powyższego, jedynym lokalnym rynkiem zakupu towarów AKCU od hurtowników, na którym działa Mila, jest lokalny rynek hurtowej sprzedaży wyrobów tytoniowych oraz produktów impulsowych. Poza [tajemnica przedsiębiorstwa] Mila kupuje od hurtowników [tajemnica przedsiębiorstwa] (której nie ma w ofercie Grupy Eurocash). Należy również podkreślić, że Grupa Eurocash nie ma w swojej ofercie [tajemnica przedsiębiorstwa], a zatem zakupy Mila w tym zakresie nie mogą być dokonywane w hurtowniach Grupy Eurocash.

Pozostała działalność zakupowa Mila oparta jest co do zasady na centralnych zakupach AKCU dostarczanych do centrum logistycznego Mila. Mila nie jest nawet zainteresowana ofertą lokalnych hurtowni, gdyż ze względów logistycznych zakupy z takich

⁶ Istnienie ww. kanałów dystrybucji jest od wielu lat dostrzegane w orzecznictwie Prezesa UOKiK, w którym zauważa się, że hipermarkety, supermarkety i sklepy dyskontowe stanowią tzw. nowoczesny kanał dystrybucji (dalej „rynek HSD”) oraz, że właściwe kanałowi nowoczesnemu cechy odróżniają ten kanał dystrybucji od pozostałych, powodując, iż stanowi on oddzielny rynek produktowy (np. decyzja Prezesa UOKiK z dnia 21 stycznia 2014 r. nr DKK-4/2014. Zob. także decyzja Prezesa UOKiK z dnia 24 września 2008 r. nr DKK-76/2008).



hurtowni nie mogą być realizowane bez reorganizacji całego łańcucha dostaw do sklepów Mila. Zgłaszający wskazuje również, że po przeprowadzeniu zamierzonej koncentracji Eurocash nie zamierza zmieniać modelu zakupów AKCU dla supermarketów Mila. Z punktu widzenia kosztowego, logistycznego, operacyjnego i biznesowego takie działanie byłoby nie tylko nieracjonalne ekonomicznie, ale również, w istotnym zakresie, niewykonalne. Zmianie może co najwyżej ulec lokalizacja centrum logistycznego, z którego będą zaopatrywane sklepy Mila. Nie zmieni to jednak architektury łańcucha logistycznego, którego podstawowym elementem jest centralizacja dostaw AKCU do tych placówek, a nie lokalne zaopatrywanie tych supermarketów z hurtowni.

Prezes Urzędu nie podziela stanowiska Zgłaszającego przedstawionego powyżej. W jego ocenie, pomiędzy uczestnikami koncentracji mogą potencjalnie wystąpić relacje wertykalne w zakresie, w jakim Grupa Eurocash prowadzi hurtową sprzedaż AKCU, a Mila (oferujących AKCU) może zaopatrywać swoje sklepy w hurtowniach Eurocash. Fakt, iż dotychczas właściciel sklepów Mila zaopatrywał się w towary bezpośrednio u producentów nie przesądza, iż w przyszłości nowy właściciel (tj. Grupa Eurocash) nie będzie realizował dostaw AKCU z należących do niego hurtowni. Koncentracje wertykalne obejmują przedsiębiorców działających na odmiennych szczeblach łańcucha dostaw⁷. Fakt, że jeden z uczestników koncentracji jest zintegrowany wertykalnie (co do zasady nie korzysta z dostaw hurtowych innych przedsiębiorców lub robi to w ograniczonym asortymentowo zakresie) nie zmienia okoliczności, że drugi z jej uczestników jest dostawcą przedsiębiorców działających na szczeblu sprzedaży detalicznej i tym samym może wpływać na ich koszty (w szczególności związane z zaopatrzeniem w towary). W określonych warunkach może to stwarzać mu bodźce do podnoszenia kosztów zaopatrywanych przez siebie detalistów, w celu osłabienia presji konkurencyjnej, jaką wywierają na uczestników koncentracji.

Na obszarze każdego z lokalnych rynków hurtowej sprzedaży wyrobów tytoniowych oraz artykułów impulsowych, kosmetyków i chemii gospodarczej przez hurtownie wyspecjalizowane, nabiału, żywności mrożonej i napojów alkoholowych przez hurtownie wyspecjalizowane oraz sprzedaży za pośrednictwem hurtowni ogólnospożywczych, na których prowadzi działalność Eurocash, działają sklepy należące do Grupy Eurocash, jak i sklepy Mila. Na rynkach tych mogą zatem wystąpić pomiędzy uczestnikami koncentracji relacje typu dostawca – odbiorca. Wskazać jednocześnie należy, że koncentracja wywiera

⁷ Wytyczne w sprawie oceny niehoryzontalnych połączeń przedsiębiorstw na mocy rozporządzenia Rady w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw (2008/C 265/07), pkt 4.



wpływ jedynie na trzy rynki hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych, które zostaną omówione poniżej.

III. Rynek zaopatrzenia w AKCU

Zgodnie z dotychczasowym orzecznictwem Komisji Europejskiej⁸ oraz Prezesa Urzędu⁹ 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 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 rodzaj 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 nie będzie przekraczał progu 20% w którejkolwiek z ww. grup produktowych, ani w krajowym rynku zaopatrzenia w AKCU ogółem, bez dalszej segmentacji na poszczególne grupy asortymentowe.

⁸Decyzja KE COMP/M.2161 z dnia 23 października 2000 r. (Ahold/Superdiplo).

⁹Decyzja DOK nr 143/2006 z dnia 21 listopada 2006 r., DKK nr 4/2014 z dnia 21 stycznia 2014 r.



IV. Rynek wprowadzania do obrotu AKCU

Pomiędzy uczestnikami koncentracji zachodzą relacje wertykalne w zakresie, w jakim Grupa Eurocash działa na krajowym rynku wprowadzania do obrotu sushi, należącego do segmentu towarów nietrwałych sprzedawanych w ramach samoobsługi, a sieć sklepów Mila działa na krajowym rynku zaopatrzenia w segmencie towarów nietrwałych sprzedawanych w ramach samoobsługi. Zgłaszający szacuje, że udział Grupy Eurocash w krajowym rynku wprowadzania do obrotu AKCU (w segmencie towarów nietrwałych sprzedawanych w ramach samoobsługi) nie przekracza [0-5]%, zaś udział sklepów Mila w krajowym rynku zaopatrzenia w AKCU (w segmencie towarów nietrwałych sprzedawanych w ramach samoobsługi) wynosi ok. [0-5]%.

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* (tekst jednolity Dz. U. 2018 poz. 367) organ antymonopolowy uznał, iż:

- a) przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na lokalne rynki detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych położonych w obszarze wyznaczonym promieniem do 10 i 15 min. jazdy samochodem (po drogach publicznych) od przejmowanych sklepów Mila w: Witnicy, Kowalu, Łosicach, Szydłowcu, Stąporkowie oraz Limanowej.**



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

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.

Witnica (ul. Gorzowska 1)

Na rynku wyznaczonym obszarem o promieniu do 15 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Witnicy prowadzą działalność dwa sklepy Eurocash w Witnicy przy ul. Sikorskiego 17 oraz w Bogdańcu przy ul. Mickiewicza 54, a łączny udział uczestników koncentracji w tak wyznaczonym rynku w 2016 r. wyniósł ok. [40-50]% według kryterium obrotu oraz ok. [40-50]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku. Eurocash spotykać się tu będzie z konkurencją ze strony trzech sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku w 2016 r. wyniósł ok. [50-60]% według kryterium obrotu oraz ok. [50-60]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

Natomiast w przypadku wyznaczenia rynku obszarem o promieniu do 10 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Witnicy prowadzi działalność tylko jeden sklep Eurocash w Witnicy przy ul. Sikorskiego 17, a łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. wyniósł ok. [30-40]% według kryterium obrotu oraz ok. [30-40]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku. Eurocash spotykać się tu będzie z konkurencją ze strony dwóch sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku w 2016 r. wyniósł ok. [60-70]% według kryterium obrotu oraz ok. [60-70]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji zarówno w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 10 min., jak i do 15 min.



Kowal (ul. Zamkowa 8)

Na rynku wyznaczonym obszarem o promieniu do 10 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Kowalu prowadzi działalność jeden sklep Eurocash w Baruchowie przy ul. Baruchowo 44, a łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. przekroczył [30-40]% według kryterium obrotu oraz [50-60]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku. Eurocash spotykać się tu będzie z konkurencją ze strony jednego sklepu wielkopowierzchniowego, którego udział w rynku w 2016 r. przekroczył [60-70]% według kryterium obrotu oraz [40-50]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

Należy przy tym wskazać, że w przypadku wyznaczenia rynku obszarem o promieniu do 15 min. jazdy samochodem od ww. sklepu Mila łączny udział uczestników koncentracji nie przekracza 20%. Na tak wyznaczonym rynku prowadzi działalność jeszcze jeden sklep Mila we Włocławku przy ul. Kaliskiej 89b oraz ww. sklep Eurocash w Baruchowie, a łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. wyniósł ok. [5-10]% według kryterium obrotu oraz ok. [5-10] % według kryterium powierzchni sprzedaży. Na omawianym rynku Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony dziesięciu sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku w 2016 r. wyniósł ok. [90-100]% według kryterium obrotu oraz ok. [90-100]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji zarówno w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 10 min., jak i do 15 min.

Łosice (ul. Piłsudskiego 14)

Na rynku wyznaczonym obszarem o promieniu do 15 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Łosicach prowadzi działalność jeden sklep Eurocash w Łosicach przy ul. Kolejowej 10, a łączny udział uczestników koncentracji w tak wyznaczonym rynku w 2016 r. wyniósł ok. [20-30]% według kryterium obrotu oraz ok. [30-40]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku. Eurocash spotykać się tu będzie z konkurencją ze strony dwóch sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku w 2016 r. wyniósł ok. [70-80]% według kryterium obrotu oraz ok. [60-70]% według kryterium powierzchni sprzedaży.



Taka sama sytuacja rynkowa przedstawia się na rynku wyznaczonym obszarem o promieniu do 10 min. jazdy samochodem od ww. sklepu Mila w Łosicach.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji zarówno w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 10 min., jak i do 15 min.

Szydłowiec (ul. Kościuszki 213)

Na rynku wyznaczonym obszarem o promieniu do 15 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Szydłowcu prowadzi działalność jeden sklep Eurocash w Chlewiskach przy ul. Słowackiego 22, a łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. wyniósł ok. [20-30]% według kryterium obrotu oraz ok. [40-50]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

W opinii organu antymonopolowego planowana koncentracja nie spowoduje niekorzystnych skutków dla konkurencji na omawianym rynku. Eurocash spotykać się tu będzie z konkurencją ze strony dwóch sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku w 2016 r. wyniósł ok. [70-80]% według kryterium obrotu oraz ok. [50-60]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

Taka sama sytuacja rynkowa przedstawia się w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 10 min. jazdy samochodem od ww. sklepu Mila w Szydłowcu.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji zarówno w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 10 min., jak i do 15 min.

Stąporków (ul. Piłsudskiego 132)

Na rynku wyznaczonym promieniem do 10 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Stąporkowie prowadzi działalność sklep Eurocash w Stąporkowie przy ul. 1 Maja 6, a łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. przekroczył [40-50]% według kryterium obrotu oraz [60-70]% według kryterium powierzchni sprzedaży. Na omawianym rynku Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony jednego sklepu wielkopowierzchniowego, którego udział w rynku w 2016 r. przekroczył [50-60]% według kryterium obrotu oraz [30-40]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

Natomiast w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 15 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Stąporkowie na rynku tym prowadzi działalność jeszcze jeden sklep Mila w Końskim przy ul. Kilińskiego 21 oraz jeden ww. sklep Eurocash w Stąporkowie, a łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. wyniósł ok. [10-20]%



według kryterium obrotu oraz ok. [20-30]% według kryterium powierzchni sprzedaży. Łączny udział uczestników koncentracji przekracza zatem próg 20% jedynie według kryterium powierzchni sprzedaży.

Na omawianym rynku Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony siedmiu sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku w 2016 r. wyniósł ok. [80-90]% według kryterium obrotu oraz ok. [70-80]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji zarówno w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 10 min., jak i do 15 min.

Limanowa (ul. Zygmunta Augusta 14)

Na rynku wyznaczonym obszarem o promieniu do 10 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Limanowej prowadzi działalność sklep Eurocash w Limanowej przy ul. Zygmunta Augusta 8, a łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. wyniósł ok. [30-40]% według kryterium obrotu oraz ok. [30-40]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

Na omawianym rynku uczestnicy koncentracji spotykają się z konkurencją ze strony trzech sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku w 2016 r. wyniósł ok. [60-70]% według kryterium obrotu oraz ok. [60-70]% według kryterium powierzchni sprzedaży.

Również w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 15 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Limanowej na rynku tym prowadzi działalność ww. sklep Eurocash w Limanowej, zaś łączny udział uczestników koncentracji w 2016 r. wyniósł ok. [20-30]% według kryterium obrotu oraz ok. [20-30] % według kryterium powierzchni sprzedaży.

Eurocash spotykać się tu będzie z konkurencją ze strony czterech sklepów wielkopowierzchniowych, których łączny udział w rynku w 2016 r. wyniósł ok. [70-80]% według kryterium obrotu oraz ok. [70-80] % według kryterium powierzchni sprzedaży.

Biorąc pod uwagę powyższe należy stwierdzić, że planowana koncentracja nie stwarza zagrożenia dla konkurencji zarówno w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 10 min., jak i do 15 min.

b) przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym na lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Radomiu, lokalny rynek



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

1. lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Radomiu przy ul. Kieleckiej 166.

Na rynku tym działalność prowadzi jedna hurtownia Eurocash zlokalizowana w Radomiu przy ul. Kieleckiej 166, a udział tej hurtowni w rynku wyniósł ok. [60-70]% w 2014 r. i ok. [50-60]% w 2015 r.

Największymi konkurentami Eurocash na tym rynku lokalnym są: Distributions Orbico sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z udziałem w rynku wynoszącym w 2015 r. [20-30] % oraz ALTI Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem wynoszącym w tym roku [10-15] %. Ponadto na omawianym rynku prowadzi działalność 5 mniejszych konkurentów, których udział w rynku w 2015 r. wynosił do ok. [10] %.

W odległości do 50 km od ww. hurtowni Eurocash w Radomiu uczestnicy koncentracji prowadzą działalność na wspólnym rynku sprzedaży detalicznej AKCU w Stąporkowie. Rynek ten został szczegółowo opisany powyżej w części dotyczącej rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w aspekcie horyzontalnym. Natomiast w tym miejscu należy wskazać, że łączny udział uczestników koncentracji przekracza 20% w rynku wspólnym sprzedaży detalicznej AKCU w Stąporkowie.

2. lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Krakowie przy ul. Płk. Dąbka 8a oraz Półnanki 62a.

Na rynku tym prowadzą działalność trzy hurtownie Eurocash - dwie w Krakowie (przy ul. Płk. Dąbka 8a oraz Półnanki 62a) i jedna w Chrzanowie (przy ul. Powstańców



Styczniowych 16), których łączny udział w tym rynku wyniósł w 2014 r. i w 2015 r. ok. [30-40]%).

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

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

W odległości do 50 km od ww. hurtowni Eurocash w Krakowie uczestnicy koncentracji prowadzą działalność na wspólnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU w Krakowie. Rynki te zostały szczegółowo opisane powyżej w części dotyczącej rynków wspólnych dla uczestników koncentracji w aspekcie horyzontalnym. Natomiast w tym miejscu należy wskazać, że łączny udział uczestników koncentracji nie przekracza 20% na żadnym ze wspólnych rynków sprzedaży detalicznej AKCU w Krakowie.

3. lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Krakowie przy ul. Płk. Dąbka 8a oraz przy ul Półlanki 62a.

Na rynku tym prowadzą działalność trzy hurtownie Eurocash- dwie w Krakowie (przy ul. Płk. Dąbka 8a oraz Półlanki 62a) i jedna Chrzanowie (przy ul. Powstańców Styczniowych 16), których łączny udział w tym rynku wyniósł w 2014 r. i w 2015 r. ok. [30-40]%).

Największymi konkurentami Eurocash na tym rynku lokalnym są: ALTI Plus S.A. z siedzibą w Krakowie z udziałem wynoszącym w 2015 r. [50-60]% oraz Distribev Orbico sp. z o.o. z siedzibą Warszawie z udziałem w rynku wynoszącym w 2015 r. [5-10]%).

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

W odległości do 50 km od ww. hurtowni Eurocash w Krakowie uczestnicy koncentracji prowadzą działalność na wspólnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU w Krakowie. Rynki te zostały szczegółowo opisane powyżej w części dotyczącej rynków wspólnych dla uczestników koncentracji w aspekcie horyzontalnym. Natomiast w tym miejscu należy wskazać, że łączny udział uczestników koncentracji nie przekracza 20% na żadnym ze wspólnych rynków sprzedaży detalicznej AKCU w Krakowie.



c) brak wpływu koncentracji na rynki w układzie konglomeratowym

W niniejszej sprawie brak jest rynków, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie konglomeratowym, gdyż żaden z uczestników koncentracji nie dysponuje udziałem w jakimkolwiek rynku, na którym prowadzi działalność, przekraczającym próg 40%.

**Na podstawie zgromadzonego materiału i powyższych ustaleń organ antymonopolowy
zważył, co następuje:**

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

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

Powołany przepis wskazuje, że to intensywność ograniczenia konkurencji będzie determinowała treść rozstrzygnięcia organu antymonopolowego. Oznacza to, że nie każde ograniczenie konkurencji, będące wynikiem planowanej koncentracji będzie skutkowało



wydaniem zakazu dokonania koncentracji, a jedynie mające charakter „istotnego” ograniczenia.

Przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym na:

1. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 10 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w Witnicy (ul. Gorzowska 1),
2. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 15 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w Witnicy (ul. Gorzowska 1),
3. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 10 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w Kowalu (ul. Zamkowa 8).
4. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 10 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w Łosicach (ul. Piłsudskiego 14),
5. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 15 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w Łosicach (ul. Piłsudskiego 14),
6. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 10 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w Szydłowcu (ul. Kościuszki 213),
7. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 15 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w Szydłowcu (ul. Kościuszki 213),
8. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 10 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w Stąporkowie (ul. Piłsudskiego 132),



9. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 15 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w *Stąporkowie* (ul. Piłsudskiego 132),
10. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 10 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w *Limanowej* (ul. Zygmunta Augusta 14),
11. *lokalny rynek detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych* obejmujący obszar wyznaczony promieniem do 15 min. jazdy samochodem po drogach od sklepu Mila zlokalizowanego w *Limanowej* (ul. Zygmunta Augusta 14).

Analiza skutków koncentracji nie wykazała jednakże istotnych zagrożeń, wynikających z realizacji planowanej transakcji w odniesieniu do ww. rynków.

Na dwóch z nich, wymienionych powyżej w pkt 2 oraz 8, tj. na lokalnym rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych, obejmującym obszar wyznaczony promieniem do 15 min. jazdy samochodem po drogach publicznych od sklepu Mila zlokalizowanego w Witnicy przy ul. Gorzowskiej 1 oraz na lokalnym rynku detalicznej sprzedaży AKCU za pośrednictwem sklepów wielkopowierzchniowych, obejmującym obszar wyznaczony promieniem do 10 min. jazdy samochodem po drogach publicznych od sklepu Mila zlokalizowanego w Stąporkowie przy ul. Piłsudskiego 132, łączny udział uczestników koncentracji według kryterium obrotu nieznacznie przekracza próg 40%, z którym ustawa o ochronie konkurencji wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej, jednakże na żadnym z nich nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji.

Na rynku Witnicy Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony trzech sklepów wielkopowierzchniowych, których udział w rynku stanowi przeciwwagę dla jego udziału po koncentracji, uniemożliwiając tym samym Zgłaszającemu działanie niezależne od konkurentów i kontrahentów.

Na rynku Stąporkowa Eurocash spotykać się będzie z konkurencją ze strony jednego sklepu wielkopowierzchniowego, którego udział w rynku stanowi przeciwwagę dla jego



udziału po koncentracji, uniemożliwiając tym samym Zgłaszającemu działanie niezależne od konkurentów i kontrahentów.

Należy również podkreślić, że w przypadku wyznaczenia rynku promieniem do 15 min. jazdy samochodem od sklepu Mila w Stąporkowie łączny udział uczestników koncentracji według kryterium obrotu nie przekracza progu 20%.

Na pozostałych dziewięciu rynkach łączny udział uczestników koncentracji według kryterium obrotu nie przekracza progu 40%, z którym ustawa o ochronie konkurencji wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. Ponadto, jak już wskazano szczegółowo powyżej, na każdym z tych rynków uczestnicy koncentracji spotykają się z konkurencją innych uczestników tych rynków, których udział rynkowy stanowi przeciwwagę siły rynkowej, jaką uzyska Eurocash po dokonaniu koncentracji.

Koncentracja wywiera również wpływ w układzie wertykalnym na:

1. *lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Radomiu przy ul. Kieleckiej 166,*
2. *lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu od 4,5% do 18% bez piwa przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Krakowie przy ul. Plk. Dąbka 8a oraz Półlanki 62a oraz*
3. *lokalny rynek hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmujący obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Krakowie przy ul. Plk. Dąbka 8a oraz przy ul Półlanki 62a.*

Należy jednocześnie wskazać, że w odległości do 50 km od ww. hurtowni Eurocash w Radomiu uczestnicy koncentracji prowadzą działalność na wspólnym rynku sprzedaży detalicznej AKCU w Stąporkowie, zaś w odległości do 50 km od każdej z dwóch ww. hurtowni Eurocash w Krakowie uczestnicy koncentracji prowadzą działalność na wspólnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU w Krakowie.

W niniejszej sprawie potencjalny negatywny wpływ wertykalny wiąże się z możliwym ograniczeniem dostępu do rynku, które może przybierać dwie formy. Po pierwsze,



konkurentom uczestników koncentracji, prowadzącym działalność na wyższym szczeblu obrotu, tj. w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU może zostać ograniczony dostęp do klientów (ang. *customer foreclosure*). Po drugie, konkurentom uczestników koncentracji prowadzącym działalność na niższym szczeblu obrotu, tj. sprzedaży detalicznej AKCU, zaopatrującym się u hurtowników sprzedających ww. produkty ograniczenie dostępu do istotnego czynnika produkcji (ang. *input foreclosure*).

Zdaniem organu antymonopolowego, rozpatrywana koncentracja nie wpłynie w istotny sposób na sytuację konkurentów Eurocash i Mila, prowadzących działalność w zakresie hurtowej sprzedaży AKCU. Wynika to z faktu, iż sklepy należące do Eurocash już w tej chwili są w zdecydowanej większości zaopatrywane przez hurtownie z tej grupy, zaś sklepy Mila nie zaopatrują się w hurtowniach, lecz bezpośrednio u producentów (wyjątkiem są zakupy w hurtowniach oferujących wyroby tytoniowe oraz artykuły impulsowe). Tym samym potencjał detalistów kontrolowanych przez uczestników transakcji do zaprzestania lub ograniczenia zakupów u konkurencyjnych wobec Eurocash hurtowników jest niewielki.

Ewentualne zakłócenia na tych rynkach mogłoby wynikać z podjęcia przez grupę Eurocash strategii wykluczającej, polegającej na ograniczaniu dostępu do swoich hurtowni konkurentom na rynkach detalicznych poprzez podniesienie cen produktów oferowanych przez te hurtownie. Podniesienie cen hurtowych mogłoby zwiększać koszty, jakie konkurenci uczestników koncentracji ponoszą zaopatrując prowadzone przez siebie sklepy detaliczne, co z kolei mogłoby się przełożyć na wzrost cen oferowanych konsumentom na rynkach niższego szczebla, to jest na lokalnych rynkach sprzedaży detalicznej AKCU. Wzrost cen u konkurentów Eurocash i Mila mógłby skłonić konsumentów do przeniesienia popytu – przynajmniej w części – na uczestników koncentracji. Tym samym koncentracja mogłaby doprowadzić do ograniczenia presji konkurencyjnej, jaką na jej uczestników wywierają konkurenci na rynkach sprzedaży detalicznej AKCU.

Aby uczestnicy koncentracji mieli ekonomiczne bodźce do podjęcia powyższej strategii wykluczeniowej, spełnione musi być szereg warunków:

- sklepy detaliczne konkurujące ze sklepami uczestników koncentracji nie posiadają wystarczająco dobrych alternatywnych źródeł zaopatrzenia, z których mogłyby skorzystać w przypadku ograniczonego dostępu do hurtowni Eurocash (w przeciwnym wypadku przeniosą swój popyt na hurtownie konkurencyjne wobec Eurocashu, bez ponoszenia dodatkowych kosztów),



- ograniczenie konkurentom dostępu do hurtowni kontrolowanych przez Eurocash poprzez podwyżkę cen hurtowych (lub ograniczenie jakości obsługi) przełoży się na podwyżkę cen detalicznych (w przeciwnym wypadku konkurenci nie tracą klientów na rzecz sklepów detalicznych uczestników koncentracji),
- uczestnicy koncentracji posiadają wystarczającą liczbę sklepów, które mogłyby przejąć konsumentów rezygnujących z zakupów u konkurentów, zaś konsumenci wystarczająco silnie reagują na wzrost cen w sklepach, w których dotychczas się zaopatrywali, przenosząc co najmniej w istotnej części swój popyt na detalistów kontrolowanych przez uczestników koncentracji (w przeciwnym razie stosujący taką strategię przedsiębiorca może stracić klientów na szczeblu hurtowym, nie zyskując w zamian wystarczającej liczby klientów na szczeblu detalicznym); w praktyce oznacza to, że sukces takiej strategii wymaga istotnego udziału również w rynku niższego szczebla,
- ograniczenie dostępu jest opłacalne, a więc mniejsza sprzedaż w hurtowniach (spowodowana redukcją popytu dotychczasowych klientów na skutek podwyżki cen) rekompensowana jest przez większą sprzedaż w sklepach detalicznych (spowodowaną przejęciem klientów rezygnujących z zakupów u konkurentów, którzy podnieśli ceny w swoich sklepach); w praktyce zależy to od relacji między liczbą klientów utraconych na szczeblu hurtowym i pozyskanych na szczeblu detalicznym oraz od stosunku marż realizowanych na sprzedaży hurtowej i detalicznej.

Uwzględniając powyższe, Prezes UOKiK przyjął, że strategia ta co do zasady nie byłaby skuteczna na rynkach, na których udział Eurocash nie przekraczałby jednocześnie 30% na rynkach hurtowej sprzedaży oraz 20% na powiązanych rynkach detalicznej sprzedaży. Jak wskazano wcześniej, chociaż koncentracja wywiera wpływ wertykalny na trzy lokalne rynki hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych, to jedynie w zasięgu rynku hurtowej sprzedaży napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 18% przez hurtownie wyspecjalizowane, obejmującym obszar wyznaczony odległością do 50 km (po drogach) od hurtowni Eurocash zlokalizowanej w Radomiu przy ul. Kieleckiej 166 znajduje się rynek detalicznej sprzedaży AKCU, w którym łączny udział uczestników koncentracji przekracza 20%, tj. rynek Stąporkowa, którego mogłaby ewentualnie dotyczyć opisana wyżej strategia wykluczeniowa.

Na podstawie informacji uzyskanych w toku postępowania, należy uznać, że w niniejszej sprawie brak jest podstaw do obaw, że Grupa Eurocash mogłaby skutecznie podnosić koszty konkurentów na szczeblu detalicznym, w celu osłabienia presji



konkurencyjnej, jaką wywierają na sklepy kontrolowane przez tego przedsiębiorcę, albowiem konkurenci uczestników koncentracji na lokalnym rynku detalicznej sprzedaży AKCU w Stąporkowie, na którym sklepy Eurocash i Mila posiadają istotną pozycję (ich łączny udział przekracza 20%), nie zaopatrują się w hurtowniach należących do Grupy Eurocash.

Konkurenci działający na tym rynku to placówki detaliczne należące do sieci sklepów działających na skalę krajową (m.in. Biedronka, Dino, Kaufland). Model biznesowy tych sieci w zakresie źródeł zaopatrzenia jest analogiczny do rozwiązań stosowanych przez sieć sklepów Mila. Zaopatrzenie sklepów należących do sieci handlu nowoczesnego realizowane jest przede wszystkim przy wykorzystaniu scentralizowanego systemu dostaw, w którym kluczową rolę odgrywa centrum logistyczne danej sieci oraz flota samochodowa sieci dostarczająca towary do poszczególnych placówek detalicznych z centrum logistycznego. Właściciele takich sieci nie są zainteresowani zaopatrywaniem sklepów z lokalnych hurtowni, gdyż organizacja takich dostaw generowałaby wyższe koszty aniżeli dostawy realizowane centralnie. Ponieważ na rynku tym Eurocash nie zaopatruje swoich konkurentów, nie będzie w stanie zastosować wyżej opisanej strategii wykluczeniowej.

W niniejszej sprawie brak jest rynków, na które koncentracja wywierałaby wpływ w układzie konglomeratowym.

Mając powyższe na uwadze organ antymonopolowy uznał, iż zamierzona koncentracja spełnia kryterium wskazane w art. 18 ustawy o ochronie konkurencji, bowiem w jej wyniku nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku.

W związku z powyższym orzeczono, jak w sentencji.

POUCZENIE:

Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (j.t. Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.) w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2016 r., poz. 1822 ze zm.) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2016 r., poz. 623 ze zm.), odwołanie



od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

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

Zgodnie z art. 105 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

*Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
ZASTĘPCA DYREKTORA
DEPARTAMENTU KONTROLI KONCENTRACJI
Danuta Gruszczyńska*

Otrzymuje:

1) Eurocash S.A., Komorniki

2) aa

(decyzja wraz z załącznikiem)

