

DECIZIA

Nr. 2 din 18.01.2010

**privind concentrarea economica realizata
prin dobandirea controlului unic de catre Polish Gamma Group S.a.r.l. asupra
Profi Rom Food SRL, Albinuta Shops SRL si DT Logistic SRL**

CONSILIUL CONCURENTEI

In baza:

- 1) Legii concurenței nr. 21/1996, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 742 din 16 august 2005;
- 2) Decretului nr.700/27.04.2009 pentru numirea președintelui Consiliului Concurenței, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr.284/30.04.2009;
- 3) Decretului nr.701/27.04.2009, pentru numirea unui vicepreședinte al Plenului Consiliului Concurenței, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr.284/30.04.2009;
- 4) Decretului nr.1087/06.09.2006, pentru numirea unui membru al Plenului Consiliului Concurenței, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr.767/08.09.2006;
- 5) Decretului nr.702/27.04.2009, pentru numirea unui membru al Plenului Consiliului Concurenței, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr.284/30.04.2009;
- 6) Regulamentului de organizare, funcționare și procedură al Consiliului Concurenței, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 288 din 01 aprilie 2004;
- 7) Regulamentului privind autorizarea concentrărilor economice, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 280 din 31 martie 2004;
- 8) Instrucțiunilor cu privire la definirea pieței relevante în scopul stabilirii unei părți substanțiale de piață, publicate în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 288 din 01 aprilie 2004;
- 9) Instrucțiunilor cu privire la calculul cifrei de afaceri în cazurile de comportament anticoncurențial prevăzute la art. 5 alin.(1) din Legea concurenței nr. 21/1996 și în cazurile de concentrare economică, publicate în Monitorul Oficial, Partea I nr. 440 din 17/05/2004;

10) Instrucțiunilor date în aplicarea prevederilor art. 33¹ din Legea concurenței nr. 21/1996, cu privire la calculul taxei de autorizare în cazul concentrărilor economice, publicate în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 288 din 01 aprilie 2004;

11) Ordinului nr. 10/14.01.2010 privind numirea Comisiei Consiliului Concurenței;

12) Notificării concentrării economice înregistrate la Consiliul Concurenței cu nr. RS-56 din data de 02.12.2009 și documentelor din dosarul cauzei;

13) Notei Direcției Bunuri de Consum nr. CC/DBC/36/13.01.2010 privind analiza concentrării economice notificate.

și luând în considerare următoarele:

1) La data de 02.12.2009, Polish Gamma Group S.ar.l. a notificat, prin împuterniciți, în conformitate cu prevederile art.15 alin. (1) din Legea concurenței nr.21/1996, republicată, concentrarea economică realizată prin dobândirea controlului unic direct asupra activității de retail aparținând SC Profi Rom Food SRL și asupra DT Logistic SRL și controlului indirect asupra activității de retail a SC Albinuta Shops SRL. Notificarea a devenit efectivă la data de 28.12.2009, data la care partile au transmis informațiile suplimentare solicitate de Consiliul Concurenței.

I. PARTILE IMPLICATE

2) **Polish Gamma Group S.ar.l.** (în continuare „PGG”)², societatea achiziționată, este o societate constituită conform legislației din Luxemburg. PGG se află sub controlul *Polish Enterprise Investors VI GP, Ltd*³, acționând în calitate de asociat/partner general al Polish Enterprise Fund VI, L.P. („PEF VI”).

3) **SC Profi Rom Food SRL** (în continuare „Profi”) – societatea achiziționată - este o societate activă pe piața de vânzare cu amănuntul pentru bunuri de consum zilnic. Activitatea principală a Profi este comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun, Cod CAEN 4711. Primul magazin Profi s-a deschis în România, în iunie 2000, fiind unul dintre primii discounteri, care a intrat pe piață. Profi este acum prezent în România în 47 de orașe din toată țara, totalizând 65 de puncte de desfășurare. Magazinele Profi se găsesc în orașe mari, precum și în orașe de mai mici dimensiuni.

4) **SC Albinuta Shops SRL** (în continuare „Albinuta”) – societate achiziționată - este o societate activă pe piața de vânzare cu amănuntul pentru bunuri de consum zilnic vândute de supermarket-uri. Activitatea principală a Albinuta este comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun, Cod CAEN 4711. Societatea a fost achiziționată în anul 2007 de Profi, care deține controlul unic direct asupra Albinuta. În momentul achiziției, Albinuta exploata un lanț de 9 magazine, toate situate în București. În prezent, toate magazinele Albinuta au fost rebranduite și operează sub sigla Profi.

5) **DT Logistic SRL** (în continuare „DTL”) – societate achiziționată - este un transportator de mărfuri cu sediul în România, specializat în domeniul transportului internațional și intern, precum și în logistică integrată. Activitatea principală a DTL este depozitarea, Cod CAEN – 5210.

¹ Prin republicarea Legii concurenței nr.21/1996, art. 33 a devenit art.32

²Sediul social în 2, Avenue de Charles de Gaulle, L-1653 Luxemburg, înmatriculată la Registrul Comerțului și Societăților din Luxemburg sub nr. de înregistrare B 142541

³ Sediul social în PO Box 309GT, Uglund House, South Church Street, George Town, Grand Cayman, Insulele Cayman.

II. DESCRIEREA OPERATIUNII DE CONCENTRARE ECONOMICA

6) Tranzactia propusă se referă la schimbarea controlului asupra Profi, Albinuta si DTL, de la controlul unic actual al Duna Waiting Participation BV⁴ (DWP) la controlul unic post-concentrare al Polish Gamma Group S.ar.l. Documentele Tranzactiei cuprind, in principal, un contract de vanzare-cumpărare de părți sociale, semnat la data de 16 noiembrie 2009 intre DWP si PGG (denumit in continuare „Contract”) si un contract de inchiriere, care se va semna intre Profi si Rip Est SRL⁵ (denumit in continuare „Contractul de Inchiriere”). Contractul prevede achizitia de catre PGG a (i) unui număr de 410.221 părți sociale in Profi, reprezentand 99,9912% din capitalul social al Profi si (ii) unui număr de 41.194 in DTL, reprezentand 99,9951% din capitalul social al DTL.

7) Ca parte din Tranzactia Propusa, Profi va transfera catre SC Rip Est SRL (Rip Est) proprietatea asupra unor cladiri, terenuri si drepturile de folosinta asupra unor terenuri. Intre Profi si Rip Est se va semna un contract de inchiriere prin care se va acorda Profi dreptul de folosinta asupra activelor transferate. Profi va pastra astfel fondul comercial inainte de Tranzactia Propusa.

In concluzie, PGG va obtine astfel controlul direct asupra Profi si DTL si controlul indirect asupra Albinuta, care este o filială detinută in proportie de 100% de Profi.

8) Dobandirea controlului de catre PGG asupra Profi, Albinuta si DTL constituie o concentrare economica in sensul art. 10 alin. (2) lit. b) din Legea concurentei nr. 21/1996, republicata.

III. DIMENSIUNEA OPERATIUNII DE CONCENTRARE ECONOMICA

9) Operatiunea a fost notificata Consiliului Concurentei in conformitate cu prevederile art. 15 alin. (1) din Legea concurentei nr. 21/1996, republicata, avand in vedere ca cifra de afaceri cumulata a agentilor economici implicati in operatiunea de concentrare economica, in anul 2008, a depasit pragul de 10 milioane euro prevazut la art. 14 din Legea concurentei nr. 21/1996, republicata, si exista doi agenti economici implicati in operatiune care realizeaza pe teritoriul Romaniei, fiecare in parte, o cifra de afaceri ce depaseste pragul de 4 milioane euro prevazut la art. 14 din aceeași lege.

IV. PIATA RELEVANTA

Piata relevanta a produsului

10) La momentul realizarii tranzactiei, grupul din care face parte cumparatorul era prezent in Romania prin Jaan Automotive Glass Sp. z o.o. (Polonia), Novatours Holidays S.R.L. (Romania), Polski Bank Komorek Macierzystych S.A (Polonia), Biogenis SRL (Romania), Kofola S.A. (Polonia). Conform informatiilor transmise de parti in notificare, niciuna dintre societatile din portofoliul achizitorului, active in Romania, nu este prezenta pe piata relevanta.

11) Activitatea desfasurata de Profi si Albinuta consta in comertul cu amanuntul in magazine nespecializate, cu vanzare predominanta de produse alimentare, bauturi si tutun, cu denumirea de Profi. DTL oferă servicii de depozitare completă (receptie, păstrare, depozitare, ridicare, completare, expediere, gestionarea comenzilor si retur) si servicii de transport. DTL a prestat asemenea servicii logistice numai către Profi si Albinuta, deci doar in cadrul grupului.

⁴ Duna Waiting Participation BV este o societate cu raspundere limitata care functioneaza conform legii olandeze, este compania care detine controlul unic asupra Profi si DTL.

⁵ Rip Est este o societate controlată de DWP. RIP-Est S.R.L. este inmatriculată la Registrul Comertului din Timis sub nr. J35/1616/2004, CUI 16466555, cu sediul social in 1 Miresei St., Timisoara, judetul Timis.

12) In ceea ce priveste comertul cu amanuntul (sau en-detail) prin magazine, in jurisprudenta comunitara se face distinctie intre comertul cu produse de consum curent preponderent alimentare si comertul cu amanuntul de produse nealimentare.

13) De asemenea, din punct de vedere al efectelor asupra concurentei din sectorul comertului cu bunuri de consum curent, predominant alimentare, analiza are in vedere doua piete ale produsului: pe de o parte, *piata din amonte, a aprovizionarii*, unde retailerii actioneaza ca si cumparatori in relatia cu producatorii, si, pe de alta parte, *piata din aval, a comercializarii cu amanuntul*, unde retailerii actioneaza ca furnizori pentru consumatorii finali.

Piata comercializarii cu amanuntul de produse preponderent alimentare de consum curent

14) In cadrul comertului cu amanuntul de produse preponderent alimentare de consum curent, se pot identifica forme diferite de comercializare, respectiv: comertul traditional, in cadrul caruia consumatorul beneficiaza, in general, de asistenta unui vanzator, si comertul modern (cu autoservire pentru majoritatea produselor).

15) Totodata, in functie de suprafata ocupata de magazin si de gama sortimentala oferita, se poate retine urmatoarea diferentiere:

(i) magazine de proximitate (cu suprafata mai mica de 400 mp) – care comercializeaza o gama restransa de produse;

(ii) supermarketuri (cu suprafata intre 400 si 2500 mp) – acestea comercializeaza o gama mai larga, atat ca tipuri de produse, cat si ca numar de referinte oferite din fiecare tip, corespunzand unor necesitati de achizitie relativ importante si diversificate;

(iii) hypermarketuri (cu suprafata de peste 2500 mp) – reprezinta formatul cu rentabilitatea cea mai mare⁶, apreciat ca fiind un element esential pentru nivelul de competitivitate al oricarui grup de distributie;

(iv) discounteri - aceste magazine prezinta trasaturi specifice, in principal referitoare la nivelul mai avantajos al preturilor, modul de ambalare si prezentare ale produselor - mai apropiat de comertul en-gros, gama restransa de produse si preponderenta marcilor proprii ale distribuitorilor.⁷

16) Conform informatiilor din notificare, magazinele Profi (cu o suprafata de comercializare intre 359 si 958 mp)⁸ functioneaza preponderent in regim de autoservire. Profi este o societate activa pe piata cu amanuntul pentru bunurile de consum vandute de discounteri. Conform partilor, Albinuta este, de asemenea, o societate activa pe piata cu amanuntul pentru bunurile de consum zilnice vandute de discounteri.

17) In opinia partilor implicate, piata relevanta a produsului este piata comertului cu amanuntul de produse alimentare si nealimentare de consum curent prin magazine de tip supermarket, hypermarket, magazine de tip discounter si alte magazine similare (cum ar fi cele de proximitate sau de cartier). Pentru a sustine includerea comertului traditional in definitia pietei relevante, partile implicate au sustinut ca, desi cele doua canale se diferentiaza in baza varietatii de produse oferite si a suprafetei de vanzare, totusi, exista o concurenta acerba intre cele doua canale de distributie, intrucat exista clienti comuni care opteaza sa cumpere produse alimentare si nealimentare atat din supermarket-uri, cat si din magazinele de proximitate.

18) In practica autoritatii romane de concurenta s-a considerat ca, desi exista diferente intre tipurile de puncte de vanzare existente pe piata, in special intre cele de mai mici dimensiuni (de proximitate) si cele de tip hyper/supermarket, comertul traditional poate fi considerat, cel putin pentru anumite zone, ca facand parte din piata relevanta. S-a avut in vedere si faptul ca, la

⁶ Decizia CE in cazul COMP/M.1684 Carrefour/Promodes.

⁷ Decizia CE in cazul COMP/M. 991 Promodes/Casino

⁸ Conform datelor din Raportul Consiliului Concurentei asupra investigatiei declansate pentru analiza sectorului comercializarii produselor alimentare

nivelul tarii, consumatorii romani aloca aproximativ 60%⁹ din resursele banesti pentru achizitionarea de bunuri de consum curent prin intermediul acestui tip de comert.

19) Cu toate acestea, avand in vedere ca, oricum ar fi definita piata produsului, tranzactia nu ridica probleme de natura concurentiala pe piata din aval, a comercializarii, o definitie exacta a pietei relevante a produsului, in acest caz, ca incluzand sau nu comertul traditional, nu se justifica.

20) Din analiza efectuata de Consiliul Concurentei in cazurile anterioare, in ceea ce priveste retelele de tip cash&carry, s-au constatat diferite elemente care diferentiaza comertul din cadrul acestor retele de cel din cadrul super/hypermarketurilor, iar opiniile agentilor economici activi pe aceasta piata sunt impartite atunci cand este analizata concurenta resimtita de acestia din partea formatelor cash&carry. Jurisprudenta comunitara in materie sustine neincluderea magazinelor cash&carry in piata relevanta, considerandu-se ca acestea nu sunt in concurenta directa cu magazinele ce activeaza in zona comertului cu amanuntul (hyper/supermarketuri si discounteri). In acest caz, in considerarea acestor elemente de diferentiere, magazinele cash&carry vor fi tratate ca apartinand unei pietei distincte.

21) In concluzie, piata relevanta a produsului in acest caz este piata comertului cu amanuntul de produse alimentare si nealimentare de consum curent prin magazine tip hyper/supermarket, magazine de tip discounter si alte magazine similare.

Piata aprovizionarii cu bunuri de consum curent

22) Piata aprovizionarii cuprinde comercializarea de bunuri de consum curent de catre producatori catre distribuitorii en-gros, detailisti sau alti beneficiari (cafenele, hoteluri, restaurante etc.). Piata poate fi divizata pe familii sau grupe de produse: produse de larg consum, produse proaspete traditionale, diverse produse de uz gospodaresc, electrocasnice si textile¹⁰. Aceste grupe de produse includ, la randul lor, mai multe subgrupe (de ex. grupa produselor de larg consum include: bauturi, produse de curatat, parfumerie/igiena, bacanie uscata etc).

23) Segmentarea pietei se bazeaza pe faptul ca producatorii furnizeaza, in general, un singur produs sau o categorie de produse, luand in considerare, in acelasi timp, si flexibilitatea scazuta a acestora in a-si schimba domeniul de activitate (de ex. un producator de lactate nu are posibilitatea de a fabrica, intr-un timp scurt si fara investitii substantiale, produse textile).

24) In practica anterioara a Consiliului Concurentei, definitia exacta a pietei aprovizionarii a fost lasata deschisa. Avand in vedere ca, din analiza, s-a constatat ca operatiunea notificata nu conduce la ingrijorari de natura concurentiala, o definitie exacta a pietei, in acest caz, nu se justifica.

Piata geografica relevanta

Dimensiunea geografica a pietei comercializarii cu amanuntul de produse de consum curent

25) Din punct de vedere geografic, pietele afectate, in sectorul comercializarii cu amanuntul de produse predominant alimentare, sunt pietele locale, in cadrul carora se exploateaza puncte de vanzare si care sunt usor accesibile consumatorilor. Zonele de captare ale fiecarui magazin se pot defini luand in considerare timpul necesar deplasarii pana la magazin. Aceasta zona de captare reprezinta aria din jurul magazinului, de unde acesta isi va atrage majoritatea clientilor.

26) Pentru a delimita zonele concurentiale omogene, un prim parametru utilizat este trasarea

⁹ Conform comunicatului de presa al companiei GFK - Comertul modern castiga teren in fata celui traditional -Martie 02, 2009;

¹⁰ Decizia CE in cazul COMP/M. 4096 Carrefour/Hyparlo.

unui cerc cu raza corespunzatoare unei distante pe care consumatorii o pot parcurge in 10-30¹¹ minute cu autoturismul (in functie de mai multi factori, precum: marimea si preferintele gospodariilor, nivelul veniturilor, accesibilitatea magazinelor, suprafata magazinelor, reseaua de transporturi). Mai mult, zona poate fi extinsa, de la caz la caz, atunci cand exista suprapuneri circulare importante¹² ale mai multor zone locale diferite, suprapuneri care determina un efect de omogenitate in ceea ce priveste conditiile de concurenta, in special la nivel urban, tinand cont de densitatea punctelor de vanzare si de densitatea populatiei.

27) Definitia pietei din punct de vedere geografic, asa cum a fost descrisa mai sus, respectiv zona din jurul magazinelor accesibila in 10-30 minute cu autoturismul, este confirmata si de jurisprudenta Comisiei Europene¹³ in ceea ce priveste comertul cu amanuntul de bunuri de consum curent prin magazine nespecializate. De asemenea, consumatorii din zonele rurale sunt dispusi sa se deplaseze pe distante mai mari decat cei din mediul urban pentru a se aproviziona.

28) Avand in vedere aceste aspecte, dar faptul ca in urma analizei prezentate mai jos s-a constatat ca operatiunea nu ridica probleme de natura concurentiala, piata geografica relevanta poate fi considerata, in aceasta speta, ca incluzand localitatile in care magazinele Profi sunt prezente: Alba Iulia, Arad, Baia Mare, Bailesti, Bistrita, Brasov, Bucuresti, Buzias, Campia Turzii, Campulung, Cluj-Napoca, Constanta, Costesti, Dej, Deva, Drobeta Turnu-Severin, Focsani, Gherla, Hunedoara, Iasi, Jimbolia, Lugoj, Miercurea Ciuc, Onesti, Oradea, Orastie, Petrosani, Pitesti, Ploiesti, Radauti, Reghin, Resit, Rovinar, Seini, Sf. Gheorghe, Simeria, Slatina, Tarnaveni, Tg. Mures, Timisoara.

Dimensiunea geografica a pietei aprovizionarii

29) Avand in vedere faptul ca, in general, produsele sunt achizitionate de la producatorii nationali, de la importatorii nationali sau filialele romanesti ale unor companii multinationale, precum si faptul ca produsele importate suporta modificari in ceea ce priveste ambalaj/etichetare, dimensiunea pietei aprovizionarii este nationala.

30) In concluzie, in cazul de fata, pietele relevante luate in considerare sunt:

- comertul cu amanuntul de produse alimentare si nealimentare de consum curent prin magazine tip hyper/supermarketuri, discounteri si alte magazine similare in fiecare dintre localitatile in care Profi detine/administreaza magazine;
- piata aprovizionarii cu bunuri de consum curent la nivel national.

V. ANALIZA EFECTELOR OPERATIUNII ASUPRA MEDIULUI CONCURENTIAL

31) Operatiunea de concentrare economica analizata are impact asupra pietei comertului cu amanuntul la nivel local si asupra pietei nationale a aprovizionarii cu produse alimentare si nealimentare de consum curent. Cu toate acestea, avand in vedere ca achizitorul nu este prezent pe piata comertului cu amanuntul la nivel local, efectele orizontale ale prezentei operatiuni de concentrare economica sunt nule. In ceea ce priveste posibile efecte de natura verticala ale operatiunii de concentrare propusa, acestea sunt neglijabile, singura societate din grupul achizitorului care ar putea sa furnizeze produse magazinelor Profi este Kofola SA Polska, dar vanzarile acesteia in anul 2008 au fost reduse.

¹¹ M.1085-Promodes/Catteau, M.1221-Rewe/Meinl;

¹² Deciziile CE in cazurile COMP/M.1221-Rewe/Meinl, COMP/M.1684-Carrefour/Promodes, COMP/M1086 –Promodes / S21 / Gruppo GS;

¹³ Cazurile COMP/M.108 Promodes/Catteau, COMP/M.1221 Rewe/Meinl, COMP/M.1684 Carrefour/Promodes, COMP/M. 3905 Tesco/Carrefour, COMP/M. 4096 Carrefour/Hyparlo;

Piata comertului cu amanuntul cu produse de consum curent prin magazine nespecializate

32) Analiza situatiei concurentiale in fiecare dintre zonele identificate s-a facut dintr-o dubla perspectiva. In acest sens, analiza a fost realizata, pe de o parte, pe o piata care include atat comertul modern, cat si comertul traditional si, pe de alta parte, in conditii restrictive, pe o piata reprezentata doar de comertul modern.

33) In aceste conditii restrictive de analiza a pietei relevante, indiferent de felul in care este analizata piata relevanta, ca incluzand sau nu comertul traditional, cotele de piata inregistrate de entitatea rezultata in urma operatiunii notificate nu depasesc [...]%, cu exceptia a doua localitati in care cota de piata se situeaza sub [...]%. Pe fiecare dintre aceste pietele exista competitori puternici, unele cu cote de piata net superioare celor detinute de partile implicate (Real, Billa, Carrefour, Plus etc.).

34) In plus, operatiunea de concentrare economica nu conduce la suprapuneri pe orizontala, astfel incat cotele de piata detinute de magazinele achizitionate nu se modifica.

35) Indiferent de modul de definire a pietei relevante, ca incluzand sau nu comertul traditional, operatiunea notificata nu conduce la crearea sau consolidarea unei pozitii dominante a societatii achizitoare in urma preluarii activitatilor Profi, Albinuta si DTL.

36) Mai mult, luand in considerare toate aceste considerente, dar si ritmul de crestere a sectorului de comert cu amanuntul din ultimii ani, se poate concluziona ca efectele asupra mediului concurential nu sunt semnificative.

Analiza efectelor pe piata din amonte - piata aprovizionarii

37) In sectorul comertului cu amanuntul exista o stransa interdependenta intre piata comercializarii, pe care comerciantii cu amanuntul sunt vanzatori catre consumatorii finali, si piata aprovizionarii, pe care comerciantii cu amanuntul se intalnesc cu furnizorii de produse de consum curent. Pozitia unui magazin pe piata comercializarii determina volumele de marfuri achizitionate de la furnizori. O operatiune de concentrare economica intre doi retaileri poate antrena riscul inchiderii pietei de desfacere pentru furnizorii societatii achizitionate si riscul inchiderii pietei de aprovizionare pentru ceilalti concurenti ai partilor implicate.

38) In situatia de fata, operatiunea de concentrare nu implica suprapuneri pe orizontala, iar cele pe verticala sunt insignifiante. Partile apreciaza ca operatiunea de concentrare economica nu va genera schimbari asupra universului de furnizori ai Profi. Cumparatorul nu intentioneaza sa schimbe furnizorii existenti ai Profi. Structura de achizitii va suferi modificari poate in beneficiul furnizorilor intrucat contractele de achizitii nu vor mai fi negociate printr-o centrala de achizitii ca in prezent, ci direct de catre Profi. In acest sens se estimeaza ca drept urmare Profi va avea o putere de negociere mai mica.

39) Partile au oferit o evaluare a cotei de piata detinute de societatea Profi pe piata aprovizionarii bunurilor alimentare si nealimentare de consum curent luand in considerare datele disponibile de la Institutul National de Statistica. Astfel, cota de piata a Profi pe piata aprovizionarii nu depaseste [...]%. Avand in vedere cota de piata detinuta de Profi pe piata achizitiilor, dar si faptul ca in urma operatiunii notificate aceasta cota de piata ramane nemodificata, societatea achizitoare nefiind prezenta pe piata relevanta, operatiunea nu ridica probleme de natura concurentiala.

VI. RESTRICTIONARI AUXILIARE

40) Contractul de vanzare-cumparare, incheiat intre DWP si PGG, cuprinde, la articolele nr. [...], o clauza de non-concurenta si o clauza de non-solicitare, prin intermediul carora vanzatorul sau afiliatii sai se obliga sa nu se angajeze, pe o perioada limitata la 2 ani, intr-o operatiune de vanzare cu amanuntul a alimentelor in Romania, care sa fie in concurenta cu activitatile

desfasurate de parti. De asemenea, vanzatorul se obliga ca, pe o perioada de 2 ani de la data incheierii contractului, sa nu recruteze sau sa solicite direct sau indirect niciun salariat cheie sau manageri ai societatilor in Romania, angajati in prezent la societati.

41) Tot prin intermediul contractului de vanzare – cumparare, cumparatorul de obliga ca, pe o perioada de 2 ani de la data incheierii contractului, sa nu recruteze sau sa solicite direct sau indirect niciun salariat cheie sau manageri ai societatilor in Romania, angajati in prezent la Rip-Est pentru dezvoltarea activitatii.

42) Partile sustin ca obligatiile de non-concurenta si non-solicitare acceptate de vanzator sunt necesare pentru a proteja fondul comercial si know-how-ul transferat catre cumparator (PGG), in timp ce clauza de non-solicitare acceptata de cumparator este necesara pentru a proteja celelalte afaceri ale grupului vanzatorului in domeniul de retail din Romania.

43) In lumina normelor comunitare¹⁴ precum si a *Regulamentului privind autorizarea concentrarilor economice*, concentrarile economice pot cuprinde restrictionari direct legate si absolut necesare implementării operatiunii de concentrare economica. Justificarea introducerii acestor clauze rezida in faptul că dobandirea valorii depline a activitatii achizitionate presupune ca valoarea contractelor relevante, relatiilor stabilite cu clientela si vadului comercial sa nu fie diminuata prin actiunea acelor persoane care detineau o relatie stransa cu clientii, furnizorii sau partenerii comerciali ai Profi.

44) Referitor la articolele nr. [...] din contractul de vanzare cumparare de parti sociale in Profi si DTL, incheiat intre Duna Waiting Participation BV si Polish Gamma Group Sarl, in conformitate cu prevederile *Regulamentului privind autorizarea concentrărilor economice*, Consiliul Concurentei a comunicat partilor ca respectivele obligatii de non-concurenta sau non-solicitare exced cadrul legal din materia concentrarilor economice. Aceasta se datoreaza faptului ca aceste clauze extind protectia achizitorului si a vanzatorului la teritorii in care agentii economici transferati nu activau la momentul transferului.

Astfel, in timp ce Profi desfasoara activitati de comercializare doar in zonele din jurul magazinelor situate in orasele Alba Iulia, Arad, Baia Mare, Bailesti, Bistrita, Brasov, Bucuresti, Buzias, Campia Turzii, Campulung, Cluj-Napoca, Constanta, Costesti, Dej, Deva, Drobeta Turnu-Severin, Focsani, Gherla, Hunedoara, Iasi, Jimbolia, Lugoj, Miercurea Ciuc, Onesti, Oradea, Orastie, Petrosani, Pitesti, Ploiesti, Radauti, Reghin, Resit, Rovinar, Seini, Sf. Gheorghe, Simeria, Slatina, Tarnaveni, Tg. Mures, Timisoara, iar DTL ofera servicii logistice numai catre Profi, clauza de non-concurenta si cele de non-solicitare au ca arie de aplicare intreg teritoriul Romaniei.

45) Ca urmare a informarii transmise de Consiliul Concurentei, partile s-au obligat la restrangerea geografica a ariei de aplicabilitate a clauzei de non-concurenta si a clauzelor de non-solicitare, de la teritoriul Romaniei la localitatile in care Profi isi desfasoara in prezent activitatea precum si la acele localitati in care Profi a efectuat deja investitii pentru deschiderea unor magazine¹⁵. Astfel modificate, clauzele prevazute la art. nr. [...] din Contract respecta prevederile *Regulamentului privind autorizarea concentrărilor economice*.

VIII. CONCLUZII

46) Operatiunea de concentrare economica notificata s-a realizat prin dobandirea controlului unic de catre PGG asupra Profi si asupra DTL. Cum Profi detine controlul unic asupra Albinuta, PGG va detine controlul, in urma acestei operatiuni de concentrare economica, si asupra Albinuta.

¹⁴ Comunicatul Comisiei Europene privind linii directoare in aplicarea art. 81(3) din Tratat, publicat in J.O. C 101 din data de 27.04.2004;

¹⁵ Conform adresei inregistrate la Consiliul Concurentei cu nr. RG – 2595/28.12.2009 si a declaratiei PGG din data de 23.12.2009 atasate acesteia. Modificarea urmeaza sa fie facuta printr-un act aditional la Contractul de vanzare cumparare, act aditional ce va fi transmis, in copie, Consiliului Concurentei.

47) Operatiunea a fost analizata prin prisma prevederilor Legii concurentei nr.21/1996, republicata, si ale Regulamentului privind autorizarea concentrarilor economice. Dobandirea controlului unic de catre PGG asupra Profi si DTL cade sub incidenta Legii concurentei nr.21/1996, republicata, incadrandu-se in prevederile art. 10 alin. (2) lit. b) referitoare la realizarea unei concentrari economice si in prevederile art.14 referitoare la pragul cifrei de afaceri;

48) Operatiunea notificata are loc pe piata comertului cu amanuntul de produse alimentare si nealimentare de consum curent prin magazine tip hyper/supermarketuri, discounteri si alte magazine similare.

49) Operatiunea de concentrare economica analizata nu conduce la suprapuneri pe orizontala in ceea ce priveste activitatile de comert cu amanuntul de produse de consum curent.

50) In conditiile cele mai restrictive de analiza a pietei produsului, realizata cu excluderea comertului traditional si a vanzarilor realizate prin formatele de tip cash&carry, cota de piata a partilor implicate, pe pietele relevante geografica reprezentate de anumite localitati din tara, nu depaseste [...]%. In aceste zone, sunt prezente marile lanturi de comert modern Real, Carrefour, Cora, Kaufland, Billa, Penny, Auchan. In concluzie, avand in vedere aceste elemente si tinand cont atat de evolutia sectorului de comert cu amanuntul din ultimii ani, cat si de previziunile pe urmasorii ani, se poate concluziona ca efectele operatiunii de concentrare economica notificate asupra mediului concurential nu sunt semnificative si ca operatiunea nu conduce la crearea sau consolidarea unei pozitii dominante a achizitorului pe piata.

51) Pe piata aprovizionarii, operatiunea notificata nu ridica probleme concurentiale in ceea ce priveste marirea puterii de negociere a partilor implicate in relatia acestora cu furnizorii de produse si nu conduce la efecte negative asupra accesului concurentilor partilor implicate la piata de aprovizionare, cota de piata nedepasind [...]%.

52) Realizarea operatiunii de concentrare economica nu are ca efect crearea sau consolidarea unei pozitii dominante a achizitorului, care ar putea sa conduca la restrangerea, inlaturarea sau denaturarea semnificativa a concurentei pe pietele relevante identificate.

DECIDE

Art. 1. In temeiul dispozitiilor art. 46 alin. (1) lit. b) din Legea concurentei nr. 21/1996, republicata, se emite prezenta decizie de neobiectiune privind concentrarea economica realizata de catre Polish Gamma Group S.ar.l. prin dobandirea controlului unic asupra Profi Rom Food SRL, Albinuta Shops SRL si DT Logistic SRL, constatand ca, desi operatiunea de concentrare economica notificata cade sub incidenta Legii concurentei nr. 21/1996, republicata, nu exista indoieli serioase privind compatibilitatea cu un mediu concurential normal pe pietele relevante identificate.

Art. 2. Polish Gamma Group S.ar.l. este obligata, conform prevederilor art. 32 alin. (1) din Legea concurentei nr. 21/1996, republicata, sa plateasca taxa de autorizare a concentrarii economice notificate.

Art. 3. Taxa de autorizare, calculata conform prevederilor Instructiunilor date de Consiliul Concurentei in aplicarea art. 33¹⁶ din Legea concurentei nr. 21/1996, in functie de cifra de afaceri din raportarile contabile ale anului calendaristic 2009, comunicate de catre Polish

¹⁶ Prin republicarea Legii concurentei nr. 21/1996 art. 33 a devenit art. 32.

Gamma Group S.ar.l., prin imputerniciti, cu adresa din data de 08.01.2010, inregistrata la Consiliul Concurentei cu nr CC/DBC/18/08.01.2010, este de [...] lei (...).

Art. 4. Suma reprezentand taxa de autorizare se va vira in termen de maxim 30 (treizeci) de zile de la data comunicarii prezentei Decizii, de catre Polish Gamma Group S.ar.l., la bugetul de stat, cu ordin de plata tip trezorerie, cu mentiunea: "Taxa pentru autorizarea concentrarii economice conform Legii concurentei nr. 21/1996". O copie a ordinului de plata va fi transmisa neintarziat Consiliului Concurentei.

Art. 5. In termen de 5 zile de la depunerea, la unitatile teritoriale ale Ministerului Finantelor Publice, a situatiilor financiare anuale, pentru anul calendaristic 2009, privind societatile in cauza, Polish Gamma Group S.ar.l. va transmite Consiliului Concurentei o copie a acestora, precum si o nota care sa cuprinda cifrele de afaceri defalcate pe pietele relevante identificate, in conformitate cu prevederile Instructiunilor date de Consiliul Concurentei in aplicarea art. 33 din Legea concurentei nr. 21/1996, cu privire la calculul taxei de autorizare a concentrarilor economice. Consiliul Concurentei isi rezerva dreptul de a recalcula cuantumul taxei de autorizare in situatia in care cifrele de afaceri calculate pe baza datelor definitive difera fata de cele provizorii, avute in vedere la calculul taxei prevazute la art. 3 din prezenta Decizie.

Art. 6. Decizia Consiliului Concurentei poate fi contestata, conform prevederilor art. 47 alin. (4) din Legea concurentei nr. 21/1996, republicata, in termen de 30 de zile de la comunicare, la Curtea de Apel Bucuresti, Sectia Contencios - Administrativ.

Art. 7. Prezenta Decizie devine aplicabila de la data comunicarii ei.

Art. 8. Secretariatul General si Directia Bunuri de Consum din cadrul Consiliului Concurentei vor urmari aducerea la indeplinire a prezentei Decizii.

Art. 9. Secretariatul General din cadrul Consiliului Concurentei va transmite aceasta Decizie la:

Polish Gamma Group S.ar.l.
Sediul social: 2, Avenue de Charles de Gaulle, L-1653 Luxemburg

Prin imputernicit:
Schonherr si Asociatii SCA
Bucuresti, Blvd. Dacia nr. 30, etj, 7, sector 1

Bogdan M. Chiritoiu
Presedinte