



PLENUL CONSILIULUI CONCURENȚEI



MD- 2068, Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Alecu Russo, 1
tel: + 373 (22) 274 565, 273 443; fax: + 373 (22) 270 606; E-mail: office@competition.md; www.competition.md

DECIZIE mun. Chișinău

din 24.04.2025

Nr. DCE – 18/24 – 13

Plenul Consiliului Concurenței,
acționând în temeiul art. 41 din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012 (*în continuare – Legea concurenței*), Hotărârii Parlamentului nr. 33/2022 privind numirea în funcție a unui membru și președinte a Plenului Consiliului Concurenței, Hotărârii Parlamentului nr. 380/2023 privind numirea în funcția de vicepreședinte al Plenului Consiliului Concurenței, Hotărârii Parlamentului nr. 210/2024 privind numirea în funcția de vicepreședinte al Plenului Consiliului Concurenței, și Hotărârii Parlamentului nr. 211/2024 privind numirea în funcția de membru al Plenului Consiliului Concurenței,

analizând formularul complet privind notificarea unei concentrări economice depus de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL, înregistrat cu nr. de intrare X din X și materialele acumulate în procesul de examinare a operațiunii de concentrare economică

A CONSTATAT:

1. La data de X, la Consiliul Concurenței a fost depus formularul complet privind notificarea unei concentrări economice înregistrat cu numărul de intrare X, care se referă la preluarea de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL a X asupra întreprinderii „Fourchette-M” SRL.
2. Formularul complet privind notificarea unei concentrări economice înregistrat cu nr. de intrare X din X a fost completat cu informațiile transmise de către partea notificatoare prin scrisorile X, *în continuare – formular de notificare*.
3. Notificarea a devenit efectivă la X – data la care au fost recepționate și înregistrate la Consiliul Concurenței informațiile care confirmă caracterul exact și complet al notificării.
4. Reieșind din activitățile desfășurate de către întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică, tranzacția notificată determină suprapuneri

la nivel vertical și la nivel orizontal pe piața comercializării produselor de consum curent preponderent alimentare.

5. Din punct de vedere al efectelor asupra mediului concurențial din sectorul comerțului cu bunuri de consum curent, preponderent alimentare, analiza are în vedere două piețe ale produsului: pe de o parte, piața în amonte a achiziționării, unde retailerii acționează ca și cumpărători în relația cu producătorii/distribuitorii și, pe de altă parte, piața în aval a comercializării cu amănuntul, unde retailerii acționează ca furnizori pentru consumatorii finali.

6. Astfel, operațiunea de concentrare economică notificată a fost evaluată prin prisma piețelor relevante definite, având ca bază atât practica UE, cât și practica Consiliului Concurenței în examinarea cazurilor similare pe piața de retail alimentar.

7. Operațiunea de concentrare economică notificată a fost evaluată prin prisma următoarelor piețe relevante:

- piața achiziționării/aprovizionării lanțurilor de unități comerciale care comercializează produse de consum curent preponderent alimentare pe întreg teritoriul Republicii Moldova;
- piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unităților comerciale din mun. Chișinău și Bălți ce aparțin părții achiziționate (*unitățile comerciale ce activează sub marca "Fourchette"*);
- piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D pe întreg teritoriul municipiilor Edineț, Soroca, Cahul și Comrat, și
- piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unităților comerciale ce aparțin părții achiziționate (*unitățile comerciale de proximitate ce activează sub marca "To-To"*).

8. După evaluarea operațiunii de concentrare economică notificată prin prisma piețelor relevante menționate *supra*, în baza informațiilor parvenite de la părțile implicate în operațiunea de concentrare economică și de la concurenții acestora (*în baza solicitărilor Consiliului Concurenței*), ce activează pe aceleași piețe relevante, Consiliul Concurenței a concluzionat că realizarea operațiunii notificate prezenta îndoieli grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial, respectiv ridică obstacole semnificative în calea concurenței efective pe anumite piețe relevante.

9. Prin scrisoarea nr. X, Consiliul Concurenței a informat, în conformitate cu prevederile art. 25. alin. (1), lit. b) din Legea concurenței, partea notificatoare despre îndoielile de ordin concurențial apărute în urma evaluării operațiunii de

concentrare economică notificată, cu scopul de a oferi posibilitate părții notificatoare să înlăture, în faza I de examinare, îndoielile grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial a tranzacției notificate.

10. Drept răspuns, partea notificatoare (*întreprinderea „Moldretail Group” SRL*), prin scrisoarea cu ✂, s-a expus cu privire la îndoielile de ordin concurențial apărute în procesul de analiză a operațiunii de concentrare economică notificată.

11. Reieșind din considerentul că, prin scrisoarea ✂, partea notificatoare nu a înlăturat în conformitate cu art. 25. alin. (1), lit. b) din Legea concurenței, în faza I de examinare a formularului de notificare îndoielile de ordin concurențial, prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 18 din 08.11.2024 a fost inițiată investigația operațiunii de concentrare economică notificată (*faza II de examinare*) de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL care se referă la achiziționarea cotei – părți de 100% din capitalul social al întreprinderii „Fourchette-M” SFL.

I. Părțile implicate în operațiunea de concentrare economică:

Partea achizitoare:

12. „Moldretail Group” SRL, întreprindere înregistrată la data de 13,07,2010, IDNO – 1010600022460, cu sediul în Republica Moldova, mun. Chișinău, șos. Muncești, 121, MD–2002.



Principalul gen de activitate al întreprinderii „Moldretail Group” SRL, conform Clasificatorului Activităților din Economia Moldovei – 2 (*în continuare – CAEM Rev.2*), este comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și produse de tutun.

În conformitate cu prevederile art. 4 și art. 24 alin. (4) din Legea concurenței, din grupul de întreprinderi al părții achizitoare fac parte următoarele întreprinderi (toate întreprinderile care fac parte din grupul părții achizitoare în continuare – grupul “Moldretail”)

Grupul de întreprinderi a părții achizitoare la data depunerii formularului de notificare:

13. ✂

14. ✂

15. ✂

16. ✂

17. ✂

18. ✂

19. ✕¹
20. ✕
21. ✕²
22. ✕
23. ✕
24. ✕
25. ✕
26. ✕³
27. ✕⁴
28. ✕
29. ✕

Partea achiziționată:

30. ÎCS „Fourchette – M” SRL (*în continuare – „Fourchette-M” SRL*), întreprindere înregistrată la data de 07.06.2006, IDNO 1006602005006. Sediul legal: Republica Moldova, mun. Bălți, str. Alexandru cel Bun, nr. 5.

Asociat unic al întreprinderii – dl Bîtca Ilie ✕. Administrator al întreprinderii – dl ✕.

Principalul gen de activitate al întreprinderii, conform CAEM Rev.2, *este comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și produse de tutun.*

Conform informațiilor prezentate în formularul de notificare întreprinderea „Fourchette – M” SRL nu deține calitatea de asociat în cadrul altor întreprinderi.

31. Filiala Chișinău a ÎCS „Fourchette – M” SRL⁵, întreprindere înregistrată la data de 22.02.2007, IDNO 1006602005006. Sediul legal: Republica Moldova, mun. Chișinău, bd. Dacia, 55.

Administrator al întreprinderii – ✕

Genul de activitate al întreprinderii – *comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și produse de tutun.*

¹ [...]

² [...]

³ Lichidată la data de 23.07.2024

⁴ Lichidată la data de 24.12.2024

⁵ Forma juridică – Sucursală a întreprinderii rezidente (ÎCS „Fourchette – M” SRL)

II. Descrierea operațiunii de concentrare economică

32. Operațiunea de concentrare economică notificată se va realiza în conformitate cu art. 20 alin. (2) lit. b) din Legea concurenței și se referă la intenția întreprinderii „Moldretail Group” SRL de a dobândi controlul unic asupra întreprinderii „Fourchette-M” SRL.

33. Conform informațiilor prezentate în formularul de notificare, la data de ✂, între întreprinderea „Moldretail Group” SRL (*în calitate de cumpărător promitent*) și dl Bîtcă Ilie, acționând în calitate de asociat unic al întreprinderii „Fourchette-M” SRL (*în calitate de vânzător promitent*) a fost încheiat Antecontractul de vânzare-cumpărare a cotei părți de 100% din capitalul social al întreprinderii „Fourchette-M” SRL.

34. Conform clauzelor Antecontractului menționat *supra*, părțile se obligă să încheie contractul definitiv în termen de ✂ calculate din momentul recepționării deciziei Consiliului Concurenței de autorizare a tranzacției notificate, iar în cazul în care operațiunea de concentrare economică notificată nu va fi autorizată, Antecontractul se va rezoluna de drept.

35. Astfel, structura asociațiilor întreprinderii „Fourchette-M” SRL, până la realizarea operațiunii propuse spre autorizare și după realizarea acesteia, este reflectată în tabelul 1.

Tabelul 1

Structura proprietății și de control a întreprinderii „Fourchette-M” SRL până la realizarea operațiunii de concentrare economică și după realizarea acesteia

Nr.	Asociatul	Cota parte, %
Structura proprietății și de control a întreprinderii „Fourchette-M” SRL până la realizarea operațiunii de concentrare economică		
1.	dl Bîtcă Ilie (IDNP [...])	100
Structura proprietății și de control a întreprinderii „Fourchette-M” SRL după realizarea operațiunii de concentrare economică		
1.	„Moldretail Group” SRL	100

Sursa: Elaborat de Consiliul Concurenței în baza informațiilor din formularul de notificare

36. Întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică notificată desfășoară activitate de comercializare a produselor de consum curent preponderent alimentare pe teritoriul Republicii Moldova.

37. Conform informației prezentate în formularul de notificare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL, pe teritoriul Republicii Moldova, la data notificării, desfășura activitate prin intermediul a ✂ de unități comerciale. Lanțul de unități comerciale cu profil preponderent alimentar gestionat de întreprinderea „Moldretail Group” SRL operează sub mărcile comerciale: „Linella”, „Fidesco”, „Cip Market”, „Bravo” și „Slavena Megamarket”.

38. Partea, care urmează a fi achiziționată desfășoară activitate economică prin intermediul a 20 de unități comerciale, și anume 11 magazine de tip supermarket

cu denumirea comercială „Fourchette” și 9 unități comerciale de proximitate cu denumirea comercială „To – To”.

39. Unitățile comerciale operate de „Fourchette-M” SRL, care urmează a fi achiziționate sunt prezente pe piața comerț cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare, ✂

40. Scopul tranzacției declarat de partea achizitoare constă în dezvoltarea serviciilor de comercializare a produselor alimentare și nealimentare pe piața Republicii Moldova. Unitățile comerciale preluate vor asigura creșterea eficienței și vor contribui la creșterea diversității ofertei și accesul liber la produsele de consum curent preponderent alimentare pentru consumatorii finali.

41. Totodată, unitățile comerciale preluate vor extinde formatul specific dezvoltat de întreprinderea „Moldretail Group” SRL cu o gamă largă de produse și servicii oferite consumatorilor finali.

III. Dimensiunea operațiunii de concentrare economică

42. În conformitate cu art. 22 alin. (1) din Legea concurenței, operațiunile de concentrare economică sunt supuse evaluării și urmează a fi notificate Consiliului Concurenței înainte de punerea în aplicare, atunci când cifra mondială totală de afaceri realizată cumulativ de întreprinderile implicate, înregistrată în anul anterior operațiunii, depășește 50000000 de lei și există cel puțin două întreprinderi implicate în operațiune care au realizat pe teritoriul Republicii Moldova, fiecare în parte, o cifră totală de afaceri mai mare de 20000000 de lei în anul anterior operațiunii.

43. Cifra totală de afaceri realizată de întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică notificată se calculează conform prevederilor art. 24 al Legii concurenței.

44. Cifra totală de afaceri realizată la nivel mondial și național de către întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică notificată pentru anul 2023 (*anul anterior notificării operațiunii de concentrare economică*) este prezentată în tabelul 2.

Tabelul 2

Cifra totală de afaceri realizată în anul 2023 de către întreprinderile implicate
în operațiunea de concentrare economică

Nr.	Denumirea întreprinderii	Venit din vânzări, lei	Venit din vânzări intra-grup, lei
1	„Moldretail Group” SRL	[...]	[...]
2	[...]	[...]	[...]
3	[...]	[...]	[...]
4	[...]	[...]	[...]
5	[...]	[...]	[...]
6	[...]	[...]	[...]
7	[...]	[...]	[...]
8	[...]	[...]	[...]
9	[...]	[...]	[...]

10	[...]	[...]	[...]
11	[...]	[...]	[...]
12	[...]	[...]	[...]
13	[...]	[...]	[...]
14	[...]	[...]	[...]
15	[...]	[...]	[...]
16	[...]	[...]	[...]
17	[...]	[...]	[...]
18	[...]	[...]	[...]
Total partea achizitoare		[...]	[...]
Total partea achizitoare după deducerea vânzărilor intra-grup		[...]	[...]
1	„Fourchette-M” SRL	[...]	[...]
Total părțile implicate		[...]	[...]

Sursa: Elaborat de Consiliul Concurenței în baza informațiilor din formularul de notificare

45. Reieșind din informația reflectată în tabelul 2, se concluzionează că operațiunea notificată întrunește condiția pragurilor valorice prevăzute la art. 22 alin. (1) din Legea concurenței.

46. Astfel, cifra totală de afaceri realizată cumulativ de întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică, în anul 2023, depășește pragurile valorice prevăzute la art. 22 alin. (1) din Legea concurenței, respectiv cifra de afaceri a părții achizitoare (*grupul ”Moldretail”*) constituie ✕ lei și a părții care urmează a fi achiziționată (*întreprinderea „Fourchette-M” SRL*) constituie ✕ lei.

47. Prin urmare, operațiunea de concentrare economică notificată este supusă controlului de către Consiliul Concurenței, în vederea analizei compatibilității cu mediu concurențial normal.

IV. Piața relevantă – piața relevantă a produsului și piața geografică relevantă

48. Evaluarea unei concentrări economice prin prisma compatibilității acesteia cu mediul concurențial poate avea loc după determinarea pieței relevante. În conformitate cu prevederile art. 4 din Legea concurenței, piața relevantă reprezintă piața în cadrul căreia trebuie evaluată o anumită problemă de concurență și care se determină prin raportarea pieței relevante a produsului la piața geografică relevantă.

Piața relevantă a produsului

49. Piața relevantă a produsului este piața produselor considerate interschimbabile sau substituibile de către consumatori, datorită utilizării date acestora, a caracteristicilor fizice, funcționale și prețului.

50. În cazul concentrărilor economice, analiza care se realizează este de tip *ex ante*, urmărindu-se identificarea piețelor pe care părțile implicate în concentrarea economică ar avea posibilitatea să obțină și/sau să consolideze o poziție dominantă

care să afecteze mediul concurențial.

51. Conform informațiilor din formularul de notificare, părțile implicate în realizarea operațiunii de concentrare economică analizată sunt prezente pe piața comercializării cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și produse din tutun prin intermediul propriilor lanțuri de unități comerciale.

52. Conform informației prezentate în formularul de notificare, partea care urmează a fi achiziționată desfășoară activitate de comerț cu amănuntul prin intermediul unităților comerciale reflectate în tabelul 3.

Tabelul 3

Unitățile comerciale prin intermediul cărora partea achiziționată desfășoară activitate

Nr.	Adresa unității comerciale	Denumirea unității comerciale	Suprafața comercială m ²
1	mun. Bălți, str. Hotin 17	"Fourchette"	[...]
2	mun. Bălți, str. Alexandru cel Bun 5	"Fourchette"	[...]
3	mun. Edineț, str. Independenței 90	"Fourchette"	[...]
4	mun. Soroca, str. Ștefan cel Mare 110	"Fourchette"	[...]
5	mun. Chișinău, str. Calea Ieșilor 10	"Fourchette"	[...]
6	mun. Chișinău, str. Arborilor 21	"Fourchette"	[...]
7	mun. Chișinău, bd. Constantin Negruzzi, 2/4	"Fourchette"	[...]
8	mun. Chișinău, bd. Moscova 19	"Fourchette"	[...]
9	mun. Chișinău, str. Codrilor 16	"Fourchette"	[...]
10	UTA Găgăuzia, mun. Comrat, str. Pobedî 58	"Fourchette"	[...]
11	or. Cahul, str. Ștefan cel Mare și Sfânt, 20	"Fourchette"	[...]
12	mun. Chișinău, str. Petru Zadnipru 16/8	"To-To" 1	[...]
13	mun. Chișinău, str. Carierei 5, bl.A, nr.4 C	"To-To" 2	[...]
14	mun. Chișinău, str. Vladimir Korolenco 9	"To-To" 3	[...]
15	mun. Chișinău, bd. Mircea cel Bătrân 3	"To-To" 4	[...]
16	mun. Chișinău, str. Ion Luca Caragiale 2/3	"To-To" 5	[...]
17	mun. Chișinău, str. Iazului 1	"To-To" 6	[...]
18	mun. Chișinău, str. Alecu Russo 9/6	"To-To" 7	[...]
19	mun. Chișinău, str. Botanica Veche 8/2	"To-To" 8	[...]
20	mun. Chișinău, str. Cojocarilor 20 C	"To-To" 9	[...]

Sursa: Elaborat de Consiliul Concurenței în baza informațiilor din formularului de notificare

53. Din punct de vedere al efectelor asupra mediului concurențial din sectorul comerțului cu bunuri de consum curent preponderent alimentare, analiza are în vedere două piețe ale produsului: pe de o parte, piața în amonte a achiziționării, unde retailerii acționează ca cumpărători în relația cu producătorii/distribuitorii și, pe de altă parte, piața în aval a comercializării cu amănuntul, unde retailerii acționează ca furnizori pentru consumatorii finali.

Piața în amonte a achiziționării produselor de consum curent preponderent alimentare

54. Piața achiziționării cuprinde comercializarea produselor de consum curent preponderent alimentare de către producători, importatori și distribuitori en-gros către clienți, precum magazinele de comerț cu amănuntul sau alți beneficiari din

domeniul HoReCa.

55. Pe piața achiziționării, părțile implicate în realizarea operațiunii de concentrare economică notificată, acționează în calitate de achizitori în relația cu producătorii și distribuitorii de bunuri/produse de consum curent.

56. Luând în considerare activitățile comerciale desfășurate de către părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, piața relevantă a produsului, în acest caz, este *piața achiziționării produselor de consum curent preponderent alimentare*.

Piața în aval a comercializării cu amănuntul de produse de consum curent preponderent alimentare

57. În cadrul comerțului cu amănuntul de produse de consum curent preponderent alimentare (*produsele de consum curent includ atât produse alimentare, cât și produse nealimentare*), se pot identifica forme diferite de comercializare, respectiv: comerțul tradițional, în cadrul căruia consumatorul beneficiază, în general, de asistența unui vânzător, și comerțul modern (*cu autoservire pentru majoritatea produselor*).

58. Din practica Comisiei Europene⁶ în examinarea cazurilor similare, se poate reține în funcție de suprafața ocupată de magazin și de gama sortimentală oferită, următoarea diferențiere:

- magazine de proximitate (*cu suprafață mai mică de 400 m²*) – care comercializează o gamă restrânsă de produse;
- supermarketuri (*cu suprafață între 400 și 2500 m²*) – acestea comercializează o gamă mai largă, atât ca tipuri de produse, cât și ca număr de referințe oferite din fiecare tip, corespunzând unor necesități de achiziție relativ importante și diversificate;
- hypermarketuri (*cu suprafață de peste 2500 m²*) – reprezintă formatul cu rentabilitatea cea mai mare, apreciat ca fiind un element esențial pentru nivelul de competitivitate al oricărui grup de distribuție;
- discounteri – aceste magazine prezintă trăsături specifice, în principal referitoare la nivelul mai avantajos al prețurilor, modul de ambalare și prezentare ale produselor (*mai apropiat de comerțul en-gros*), gama restrânsă de produse și preponderența mărcilor proprii ale distribuitorilor.
- cash and carry (*suprafețe mari, de peste 5000 m²*) – accesul în magazin este permis doar cu legitimație. În general, acest tip de magazin se adresează clienților revânzători, respectiv clienți de tip HoReCa (hotel, restaurant,

⁶(i) COMP M.9847 ALDI / FPLPH ASSETS

https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases1/20213/m9847_62_3.pdf, pag. 8, pct.16

(ii) COMP M.10631 ITM / MESTDAGH

https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases1/202343/M_10631_8414688_100_7.pdf, pag.5 pct. 17

catering) sau altor societăți comerciale și doar reprezentanții acestora pot achiziționa produse de la formatele tip cash&carry.

59. În Republica Moldova, deși parametrii precum suprafața magazinelor sunt diferiți (*conform cadrului legal*) față de cei stabiliți de Comisia Europeană, este esențial să se facă distincție între diferitele tipuri de unități comerciale. Aceste diferențieri reflectă nevoile diverse ale consumatorilor. Astfel, chiar și în condiții diferite, este necesar ca structura pieței comerciale să permită o clasificare clară și funcțională a tipurilor de magazine.

60. Conform legislației Republicii Moldova, și anume Anexei nr. 5 la Legea nr. 231/2010* cu privire la comerțul interior⁷, se reține următoarea clasificare a magazinelor care practică comerțul cu amănuntul în dependență de suprafață: unitate cu suprafață comercială **A** (*până la 30 m²*), unitate cu suprafață comercială **B** (*între 30 – 400 m²*), unitate cu suprafață comercială **C** (*între 400 – 1000 m²*) și unitate comercială de tip **D** (*mai mare de 1000 m²*).

61. ✕

62. ✕

63. ✕

64. Ținând cont de informația prezentată în formularul de notificare privind suprafața unităților comerciale (*reflectată în tabelul 3*) prin intermediul cărora partea care urmează a fi achiziționată desfășoară activitate, se constată că acestea se încadrează în dependență de suprafață în categoria unităților comerciale de tip B – ✕ unități comerciale, C – ✕ unități comerciale și D – ✕ unități comerciale.

65. Majoritatea magazinelor care urmează a fi preluate sunt amplasate în mun. Chișinău ✕, în mun. Bălți ✕ și ✕ în mun. Edineț, mun. Soroca, mun. Cahul și mun. Comrat (UTA Găgăuzia).

66. Lanțul de unități comerciale cu profil preponderent alimentar gestionat de întreprinderea „Moldretail Group” SRL, la data notificării, este constituit din ✕ de unități comerciale de tip B, C, și D amplasate pe întreg teritoriul Republicii Moldova, dintre care mai mult de jumătate din numărul unităților comerciale ✕ fiind amplasate în mun. Chișinău.

67. De menționat că activitatea părților implicate în tranzacție este accentuată pe comerțul modern prin intermediul unităților comerciale. Totodată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL prestează și activitate de comerț online, însă ponderea acestui tip de comerț este unul nesemnificativ cca ✕ % în anul 2023 din vânzările totale ale întreprinderii. Partea care urmează a fi achiziționată nu practică activitatea de comerț online.

⁷ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=141239&lang=ro#

68. În ceea ce privește piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare, se reține că diverse formate de unități comerciale în funcție de suprafața de vânzare și de gama de produse, constituie o piață distinctă.

69. În același timp, practica Comisiei Europene⁸ reține că piața relevantă poate include pe lângă hiper/supermagazine și discounteri și alte tipuri de magazine, cum ar fi magazinele de proximitate.

70. Consumul de produse din retail este adesea influențat de aria geografică, consumatorii fiind mai predispuși să aleagă puncte de vânzare mai apropiate, în special când este vorba de produse alimentare de consum curent, care necesită acces rapid și confortabil.

71. Piața este definită distinct, deoarece unitățile comerciale de tip C și/sau D nu tratează ca concurenți magazinele de proximitate, în timp ce unitățile comerciale de proximitate tratează unitățile comerciale de tip C și/sau D drept concurenți.

72. Concluzionând cele expuse, rezultând din modul de realizare a operațiunii de concentrare economică, de cadrul normativ aplicabil activității de comerț pe teritoriul Republicii Moldova, de specificul local al pieței de retail, precum și de practica Consiliului Concurenței în analiza cazurilor similare, *pieța relevantă a produsului în cadrul prezentei operațiuni de concentrare economică este:*

- *pieța comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B (magazinelor de proximitate), și*
- *pieța comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D*

Piața geografică relevantă

73. Piața geografică relevantă este zona în care întreprinderile sunt implicate în oferta sau cererea de pe piața relevantă a produsului, în care condițiile de concurență sunt suficient de omogene și care poate fi deosebită de zonele geografice învecinate prin condiții de concurență ce diferă în mod apreciabil.

Dimensiunea geografică a pieței achiziționării produselor de consum curent preponderent alimentare

74. Ținând cont că, produsele sunt achiziționate de la producătorii naționali și/sau de la importatorii/distribuitorii naționali, dimensiunea geografică a pieței achiziționării produselor de consum curent preponderent alimentare este una națională.

⁸ COMP M.5790 Lidl/Plus

https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/M5790_20100628_20230_834512_EN.pdf

Dimensiunea geografică a pieței comercializării cu amănuntul a produselor alimentare de consum curent și a pieței comercializării cu amănuntul al produselor nealimentare de consum curent prin intermediul magazinelor de tip B

75. În ceea ce privește magazinele de proximitate cu suprafețe mici și specificul acestora, gama restrânsă de produse care acoperă o nevoie urgentă/ocazională precum și localizarea acestora (*de regulă la parterul blocurilor*), de cele mai multe ori fără posibilitate de parcare, consumatorii aleg să se deplaseze pe jos pentru a ajunge la aceste magazine și pentru că este o distanță mai mică.

76. Conform practicii UE, în cazul magazinelor de proximitate, oferta este în general constrânsă de oferta altor magazine de proximitate, într-o arie de până la 10 minute de mers pe jos.

77. Astfel, în contextul determinării pieței geografice, pentru evaluarea efectelor prezentei operațiunii de concentrare economică în cazul unităților comerciale de proximitate, *zona aferentă timpului de 10 minute de mers pe jos, urmează a fi definită câte o piață relevantă din punct de vedere geografic pentru aria de captare a fiecărei unități comerciale „To-To”, precum:*

1. mun. Chișinău, str. Petru Zadnipru 16/8
2. mun. Chișinău, str. Carierei 5, bl.A, nr.4 C
3. mun. Chișinău, str. Vladimir Korolenco 9
4. mun. Chișinău, bd. Mircea cel Bătrân 3
5. mun. Chișinău, str. Ion Luca Caragiale 2/3
6. mun. Chișinău, str. Iazului 1
7. mun. Chișinău, str. Alecu Russo 9/6
8. mun. Chișinău, str. Botanica Veche 8/2
9. mun. Chișinău, str. Cojocarilor 20 C

Dimensiunea geografică a pieței comercializării cu amănuntul a produselor alimentare de consum curent și a pieței comercializării cu amănuntul al produselor nealimentare de consum curent prin intermediul magazinelor de tip C și D.

78. Din punct de vedere geografic, piețele de comercializare cu amănuntul a produselor alimentare și nealimentare de consum curent prin intermediul magazinelor de tip C și D, sunt piețe locale în cadrul cărora sunt localizate unități comerciale ușor accesibile consumatorilor⁹.

79. Factorul principal în alegerea unui magazin este timpul necesar pentru

⁹ Din practica europeană (Case IV/M.1085 - PROMODES/CATTEAU) reiese faptul că, de obicei, consumatorii sunt dispuși să aloce deplasării către unitatea comercială cu amănuntul frecventată cel mai des, un timp mediu de maxim 30 de minute

deplasare către acesta, iar zonele izocronice reflectă mai bine preferințele consumatorilor în acest sens. Punctele de vânzare din apropiere sunt preferate datorită economiei de timp și costurilor mai mici de deplasare.

80. Luând în considerare timpul necesar deplasării până la unitatea comercială care desfășoară comerț cu amănuntul, se pot defini zonele de captare ale fiecărei unități comerciale cu amănuntul a părții care urmează a fi achiziționată.

81. Această zonă de captare reprezintă aria din jurul unității comerciale cu amănuntul, de unde acesta își va atrage majoritatea clienților.

82. Astfel, piața geografică a fost definită la nivel local, în funcție de disponibilitatea consumatorilor de a se deplasa pentru cumpărături, prin trasarea unei raze corespunzătoare distanței pe care consumatorii o pot parcurge în funcție de mai mulți factori.

83. Pentru a delimita zonele concurențiale omogene, un prim perimetru utilizat este determinarea izocronei corespunzătoare unei distanțe pe care consumatorii o pot parcurge în maxim 30 minute de mers pe jos în jurul unităților comerciale, ce constituie obiectul prezentei operațiuni de concentrare economică. Această zonă de captare reprezintă aria din jurul unităților comerciale de unde partea achizitoare își va atrage majoritatea clienților.

84. Consumul de produse din retail este adesea influențat de aria geografică. Consumatorii sunt mai predispuși să aleagă puncte de vânzare mai apropiate, în special când vine vorba de produse alimentare de consum frecvent, care necesită acces rapid și confortabil.

85. Conform practicii anterioare a Consiliului Concurenței în materie de concentrări economice, pe teritoriul altor orașe/localități din Republica Moldova (cu excepția or. Chișinău și or. Bălți), nu se atestă un nivel de dezvoltare/presiune concurențială suficient pe piața de retail. Acest aspect rezultă, în mod special, din densitatea populației din teritoriul acestor orașe.

86. Din analiza Consiliului Concurenței, în cazul determinării izocronelor pentru unitățile comerciale „Fourchette” amplasate în mun. Edineț, mun. Soroca, mun. Comrat (UTA Găgăuzia) și mun. Cahul, se constată că izocrona cuprinde întreg teritoriul al acestor localități.

87. Drept urmare, având în vedere faptul că majoritatea locuitorilor unui anumit oraș se aprovizionează cu produse de consum curent preponderent alimentare nemijlocit în raza orașelor, respectiv, localizarea comportamentului de cumpărare al consumatorilor îl reprezintă nemijlocit orașul unde sunt amplasate unitățile comerciale ale părții achiziționate.

88. Astfel, în contextul determinării pieței geografice, pentru evaluarea efectelor prezentei operațiunii de concentrare economică, zona aferentă timpului de 30 minute de mers pe jos¹⁰, *urmează a fi definită câte o piață relevantă din punct de*

¹⁰ Identificarea zonei de captare pentru unitatea comercială vizată în operațiunea de concentrare economică

vedere geografic pentru aria de captare a fiecărei unități comerciale „Fourchette” precum:

1. *mun. Bălți, str. Hotin 17*
2. *mun. Bălți str. Alexandrul cel Bun 5*
3. *mun. Chișinău, str. Calea Ieșilor 10*
4. *mun. Chișinău, str. Arborilor 21*
5. *mun. Chișinău, bd. Constantin Negruzzi, 2/4*
6. *mun. Chișinău, bd. Moscova 19*
7. *mun. Chișinău, str. Codrilor 16*

89. În ceea ce privește piața geografică, în cazul următoarelor unități comerciale:

1. *mun. Edineț, str. Independenței 90*
2. *mun. Soroca, str. Ștefan cel Mare 110*
3. *mun. Comrat, str. Pobedî 58 (UTA Găgăuzia)*
4. *mun. Cahul, str. Ștefan cel Mare și Sfânt 20*

piața geografică în cadrul căreia urmează a fi evaluată operațiunea de concentrare economică notificată *este reprezentată de întreg teritoriul orașului incident.*

90. În concluzie, în contextul evaluării prezentei operațiuni de concentrare economică, se stabilesc următoarele piețe relevante:

- piața achiziționării/aprovizionării a lanțurilor de unități comerciale care comercializează produse de consum curent preponderent alimentare pe întreg teritoriul Republicii Moldova;
- piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unităților comerciale din mun. Chișinău și mun. Bălți ce aparțin părții achiziționate (*unitățile comerciale ce activează sub marca „Fourchette”*):
 - *mun. Bălți, str. Hotin 17*
 - *mun. Bălți str. Alexandrul cel Bun 5*
 - *mun. Chișinău, str. Calea Ieșilor 10*
 - *mun. Chișinău, str. Arborilor 21*
 - *mun. Chișinău, bd. Constantin Negruzzi, 2/4*
 - *mun. Chișinău, bd. Moscova 19*
 - *mun. Chișinău, str. Codrilor 16*
- piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D pe întreg teritoriul *municipiilor Edineț, Soroca, Cahul și Comrat;*
- piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unităților comerciale ce

aparțin părții achiziționate (*unitățile comerciale de proximitate ce activează sub marca „To-To”*):

- mun. Chișinău, str. Petru Zadnipru 16/8
- mun. Chișinău, str. Carierei 5, bl.A, nr.4 C
- mun. Chișinău, str. Vladimir Korolenco 9
- mun. Chișinău, bd. Mircea cel Bătrân 3
- mun. Chișinău, str. Ion Luca Caragiale 2/3
- mun. Chișinău, str. Iazului 1
- mun. Chișinău, str. Alecu Russo 9/6
- mun. Chișinău, str. Botanica Veche 8/2
- mun. Chișinău, str. Cojocarilor 20 C

V. Analiza efectelor operațiunii asupra mediului concurențial

91. Concentrările economice care intră în sfera de aplicare a Legii concurenței sunt evaluate în scopul stabilirii compatibilității acestor operațiuni cu mediul concurențial.

92. În conformitate cu art. 23 alin. (5) al Legii concurenței, condițiile de bază pe care trebuie să le îndeplinească operațiunile de concentrare economică, pentru a fi compatibile cu mediul concurențial, sunt: să fie în beneficiul consumatorului și să nu reprezinte un obstacol în calea concurenței efective.

93. Reieșind din activitățile desfășurate de către întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică, rezultă că tranzacția notificată determină suprapuneri la nivel vertical (*în relația întreprinderilor implicate în tranzacție cu furnizorii acestora*) și la nivel orizontal.

94. Compatibilitatea operațiunii de concentrare economică notificată a fost evaluată prin prisma piețelor relevante stabilite conform pct. 90 din decizie.

➤ Piața în amonte - achiziționarea produselor de consum curent preponderent alimentare pe întreg teritoriul Republicii Moldova

95. Atât întreprinderea „Moldretail Group” SRL, cât și „Fourchette-M” SRL desfășoară activitate pe piața achiziționării produselor de consum curent preponderent alimentare.

96. Între piața achiziționării și cea a comercializării cu amănuntul există o strânsă dependență, deoarece poziția unui magazin pe piața comercializării cu amănuntul determină volumele de mărfuri achiziționate de la furnizorii acestora. Cu cât sunt mai mari volumele de produse achiziționate, cu atât mai mare este puterea de negociere a magazinului în relație cu furnizorii săi.

97. Conform practicii Comisiei Europene¹¹, se reține că pentru aprecierea

¹¹ Cuza M.9847 – ALDI / FPLPH ASSETS pct. 28

impactului unei operațiuni de concentrare economică pe piața achiziționării produselor de consum curent, având în vedere caracterul omogen al cererii și interdependența dintre distribuția și aprovizionarea cu bunuri destinate consumului curent este suficient de a se recurge la o apreciere a efectelor operațiunii de concentrare economică cu privire la puterea de cumpărare pe piețele din amonte luate ca ansamblu.

98. Din informațiile acumulate de către Consiliul Concurenței, în contextul evaluării prezentei operațiuni de concentrare economică, au fost calculate cotele relative de piață în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți (*în special, lanțurile de magazine*), **la nivel național**, pentru părțile implicate în tranzacția analizată, care desfășoară activitate similară. Informațiile sunt prezentate în tabelul 4.

Tabelul 4

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către concurenți care practică activitatea de comercializare cu amănuntul a produselor preponderent alimentare de consum curent



Sursa: Elaborat de Consiliul Concurenței în baza informațiilor din formularul de notificare și a informațiilor parvenite de la concurenți la solicitările de informații.

99. Analizând informațiile prezentate în tabelul 4, pe piața achiziționării produselor de consum curent preponderent alimentare pe întreg teritoriul Republicii Moldova, în anul 2023, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat care , iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL a realizat o cotă relativă de piață .

100. Pe piața relevantă analizată, urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul  %, iar nivelul de concentrare al pieței rămâne același. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării tranzacției analizate constituie  puncte.

101. Conform art. 10 alin. (4) din Legea concurenței, se prezumă că o întreprindere se află în poziție dominantă în situația în care cota acesteia pe piața relevantă depășește 50 %.

102. 

103. 

104. 

105.  %¹²

106. O operațiune de concentrare economică realizată între doi retaileri poate

https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases1/20213/m9847_62_3.pdf

¹² [...]

cauza închiderea pieței de desfacere pentru furnizorii societății, activele căreia au fost preluate și există riscul închiderii pieței de achiziționare pentru ceilalți concurenți ai părților implicate.

107. Din suprapunerea listei furnizorilor pentru întreprinderile „Moldretail Group” SRL și „Fourchette-M” SRL, rezultă că cea mai mare parte a acestora se regăsesc în calitate de furnizori pentru ambele întreprinderi implicate în operațiunea de concentrare economică.

108. Astfel, din lista furnizorilor întreprinderii „Fourchette-M” SRL, pentru anul 2023, ✕ de furnizori nu se regăsesc în relații contractuale cu „Moldretail Group” SRL¹³.

109. În faza I de examinare a formularului de notificare, în conformitate cu prevederile art. 22 alin. (11) din Legea concurenței, atât pe pagina web oficială a Consiliului Concurenței, cât și în Monitorul Oficial al Republicii Moldova a fost plasat avizul cu referire la operațiunea de concentrare economică examinată ce urmează a se realiza prin achiziționarea a 100% cote-părți din capitalul social al întreprinderii „Fourchette-M” SRL de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL.

110. Urmare a plasării avizul cu referire la operațiunea de concentrare economică examinată, la data de ✕, Consiliul Concurenței a recepționat prin intermediul poștei electronice, observații de la ✕ cu privire la operațiunea de concentrare economică dintre întreprinderile „Moldretail Group” SRL și „Fourchette-M” SRL (*scrisoare înregistrată cu nr. de intrare [...]*).

111. Întreprinderea ✕ comunică că, „în calitate de furnizor, are o colaborare fructuoasă de mai mulți ani cu lanțul de unități comerciale operate de către „Fourchette-M” SRL, iar urmare a realizării operațiunii de concentrare economică, există certitudinea că întreprinderea ✕ nu se va mai regăsi, în calitate de furnizor, în unitățile comerciale ce urmează a fi preluate de către „Moldretail Group” SRL”.

112. În acest context, urmare a analizei tranzacției și a observațiilor prezentate de către ✕, Consiliul Concurenței a constatat că, riscul de închidere a pieței de desfacere există, inclusiv și pentru alți furnizori care sunt prezenți în lanțul de unități comerciale „Fourchette” și „To-To”, dar nu sunt prezenți în lanțul de unități comerciale operat de partea achizitoare.

113. Astfel, ținând cont de cele expuse supra, Consiliul Concurenței reține că pe piața achiziționării produselor de consum curent preponderent alimentare pe întreg teritoriul Republicii Moldova, realizarea operațiunii de concentrare economică dintre întreprinderile „Moldretail Group” SRL și „Fourchette-M” SRL prezenta îndoieli grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial.

¹³ [...]

➤ *Piața în aval - comercializarea cu amănuntul de produse de consum curent preponderent alimentare*

114. În vederea efectuării unei analize complete, au fost calculate cotele de piață cumulate, la nivel valoric reieșind din veniturile din vânzări realizate în anul 2023 (*anul anterior notificării operațiunii de concentrare economică*) de unitățile comerciale prezente pe piața relevantă.

115. În scopul măsurării nivelurilor de concentrare a piețelor relevante stabilite, în conformitate cu Regulamentul privind concentrările economice, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 17 din 30.08.2013¹⁴ (*în continuare – Regulamentul privind concentrările economice*), a fost utilizat Indicele Herfindahl-Hirschman (*în continuare – IHH*)¹⁵.

116. Conform experienței UE¹⁶, concentrările economice orizontale în urma cărora IHH crește cu o valoare delta (Δ IHH), mai mult de 150-250 de puncte pe piață în combinație cu un nivel de concentrare al pieței ridicat, pot ridica îndoieli grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial, deoarece este un indicator util al modificării gradului de concentrare a pieței, generat în mod direct de concentrare care poate spori puterea de piață a părții achizitoare.

117. În procesul de evaluare a operațiunii de concentrare economică, Consiliul Concurenței, a parcurs la identificarea unităților comerciale concurente cu prezență pe aria de captare de 10 minute de mers pe jos (*pentru magazinele de proximitate*), respectiv, 30 minute de mers pe jos (*pentru magazinele de tip C și D*), pornind de la unitățile comerciale operate de către partea achiziționată.

118. În scopul colectării datelor necesare pentru evaluarea tranzacției, Consiliul Concurenței, a remis solicitări de informații privind valoarea vânzărilor înregistrate în anul 2023¹⁷, înregistrate din activitatea de comercializare cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare pentru fiecare dintre cele 20 de piețe relevante definite în contextul evaluării pieței în aval.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Hotin 17, mun. Bălți, Republica Moldova

119. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare este

¹⁴Substituit prin Regulamentul privind concentrările economice nr. 2/2025 în vigoare până la data de 17.03.2025

¹⁵În procesul de calculare a IHH se vor suma cotele întreprinderilor la pătrat pentru toate întreprinderile active pe piață. Valoarea sa variază între 0 (concurență perfectă) și 10000 (monopol). În funcție de rezultatul obținut se va considera că nivelul de concentrare pe piață este unul redus dacă rezultatul obținut va fi inferior la 1500, se va considera nivel de concentrare mediu dacă rezultatul va fi cuprins între 1500 și 2500, se va stabili nivel ridicat de concentrare când indicatorul e mai mare de 2500

¹⁶ Orientările Comisiei privind evaluarea concentrărilor orizontale în temeiul Regulamentului Consiliului privind controlul concentrărilor economice între întreprinderi, pct. 20

¹⁷ Solicitări Consiliului Concurenței nr. DCE 1449 din 08.10.2024, nr. DCE 1454 din 09.10.2024, nr. DCE 1503 din 22.10.2024, nr. DCE 1507 din 22.10.2024 nr. DCE 1732 din 26.12.2024 și nr. DCE 04 din 03.01.2025

prezentă pe piața relevantă prin intermediul a două unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul unei singure unități comerciale.

120. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 5.

Tabelul 5

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă



Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

121. Din informațiile prezentate în tabelul 5, se constată că în anul 2023, pe piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul ✂, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul ✂.

122. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul ✂ pe piața relevantă analizată.

123. Nivelul de concentrare al pieței atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a realizării acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH)¹⁸ urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie ✂ puncte.

124. Astfel, ținând cont de faptul că valoarea delta (Δ IHH) crește neesențial, rezultă că structura pieței analizate nu va suferi modificări esențiale.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Alexandru cel Bun 5, mun. Bălți, Republica Moldova

125. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare desfășoară activitate prin intermediul a cinci unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul unei singure unități comerciale.

¹⁸ Conform punctului 20 din Orientările privind evaluarea concentrărilor orizontale, este puțin probabil să se identifice de către Comisie probleme de concurență orizontală în cazul unei concentrări cu un IHH cuprins între 1000 și 2000 la încheierea concentrării și cu o valoare delta sub 250, sau în cazul unui IHH peste 2000 la încheierea operațiunii și o valoare delta sub 150. Conform punctului 21, fiecare dintre aceste niveluri ale IHH, în combinație cu valorile delta corespunzătoare, poate fi utilizat ca indicator inițial al lipsei de probleme concurențiale

126. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 6.

Tabelul 6

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

✕

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

127. Din informațiile prezentate în tabelul 6, se constată că în anul 2023, pe piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul ✕, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul ✕.

128. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul ✕ pe piața relevantă analizată.

129. Nivelul de concentrare al pieței atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a realizării acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie ✕ puncte.

130. Reieșind din faptul că pe piața relevantă analizată ✕, ✕, Consiliul Concurenței, a constatat riscul de concentrare al pieței în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizată.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D pe întreg teritoriul mun. Edineț, Republica Moldova

131. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare desfășoară activitate prin intermediul a două unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul unei singure unități comerciale.

132. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 7.

Tabelul 7

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă



Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

133. Din informațiile prezentate în tabelul 7, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

134. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

135. Nivelul de concentrare al pieței relevante anterior realizării tranzacției atestă un nivel mediu, urmare a punerii în aplicare nivelul IHH atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

136. $\times$

137. În aceste condiții, Consiliul Concurenței reține că, pe piața relevantă analizată realizarea operațiunii de concentrare economică nu va conduce distorsionarea mediului concurențial.

*Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D pe întreg teritoriul **mun. Soroca**, Republica Moldova*

138. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare desfășoară activitate prin intermediul a două unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul unei singure unități comerciale.

139. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 8.

Tabelul 8

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă



Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

140. Din informațiile prezentate în tabelul 8, se constată că în anul 2023, pe piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care

se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări realizat ce se încadrează în intervalul $\times$.

141. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

142. Nivelul de concentrare al pieței relevante anterior realizării tranzacției atestă un nivel mediu, urmare a punerii în aplicare nivelul IHH prezintă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

143. Reieșind din faptul că pe piața relevantă analizată $\times$, $\times$, Consiliul Concurenței, a constatat riscul de concentrare al pieței relevante în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizate. $\times$.

*Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D pe întreg teritoriul **mun. Comrat**, Republica Moldova*

144. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achiziitoare desfășoară activitate prin intermediul a două unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul unei singure unități comerciale.

145. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 9.

Tabelul 9

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

146. Din informațiile prezentate în tabelul 9, se constată că în anul 2023, pe piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

147. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

148. Nivelul de concentrare al pieței relevante anterior realizării tranzacție atestă un nivel ridicat, $\times$. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

149. Reieșind din faptul că pe piața relevantă analizată $\times$, $\times$, Consiliul Concurenței, a constatat riscul de concentrare al pieței relevante în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizate. $\times$.

*Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D pe întreg teritoriul **mun. Cahul**, Republica Moldova*

150. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare desfășoară activitate prin intermediul a patru unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul unei singure unități comerciale.

151. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 10.

Tabelul 10

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

152. Din informațiile prezentate în tabelul 10, se constată că în anul 2023, pe piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, pentru anul 2023, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

153. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

154. Nivelul de concentrare al pieței relevante atât anterior realizării tranzacție cât și urmare a punerii în aplicare a tranzacției atestă un nivel ridicat. Valoarea

delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

155. Reieșind din faptul că pe piața relevantă analizată $\times$, $\times$, Consiliul Concurenței, a constatat riscul de concentrare al pieței relevante în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizate. $\times$.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Calea Ieșilor 10, mun. Chișinău, Republica Moldova

156. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare desfășoară activitate prin intermediul a patru unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul unei singure unități comerciale.

157. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 11.

Tabelul 11

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

158. Din informațiile prezentate în tabelul 11, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

159. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

160. Nivelul de concentrare al pieței relevante anterior realizării tranzacție atestă un nivel mediu, urmare a punerii în aplicare nivelul IHH atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

161. Reieșind din faptul că pe piața relevantă analizată $\times$, $\times$, Consiliul Concurenței, a constatat riscul de concentrare al pieței relevante în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizate. $\times$

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Arborilor 21, mun. Chișinău, Republica Moldova

162. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, atât partea achizitoare cât și partea care urmează a fi achiziționată desfășoară activitate prin intermediul a câte două unități comerciale.

163. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 12.

Tabelul 12

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă



Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

164. Din informațiile prezentate în tabelul 12, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată atât partea achizitoare, cât și partea care urmează a fi achiziționată au realizat cote relative de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

165. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

166. Nivelul de concentrare al pieței atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a realizării acesteia atestă un nivel ridicat. $\times$.

167. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

168. Ținând cont de nivelul de concentrare al pieței relevante și de faptul că valoarea delta (Δ IHH) crește neesențial în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică notificată, rezultă că structura pieței analizate nu va suferi modificări esențiale.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe bd. Constantin Negruzzi 2/4, mun. Chișinău, Republica Moldova

169. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare

desfășoară activitate prin intermediul a trei unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul a două unități comerciale.

170. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 13.

Tabelul 13

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă



Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

171. Din informațiile prezentate în tabelul 13, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată atât partea achizitoare, cât și partea achiziționată au realizat cote relative de piață calculată în baza venitului din vânzări realizat ce se încadrează în intervalul $\times$.

172. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

173. Nivelul de concentrare al pieței atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a realizării acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

174. Astfel, ținând cont de faptul că valoarea delta (Δ IHH) crește neesențial, rezultă că structura pieței analizate nu va suferi modificări esențiale.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe bd. Moscova 19, mun. Chișinău, Republica Moldova

175. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare desfășoară activitate prin intermediul a opt unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul a două unități comerciale.

176. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 14.

Tabelul 14

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă



177. Din informațiile prezentate în tabelul 14, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

178. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

179. Nivelul de concentrare al pieței atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a realizării acesteia atestă un nivel mediu. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

180. Reieșind din faptul că valoarea delta (Δ IHH) nu poate fi utilizată ca indicator individual pentru existența problemelor de ordin concurențial (*este utilizat în combinație cu nivelul de concentrare al pieței*), punerea în aplicare a operațiunii de concentrare economică nu ridică obstacole semnificative în calea concurenței efective pe piața relevantă analizată.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Codrilor 16, mun. Chișinău, Republica Moldova

181. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare desfășoară activitate prin intermediul a unsprezece unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul a unei singure unități comerciale.

182. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 15.

Tabelul 15

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

183. Din informațiile prezentate în tabelul 15, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă

relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

184. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

185. Nivelul de concentrare al pieței relevante atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a punerii în aplicare a acesteia, atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

186. Reieșind din faptul că piața relevantă analizată $\times$, $\times$, Consiliul Concurenței constată riscul consolidării poziției dominante în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizate.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Petru Zadnipru 16/8, mun. Chișinău, Republica Moldova

187. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare desfășoară activitate prin intermediul a două unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul a unei singure unități comerciale.

188. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 16.

Tabelul 16

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

189. Din informațiile prezentate în tabelul 16, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

190. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

191. Nivelul de concentrare al pieței relevante atât anterior realizării tranzacției cât și urmare a punerii în aplicare a acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

192. Reieșind din faptul că piața relevantă analizată $\times$, $\times$, $\times$, Consiliul Concurenței constată riscul consolidării poziției dominante în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizate.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Carierei 5, bl. A nr. 4C, mun. Chișinău, Republica Moldova

193. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită atât partea achizitoare, cât și partea care urmează a fi achiziționată desfășoară activitate prin intermediul a unei singure unități comerciale.

194. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 17.

Tabelul 17

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

195. Din informațiile prezentate în tabelul 17, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

196. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

197. Nivelul de concentrare al pieței relevante atât anterior realizării tranzacției cât și urmare a punerii în aplicare a acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta

(Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

198. Reieșind din faptul că piața relevantă analizată $\times$, $\times$, $\times$, Consiliul Concurenței constată riscul consolidării poziției dominante în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizate.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. str. Vladimir Korolenko 9, mun. Chișinău, Republica Moldova

199. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare nu este prezentă prin intermediul unităților comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul a unei singure unități comerciale.

200. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 18.

Tabelul 18

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

201. Din informațiile prezentate în tabelul 18, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată, întreprinderea „Fourchette-M” SRL a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

202. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL va prelua cota de piață a întreprinderii „Fourchette-M” SRL pe piața relevantă analizată $\times$.

203. Reieșind din faptul că pe piața relevantă analizată, partea achizitoare nu este prezentă și doar urmează să preia cota realizată de unitatea de proximitate „To-To” în urma punerii în aplicare a tranzacției, Consiliul Concurenței reține că pe această piață relevantă operațiune de concentrare economică nu va conduce la modificări esențiale.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe

bd. Mircea cel Bătrân 3, mun. Chișinău, Republica Moldova

204. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită atât partea achizitoare, cât și partea care urmează a fi achiziționată desfășoară activitate prin intermediul a unei singure unități comerciale.

205. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 19.

Tabelul 19

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă



Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

206. Din informațiile prezentate în tabelul 19, se constată că în anul 2023, pe piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul , iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul .

207. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul  pe piața relevantă analizată.

208. Nivelul de concentrare al pieței atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a realizării acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie  puncte.

209. Astfel, ținând cont de faptul că valoarea delta (Δ IHH) crește neesențial, rezultă că structura pieței analizate nu va suferi modificări esențiale.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Ion Luca Caragiale 2/3, mun. Chișinău, Republica Moldova

210. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită atât partea achizitoare, cât și partea care urmează a fi achiziționată desfășoară activitate prin intermediul a unei singure unități comerciale.

211. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară

activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 20.

Tabelul 20

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

✕

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

212. Din informațiile prezentate în tabelul 20, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul ✕ , iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul ✕ .

213. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul ✕ pe piața relevantă analizată.

214. Nivelul de concentrare al pieței relevante atât anterior realizării tranzacției cât și urmare a punerii în aplicare a acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie ✕ puncte.

215. Reieșind din faptul că piața relevantă analizată ✕ , ✕ , ✕ , ✕ , ✕ Consiliul Concurenței constată riscul consolidării poziției dominante în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizate.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Iazului 15, mun. Chișinău, Republica Moldova

216. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită atât partea achizitoare, cât și partea care urmează a fi achiziționată desfășoară activitate prin intermediul a unei singure unități comerciale.

217. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 21.

Tabelul 21

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

✕

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

218. Din informațiile prezentate în tabelul 21, se constată că în anul 2023, pe piața relevantă analizată, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

219. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

220. Nivelul de concentrare al pieței relevante atât anterior realizării tranzacției cât și urmare a punerii în aplicare a acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

221. Reieșind din faptul că piața relevantă analizată $\times$, $\times$, $\times$, $\times$, Consiliul Concurenței constată riscul consolidării poziției dominante în urma punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizate.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Alecu Russo 9/6, mun. Chișinău, Republica Moldova

222. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare este prezentă pe piața relevantă prin intermediul a două unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul unei singure unități comerciale.

223. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 22.

Tabelul 22

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

224. Din informațiile prezentate în tabelul 22, se constată că în anul 2023, pe piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

225. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

226. Nivelul de concentrare al pieței atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a realizării acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

227. Astfel, ținând cont de faptul că valoarea delta (Δ IHH) crește neesențial, prezența concurenților capabili să exercite suficientă presiune concurențială, formatul unității comerciale ce urmează a fi preluat pe această piață relevantă, rezultă că structura pieței analizate nu va suferi modificări esențiale.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Botanica Veche 8/2, mun. Chișinău, Republica Moldova

228. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită, partea achizitoare este prezentă pe piața relevantă prin intermediul a două unități comerciale, iar partea care urmează a fi achiziționată prin intermediul unei singure unități comerciale.

229. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 23.

Tabelul 23

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

230. Din informațiile prezentate în tabelul 23, se constată că în anul 2023, pe piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

231. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

232. Nivelul de concentrare al pieței atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a realizării acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

233. Astfel, ținând cont de faptul că valoarea delta (Δ IHH) crește neesențial, fapt rezultă din cota nesemnificativă realizată de partea achiziționată, rezultă că structura pieței analizate nu va suferi modificări esențiale.

Piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe str. Cojocarilor 20C, mun. Chișinău, Republica Moldova

234. Din analiza efectelor pe piața relevantă stabilită atât partea achizitoare, cât și partea care urmează a fi achiziționată desfășoară activitate prin intermediul a unei singure unități comerciale.

235. Cotele relative de piață calculate în baza venitului din vânzări înregistrat în anul 2023, precum și valoarea IHH a celor mai importanți concurenți pentru părțile implicate în operațiunea de concentrare economică analizată, care desfășoară activitate similară pe piața relevantă stabilită, sunt prezentate în tabelul 24.

Tabelul 24

Cotele relative de piață realizate în anul 2023 de către întreprinderile implicate și concurenții acestora pe piața relevantă

$\times$

Sursa: Calculele efectuate din oficiu în baza răspunsurilor lanțurilor de unități comerciale la solicitările Consiliului Concurenței

236. Din informațiile prezentate în tabelul 24, se constată că în anul 2023, pe piața comercializării cu amănuntul a produselor de consum curent preponderent alimentare, întreprinderea „Moldretail Group” SRL a realizat o cotă relativă care se încadrează în intervalul $\times$, iar întreprinderea „Fourchette-M” SRL, a realizat o cotă relativă de piață calculată în baza venitului din vânzări înregistrat ce se încadrează în intervalul $\times$.

237. Urmare a realizării operațiunii de concentrare economică notificată, cota relativă de piață a întreprinderilor implicate se va încadra în intervalul $\times$ pe piața relevantă analizată.

238. Nivelul de concentrare al pieței atât anterior realizării tranzacției, cât și urmare a realizării acesteia atestă un nivel ridicat. Valoarea delta (Δ IHH) urmare a realizării operațiunii de concentrare economică analizată constituie $\times$ puncte.

239. Astfel, ținând cont de faptul că valoarea delta (Δ IHH) crește neesențial, fapt rezultă din cota nesemnificativă realizată de partea achiziționată, rezultă că structura pieței analizate nu va suferi modificări esențiale.

240. În concluzie, în urma analizelor efectelor operațiunii de concentrare economică notificată în conformitate cu prevederile legislației concurențiale și luând în considerare experiența UE, Consiliul Concurenței a ajuns la concluzia că, punerea în aplicare a operațiunii notificate ridică obstacole semnificative în calea concurenței efective pe unele piețe relevante analizate reieșind de gradul de concentrare al pieței (*IHH*) în combinație cu valoarea delta rezultată.

241. Astfel, Consiliul Concurenței, în procesul de analiză a compatibilității operațiunii de concentrare economică notificată cu mediul concurențial normal, a identificat *următoarele îndoieli grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial:*

- pe piața achiziționării/aprovizionării a lanțurilor de unități comerciale care comercializează produse de consum curent preponderent alimentare pe întreg teritoriul Republicii Moldova, s-a constatat:
 - *existența riscului de închidere a pieței de desfacere pentru furnizorii care sunt prezenți în lanțul de unități comerciale operat de către „Fourchette – M” SRL și nu au fost prezenți în lanțul de unități comerciale operat de partea achizitoare.*
- pe piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip B delimitate pe o distanță de 10 minute de mers pe jos în jurul unităților comerciale ce aparțin părții achiziționate (*unitățile comerciale de proximitate ce activează sub marca „To-To”*), s-a constatat:
 - *crearea și/sau consolidarea poziției dominante în urma punerii în aplicare a concentrării economice dintre „Moldretail Grup” SRL și „Fourchette-M” SRL pentru piețe relevante geografice, aferente unităților comerciale situate pe următoarele adrese:*
 1. *str. Ion Luca Caragiale 2/3, mun. Chișinău*
 2. *str. Carierei 5, bl. A, nr. 4C, mun. Chișinău*
 3. *str. Iazului 15, mun. Chișinău*
 4. *str. Petru Zadnipru 16/4, mun. Chișinău*
- pe piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe *str. Codrilor 16, mun. Chișinău*, (unitatea comercială ce activează sub marca „Fourchette”), s-a constatat:
 - *consolidarea poziției dominante în urma punerii în aplicare a concentrării economice dintre „Moldretail Group” SRL și „Fourchette-M” SRL*

- pe piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D delimitate pe o distanță de 30 minute de mers pe jos în jurul unității comerciale amplasate pe *str. Calea Ieșilor 10, mun. Chișinău, Republica Moldova* și a unității comerciale amplasate pe *str. Alexandru cel Bun, nr. 5, mun. Bălți, Republica Moldova*; și
- pe piața comercializării cu amănuntul al produselor de consum curent preponderent alimentare prin intermediul magazinelor de tip C și D pe întreg teritoriul municipiilor Cahul, Comrat și Soroca, s-a constatat:
 - *risc de concentrare a piețelor, rezultat din nivelul ridicat de concentrare al piețelor (IHH), în combinație cu valoarea delta (Δ IHH) care depășește 150 de puncte*

242. Prin scrisoarea nr. X din X, în conformitate cu prevederile art. 25. alin.(1), lit. b) din Legea concurenței, partea notificatoare a fost informată despre îndoielile de ordin concurențial apărute, în scopul de a oferi posibilitate în faza I de a înlătura îndoielile grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial în urma punerii în aplicare a tranzacției notificate.

243. Drept răspuns, întreprinderea „Moldretail Group” SRL, prin scrisoarea cu X (înregistrată cu nr. de intrare X), s-a expus cu privire la îndoielile de ordin concurențial apărute în procesul de analiză și evaluare a operațiunii de concentrare economică, însă nu a înlăturat îndoielile de ordin concurențial enunțate de Consiliul Concurenței.

244. Reieșind din considerentul că, prin scrisoarea cu nr. X din X, partea notificatoare nu a înlăturat în conformitate cu art. 25. alin. (1), lit. b) din Legea concurenței, prin modificarea de către părțile implicate a concentrării economice notificate, îndoielile de ordin concurențial apărute în faza I de examinare a formularului de notificare, prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 18 din 08.11.2024 a fost inițiată investigația operațiunii de concentrare economică notificată de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL, care se referă la achiziționarea cotei – părți de 100% din capitalul social al întreprinderii „Fourchette-M” SRL.

245. La data de X, prin scrisoarea nr. X, partea notificatoare a fost informată despre faptul inițierii investigației în contextul examinării formularului de notificare și despre necesitatea înlăturării îndoielilor grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial comunicate prin scrisoarea nr. X din X, întru asigurarea compatibilității cu mediul concurențial al operațiunii de concentrare economică dintre întreprinderile „Moldretail Group”

SRL și „Fourchette-M” SRL.

246. Prin scrisoarea cu nr. de intrare X din X , partea notificatoare, în temeiul prevederilor Regulamentului privind acceptarea angajamentelor propuse de către întreprinderi, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 2 din 22 ianuarie 2015 (*în continuare – Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de către întreprinderi*)¹⁹, a formulat și prezentat propuneri de angajamente asumate pentru a înlătura îndoielile de ordin concurențial apărute în procesul de analiză a tranzacției.

247. Formularul privind propunerea de angajamente înregistrat cu nr. de intrare X din X a fost depus în termenul legal stabilit de pct. 142 din Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de către întreprinderi (*30 de zile de la data deschiderii investigației*).

248. Consiliul Concurenței a analizat Formularul privind propunerea de angajamente înregistrat cu nr. de intrare X din X privind angajamentele în materia concentrărilor economice depus de către partea notificatoare, raportate la îndoielile de ordin concurențial expuse conform scrisorii nr. X din X .

249. În urma analizei, Consiliul Concurenței a concluzionat că propunerea de angajamente formulată de partea notificatoare nu înlătură toate problemele de ordin concurențial generate de punerea în aplicare a operațiunii de concentrare economică notificată X .

250. Prin urmare, conform pct. 144 din Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de către întreprinderi, angajamentele formulate de partea notificatoare conform formularului înregistrat cu nr. de intrare X din X , nu întruneau cumulativ condițiile pentru a putea fi luate în considerare la fundamentarea unei decizii în temeiul art. 25 alin. (2) lit. c) din Legea concurenței.

251. Prin scrisoarea nr. X din X , partea notificatoare a fost informată despre rezultatul analizei Formularului privind propunerea de angajamente înregistrat cu nr. de intrare X din X .

252. Prin scrisoarea cu nr. X din X (*înregistrată cu nr. de intrare X*), întreprinderea „Moldretail Group” SRL a propus modificarea angajamentelor inițiale (*asumate conformul Formularului privind propunerea de angajamente înregistrat cu nr. de intrare X din X*) și a adus clarificări suplimentare întru înlăturarea îndoielilor grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial.

253. Totodată, angajamentele asumate conform Formularului privind propunerea

¹⁹<https://competition.md/public/files/uploads/files/Regulamente/Concurenta/Regulamentul%20privind%20acceptarea%20angajamentelor%20propuse%20de%20c%C4%83tre%20%C3%AEntreprinderi.pdf>

de angajamente înregistrat cu nr. de intrare ✂ din ✂ și modificările/completările prezentate prin scrisoarea cu nr. ✂ din ✂ au fost însoțite de detalii privind condițiile de punere în aplicare a angajamentelor asumate de către partea notificatoare și de condiții privind monitorizarea respectării acestora.

254. Angajamentele asumate de către „Moldretail Group” SRL, constau în:

✓ ***Angajamente comportamentale:***

1. Oferirea reducerilor permanente pentru pensionari

Conform politicii „Moldretail Group” SRL, în magazinele preluate vor fi aplicate reduceri pentru pensionari „Sprijin pentru consumatori vulnerabili”, la fel cum se aplică actual și în magazinele „Linella”.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

- Minim 2 zile în decursul unei luni, pensionarii vor primi o reducere de 10% pe bonul de cumpărături în toate magazinele preluate.
- „Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul să aplice această politică pe termen de aplicare a politicii respective la „Moldretail Group” SRL, dar nu mai puțin decât durata angajamentelor asumate.

2. Aplicarea politicii de formare a prețurilor din „Moldretail Group” SRL în toate unitățile comerciale preluate

Întreprinderea si-a asumat angajamentul aplicării politicii de stabilire a prețurilor, asigurând prețuri mai mici decât cele practicate anterior în magazinele preluate („Fourchette” și „To-To”). Acest angajament asigură clienților o ofertă mai accesibilă.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

- Prețurile la toate produsele din magazinele preluate vor fi identice cu prețurile din rețeaua „Linella”. O analiză a prețurilor pe categorii de produse demonstrează că, la moment, în magazinele care fac obiectul tranzacției notificate prețurile sunt mai mari cu ✂ (conform mediei aritmetice ponderate a diferențelor de preț la produse)

3. Oferirea prețurilor competitive la produsele esențiale cu lărgirea sortimentului

- „Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul introducerii produselor „private label” pe rafturile rețelei magazinelor „Fourchette” și „To-To”, oferind clienților acestora produse de calitate superioară la prețuri corecte și competitive. Aceste produse vor oferi un raport excelent între calitate și preț, asigurând consumatorilor o opțiune accesibilă și de încredere.

4. Modernizarea magazinelor preluate

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul să remodeleze magazinele preluate, ceea ce va include reparații și modernizare pe interior dar și amenajarea teritoriilor adiacente magazinelor.

Această acțiune va spori calitatea serviciilor oferite și va oferi consumatorilor finali posibilitatea să beneficieze de servicii de calitate în mediu sigur conform tuturor normelor securității alimentare. În același timp, magazinele renovate vor corespunde normelor europene, fapt care va spori confortul consumatorului final, și va contribui la dezvoltarea mediului social.

Acest angajament se va implementa în continuu pe parcursul întregii perioade de colaborare cu APL-uri și APC-uri și necesitățile de îmbunătățire a infrastructurii atât la nivel național cât și local.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

- „Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul de a finaliza modernizările în termen de X ani (dar nu mai târziu de expirarea termenului angajamentelor asumate).
- Proiectul de remodelare a magazinelor va include atât renovarea pe interior, cât și refacerea exteriorului, pentru a crea un mediu mai modern și plăcut pentru clienți. Angajamentul asumat privind amenajarea teritoriilor și zonelor adiacente magazinelor va spori confortul social și va contribui direct la dezvoltarea infrastructurii în zonele respective.
- „Moldretail Group” SRL va alocă mijloace financiare în mărime de X de lei pentru fiecare magazin de marca „Fourchette” și X de lei pentru fiecare magazin de marca „To-To”. „Moldretail Group” SRL, va realiza o investiție totală considerabilă, care va rezulta în creșteri în eficiență ce va aduce beneficii majore consumatorului final.

5. Sustinerea producătorilor locali

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul să susțină în continuare producătorii locali, prin colaborare cu companiile locale și organizarea unei campanii anuale de promovare a produselor acestora.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

- Campania de promovare va avea loc anual în lunile X și va include:
- Organizarea expozițiilor de produse autohtone.
- Organizarea evenimentelor speciale în magazine.
- Consumatorii vor beneficia de oferte dedicate care să pună în valoare produsele locale.

Organizarea campaniei de susținere a producătorilor locali va oferi beneficii

atât producătorilor locali, cât și consumatorului final, astfel încât va contribui la creșterea vizibilității și accesibilității produselor autohtone pe piața națională.

În același timp, „Moldretail Group” SRL va asigura producătorilor locali posibilitatea de a beneficia de soluții logistice, asigurându-le prezența în întreaga țară. Prin această inițiativă, întreprinderea susține că va contribui la sustenabilitatea economiei locale și la dezvoltarea unei agriculturi mai competitive.

6. Păstrarea furnizorilor existenți la compania care urmează a fi achiziționată

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul de a păstra colaborarea cu toți furnizorii care sunt prezenți în lanțul de unități comerciale operat de „Fourchette-M” SRL pe baza unor termeni contractuali echitabili, care să asigure continuitatea și stabilitatea aprovizionării cu produse de calitate.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

- Unități comerciale vizate: Asumarea menținerii relațiilor contractuale cu furnizorii existenți ai entității „Fourchette-M” SRL pentru toate punctele comerciale operate de către „Fourchette-M” SRL, la data încheierii tranzacției de achiziției, garantând continuitatea colaborării și stabilitatea aprovizionării. Astfel, contractele existente cu toți furnizorii menționați vor fi prelungite pe termen lung, garantând o durată de valabilitate cel puțin echivalentă cu cea prevăzută în angajamentele asumate.
- Condiții de păstrare a furnizorilor: În termen de cel mult 6 luni de la data finalizării tranzacției, întreprinderea susține că vor fi menținute și prelungite contractele existente la data încheierii tranzacției de achiziție, cu furnizorii care sunt prezenți în lanțul de unități comerciale operat de „Fourchette-M” SRL și nu sunt prezenți în lanțul de unități comerciale operate de „Moldretail Group” SRL, menținând integral condițiile comerciale actuale. Perioada termenelor contractelor va fi cel puțin egală cu durata angajamentelor asumate, asigurând astfel continuitatea relațiilor comerciale și respectarea obligațiilor contractuale.
- Volumul de mărfuri achiziționat: Angajarea și menținerea unui volum minim de achiziții echivalent cu cel livrat de furnizori până la realizarea operațiunii de concentrare economică, în situația în care ei vor asigura un nivel de livrare de cel puțin $\times$ % din cantitățile plasate spre comandă. Acest angajament urmărește continuitatea colaborării și stabilitatea lanțului de aprovizionare.
- Evaluarea performanței furnizorilor: Asumarea responsabilității realizării unei evaluări periodice ale performanței furnizorilor, oferindu-le feedback constructiv de susținere și identificând împreună soluții pentru îmbunătățirea proceselor și produselor livrate.

Prin aceste măsuri, partea notificatoare își asumă garantarea că furnizorii

actuali ai părții achiziționate își vor menține poziția competitivă în urma operațiunii de concentrare economică, care constă în dobândirea controlului unic direct de către „Moldretail Group” SRL asupra „Fourchette-M” SRL, iar accesul acestora pe piață va fi asigurat în condițiile echitabile descrise mai sus.

7. Menținerea criteriilor competitive pentru toți furnizorii, inclusiv cei existenți la magazinele preluate

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul să trateze identic toți furnizorii (inclusiv furnizorii existenți ai magazinelor preluate). Astfel, furnizorii existenți, după preluarea magazinelor, vor beneficia de condiții competitive și echitabile în rând cu toți furnizorii actuali ai „Moldretail Group” SRL. În acest scop:

- Se angajează să mențină aceleași criterii unice de selecție și listare a furnizorilor aplicabile în mod egal tuturor partenerilor noștri pentru a asigura un proces de colaborare transparent și echitabil.
- Se angajează să dezvolte o platformă digitală prin intermediul căreia furnizorii vor avea acces la un cont personalizat. Angajamentele asumate vor asigura parteneriatul pe termen lung cu toți furnizorii, iar platforma dedicată va facilita o comunicare transparentă și eficientă între părți, consolidând astfel relațiile de parteneriat și asigurând o gestionare optimă a colaborărilor noastre.

8. Menținerea angajaților actuali ai magazinelor preluate și crearea locurilor noi de muncă

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul de a menține numărul existent al angajaților companiei achiziționate, cu asigurarea că aceștia beneficiază de condiții de muncă stabile și continue. În plus, își asumă implementarea politicii de adaptare a remunerării pentru a asigura creșteri salariale în concordanță cu evoluțiile pieței și cu standardele de ramură, astfel încât angajații să rămână motivați și să fie recompensați corespunzător pentru contribuțiile lor.

9. Creșterea calificării și instruirea angajaților magazinelor preluate

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul de a crește continuu profesionalismul și creșterea personală a fiecărui angajat. Prin urmare, angajații actuali ai „Fourchette-M” SRL, după preluare vor beneficia de programele „Moldretail Group” SRL de creștere profesională, inclusiv la facilitățile care să sprijine un mediu de lucru sănătos și productiv.

10. Menținerea acțiunilor sociale

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul de a menține și dezvolta

acțiunile sociale, prin acțiuni dedicate în exclusivitate pentru beneficiul social, și anume:

- Dezvoltarea unei strategii coerente de Responsabilitate Socială Corporativă (CSR) cu impact major în domeniul sustenabilității, implicării comunitare și educației, care va contribui activ la îmbunătățirea calității vieții în comunitățile unde își desfășoară activitatea.
- Dezvoltarea magazinelor de format economic, destinat în mare parte zonelor rurale și este conceput pentru a răspunde nevoilor specifice ale comunităților din aceste zone, care pot avea acces limitat la alte resurse și facilități. Magazinul oferă o gamă variată de produse, dar restrânsă, care acoperă nevoile de bază ale comunității rurale, cum ar fi alimente, articole de uz casnic, produse pentru animale și alte bunuri esențiale.

11. Implementarea în magazinele preluate a tuturor tehnologiilor avansate de care dispune „Moldretail Group” SRL

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul să implementeze în magazinele preluate tehnologiile avansate care va optimiza întregul proces economic al magazinelor.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

- ✂
- ✂
- ✂

12. Aplicarea politicilor de logistică avansată în magazinele preluate.

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul de a implementa în magazinele preluate sistemele logistice dezvoltate, astfel încât să optimizeze întregul proces de activitate cu furnizorii, inclusiv livrarea și stocarea mărfurilor.

13. Aplicarea standardelor ISO și HACCP în magazinele preluate

„Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamentul de aplicare a standardelor ISO 22000 și HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) în magazinele preluate. Fiind deja implementate în magazinele „Moldretail Group” SRL, aceste standarde vor fi extinse și în magazinele preluate, pentru a asigura siguranța alimentară și controlul calității în toate punctele de comercializare, fapt care va aduce următoarele beneficii:

- Adoptarea standardului ISO 22000 care va asigura că sistemele de management al siguranței alimentelor sunt conforme cu cele mai înalte standarde internaționale, acoperind toate etapele lanțului de aprovizionare de la furnizori până la consumatori.
- Implementarea HACCP care va permite identificarea și controlul riscurilor

de siguranță alimentară în punctele critice ale procesului de producție și distribuție.

✓ **Angajamente structurale:**

Pentru a înlătura îndoielile grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial a tranzacției pe piețele relevante aferente unităților comerciale situate pe următoarele adrese pe care în urma punerii în aplicare se va crea/consolida poziția dominantă:

- str. Ion Luca Caragiale 2/3, mun. Chișinău
- str. Carierei 5, bl. A, nr. 4C, mun. Chișinău
- str. Iazului 15, mun. Chișinău
- str. Petru Zadnipru 16/4, mun. Chișinău
- str. Codrilor 16, mun. Chișinău

În acest context, „Moldretail Group” SRL și-a asumat următoarele angajamente structurale:

Cesionarea punctelor de comercializare situate pe adresele menționate supra (str. Ion Luca Caragiale 2/3, mun. Chișinău; str. Carierei 5, bl. A, nr. 4C, mun. Chișinău; str. Iazului 15, mun. Chișinău; str. Petru Zadnipru 16/4, mun. Chișinău; str. Codrilor 16, mun. Chișinău), în decurs de ✕ luni din ziua înregistrării tranzacției notificate la Agenția Servicii Publice.

255. Angajamentele asumate de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL au fost propuse pentru o perioadă de ✕ ani (✕ luni), termen calculat din momentul înregistrării tranzacției la Agenția Servicii Publice.

256. În urma analizei de către Consiliul Concurenței a angajamentelor comportamentale și structurale propuse de către „Moldretail Group” SRL a fost constatat faptul că acestea îndeplinesc condițiile de bază prevăzute la pct. 137 din Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de întreprinderi, deoarece elimină problemele de concurență identificate, sunt complete, eficiente și pot fi puse în aplicare într-o perioadă scurtă de timp.

257. Totodată, angajamentele asumate de partea notificatoare înlătură îndoielile concurențiale identificate de către Consiliul Concurenței și îndeplinesc cumulativ condițiile pct. 144 din Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de întreprinderi.

258. În aceste condiții, Consiliul Concurenței concluzionează că angajamentele formulate de către partea notificatoare pot fi luate în considerare la fundamentarea unei decizii în temeiul art. 25 alin. (2) lit. c) din Legea concurenței.

259. Respectarea îndeplinirii angajamentelor asumate, va fi verificată de Consiliul Concurenței prin intermediul rapoartelor de monitorizare transmise de către partea notificatoare în termen de ✕ după expirarea fiecărei perioade de ✕

, care se va calcula din ziua înregistrării tranzacției la Agenția Servicii Publice, astfel cum și-a asumat întreprinderea „Moldretail Group” SRL.

260. În conformitate cu pct. 145 din Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de întreprinderi, angajamentele au fost supuse consultărilor publice.

261. În acest sens, la data de 17.02.2025, pe pagina oficială web a Consiliului Concurenței a fost plasat rezumatul cazului și conținutul esențial al angajamentelor propuse de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL²⁰, prin care agenții economici terți au avut posibilitatea de a-și expune punctele de vedere și observațiile până la data de 20.03.2025.

262. Urmare a realizării testului de piață în contextul angajamentelor asumate de către partea notificatoare, în adresa Consiliului Concurenței au parvenit observații de la întreprinderea X cu privire la angajamentele înaintate în cadrul notificării concentrării economice dinte „Moldretail Group” SRL și „Fourchette-M” SRL.

263. Întreprinderea X comunică că „angajamentele comportamentale ce se referă la păstrarea de către partea achizitoare a furnizorilor părții achiziționate nu sunt suficiente, respectiv punerea în aplicare a operațiunii de concentrare economică analizată inevitabil se va solda cu excluderea întreprinderii X din lanțul de unități comerciale ce va fi operat de „Moldretail Group” SRL”.

264. Totodată, întreprinderea X susține că aceste angajamente nu oferă garanția de păstrare a cotelor de vânzare, cotelor la raft, asortimentul și condițiile actuale de care beneficiază, actualmente, întreprinderea X în lanțul de unități comerciale operat de „Fourchette-M” SRL.

265. Consiliul Concurenței reține că, respectarea angajamentului asumat de partea notificatoare care se referă la păstrarea furnizorilor actuali ai părții achiziționate face parte indispensabilă a deciziei de autorizare a tranzacției. Respectiv, angajamentul privind păstrarea furnizorilor întreprinderii „Fourchette-M” SRL care nu sunt prezenți în lanțul de unități comerciale operat de partea notificatoare, va fi monitorizat de către Consiliul Concurenței, în condițiile de implementare a acestuia.

266. Prin scrisoarea nr. X din X, Consiliul Concurenței, în conformitate cu art. 58 și art. 59 al Legii concurenței, a remis către întreprinderea „Moldretail Group” SRL raportul de investigație asupra cazului inițiat prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 18 din 08.11.2024, în vederea exercitării dreptului la apărare, inclusiv a dreptului de a prezenta observații asupra raportului de investigație.

²⁰ Rezumatul neconfidențial al Propunerii de angajamente înregistrat cu nr. de intrare [...] din [...], recepționat de la partea notificatoare

267. Conform scrisorii nr. ✂ din ✂ (înregistrată cu nr. de intrare ✂ din ✂), întreprinderea „Moldretail Group” SRL comunică că, nu are obiecții față de conținutul și propunerile ce se regăsesc în raportul de investigație asupra cazului inițiat prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 18 din 08.11.2024.

268. ✂

VI. Concluzii și propuneri în urma finalizării investigației

269. Operațiunea de concentrare economică ce urmează a se realiza prin preluarea controlului unic asupra întreprinderii „Fourchette-M” SRL de către „Moldretail Group” SRL a fost analizată prin prisma prevederilor Legii concurenței și a Regulamentului privind concentrările economice.

270. Operațiunea notificată reprezintă o concentrare economică, în sensul prevederilor art. 20 alin. (2) lit. b) al Legii concurenței, ce depășește condiția pragurilor valorice prevăzute la art. 22 alin. (1) din legea prenotată.

271. În cadrul evaluării compatibilității cu mediul concurențial a operațiunii notificate prin prisma piețelor relevante stabilite se constată că, realizarea operațiunii propusă spre autorizare pe unele piețe relevante prezenta îndoieli grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial.

272. Drept urmare, în cadrul notificării, la data de 08.11.2024, prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 18 a fost inițiată investigația operațiunii de concentrare economică notificată de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL, care se referă la intenția de preluare a controlului unic asupra întreprinderii „Fourchette-M” SRL.

273. În cadrul investigației, întreprinderea „Moldretail Group” SRL și-a asumat angajamente în măsură să înlăture îndoielile grave de ordin concurențial apărute în urma evaluării operațiunii de concentrare economică de către Consiliul Concurenței.

274. În faza I de examinare a formularului de notificare, atât pe pagina web oficială a Consiliului Concurenței (la data de 07.10.2024), cât și în Monitorul Oficial al Republicii Moldova (nr. 427-429 (9365-9367 din 11.10.2024) a fost plasat avizul cu referire la operațiunea de concentrare economică ce urmează a se realiza prin preluarea controlului unic de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL asupra întreprinderii „Fourchette-M” SRL, prin care agenții economici terți au avut posibilitatea de a-și expune punctele de vedere și observațiile referitor la modul în care tranzacția în cauză afectează sau poate afecta concurența pe piața relevantă stabilită.

275. Urmare a plasării avizului cu referire la operațiunea de concentrare economică, la data de ✂ , Consiliul Concurenței a recepționat și examinat observațiile ✂ .

276. Alte observații sau puncte de vedere din partea agenților economici terți până la adoptarea deciziei nu au parvenit.

277. Concomitent, în cadrul investigației, prin scrisoarea nr. X din X, Consiliul Concurenței a solicitat de la asociațiile de producători punctele de vedere/observațiile cu privire la modul în care concentrarea economică analizată ar putea afecta sau poate afecta concurența pe piață.

278. Urmare a analizei informațiilor prezentate de către asociațiile de producători, Consiliul Concurenței reține lipsa observațiilor sau punctelor de vedere argumentate din partea acestora.

În contextul celor expuse anterior și în conformitate cu art. 20, art. 22, art. 23, art. 24, art. 25, art. 41, art. 45 și art. 46 din Legea concurenței nr. 183/2012, Plenul Consiliului Concurenței

DECIDE:

1. A declara operațiunea de concentrare economică ce urmează a se realiza prin preluarea controlului 100% asupra întreprinderii „Fourchette-M” SRL de către „Moldretail Group” SRL, compatibilă cu mediul concurențial cu condiția respectării angajamentelor asumate de întreprinderea „Moldretail Group” SRL și acceptate de Consiliul Concurenței.

2. Angajamentele asumate de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL sunt prevăzute în Anexa 1 ce constituie parte integrantă a prezentei decizii și sunt obligatorii pentru „Moldretail Group” SRL.

3. „Moldretail Group” SRL va menține relațiile comerciale cu furnizorii lanțului de unități comerciale operat de către „Fourchette-M” SRL care nu se află în relații comerciale cu partea notificatoare, enumerați în Anexa 2 ce constituie parte integrantă a prezentei decizii.

4. „Moldretail Group” SRL va asigura cesionarea în decurs de X luni din ziua înregistrării tranzacției notificate la Agenția Servicii Publice a unităților comerciale situate pe următoarele adrese:

- str. Ion Luca Caragiale 2/3, mun. Chișinău, Republica Moldova
- str. Carierei 5, bl. A, nr. 4C, mun. Chișinău, Republica Moldova
- str. Iazului 15, mun. Chișinău, Republica Moldova
- str. Petru Zadnipru 16/4, mun. Chișinău, Republica Moldova
- str. Codrilor 16, mun. Chișinău, Republica Moldova,

în conformitate cu prevederile Capitolului IV (Secțiunile 1, 2, 3, 7, 9 și 10) și Capitolului VI (Secțiunile 1, 2, 3 și 4) din Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de către întreprinderi aprobat prin Hotărârea Plenului

Consiliului Concurenței nr. 2 din 22.01.2015.

5. Durata angajamentelor asumate de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL este de ✕ ani calculată din momentul înregistrării tranzacției la Agenția Servicii Publice.
6. „Moldretail Group” SRL va prezenta Raportul privind îndeplinirea angajamentelor asumate, în termen de ✕ de zile după expirarea fiecărei perioade de ✕ luni de zile, care se va calcula din ziua înregistrării tranzacției la Agenția Servicii Publice.
7. Consiliul Concurenței va monitoriza îndeplinirea angajamentelor asumate de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL.
8. A înceta investigația inițiată prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 18 din 08.11.2024.
9. Decizia poate fi contestată, în termen de 30 de zile calendaristice de la primirea acesteia de către părți, la Judecătoria Chișinău, sediul Râșcani, specializat în materie de contencios administrativ (*mun. Chișinău, str. Kiev, 3*).
10. Prezenta decizie intră în vigoare la data adoptării și va fi adusă la cunoștința părții notificatoare.

Alexei GHERȚESCU
Președinte

ANGAJAMENTELE¹

la operațiunea de concentrare economică dintre întreprinderile „Moldretail Group” SRL și „Fourchette-M” SRL înregistrată la Consiliul Concurenței cu nr. ✂

Descrierea angajamentelor

1.1 Obiectul angajamentelor propuse

Partea Notificatoare propune Consiliului Concurenței o serie de angajamente comportamentale și structurale, având scopul de a răspunde în mod direct și eficient îngrijorărilor identificate de către Consiliul Concurenței și de a menține un mediu concurențial normal, după cum urmează:

I. Angajamente comportamentale

1. Oferirea reducerilor permanente pentru pensionari

Conform politicii „Moldretail Group” SRL, în magazinele preluate vor fi aplicate reduceri pentru pensionari „Sprijin pentru consumatori vulnerabili”, la fel cum se aplică actual și în magazinele „Linella”.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

- Minim 2 zile în decursul unei luni, pensionarii vor primi o reducere de 10% pe bonul de cumpărături în toate magazinele preluate.
- „Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul să aplice această politică pe termen continuu și pentru întreaga perioadă de aplicare a politicii respective a „Moldretail Group” SRL în toate magazinele preluate

2. Aplicarea politicii de formare a prețurilor din „Moldretail Group” SRL în toate unitățile comerciale preluate.

„Moldretail Group” SRL și-a asumat să aplice politica de setare a prețurilor, care prevede prețuri mai mici față de cele existente în magazinele care urmează a fi preluate

¹Formularul privind propunerea de angajamente înregistrat cu nr. de intrare ✂ din ✂ depus de către întreprinderea „Moldretail Group” SRL

Modificările/completările aduse Formularului privind propunerea de angajamente înregistrat cu nr. de intrare ✂ din ✂, prezentate de întreprinderea „Moldretail Group” SRL prin scrisoarea cu nr. de intrare ✂ din ✂

(„Fourchette” și „Toto”), înainte de tranzacție. Acest angajament va favoriza clienții prin ofertă mai accesibilă.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

Prețurile la toate produsele din magazinele preluate vor fi identice cu prețurile din rețeaua „Linella”. O analiză a prețurilor pe categorii de produse demonstrează că, la moment, în magazinele care fac obiectul tranzacției notificate prețurile sunt mai mari cu $\times$ (conform mediei aritmetice ponderate a diferențelor de preț la produse). În urma tranzacției, prețurile la produse în magazinele vizate vor scădea la nivelul prețurilor magazinelor „Linella”, fapt care este în beneficiul consumatorului final.

3. Oferirea prețurilor competitive la produsele esențiale cu lărgirea sortimentului

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul să introducă produsele „private label” pe rafturile rețelei magazinelor „Fourchette” și „Toto”, oferind clienților acestora produse de calitate superioară la prețuri corecte și competitive. Aceste produse vor oferi un raport excelent între calitate și preț, asigurând consumatorilor o opțiune accesibilă și de încredere.

Prin adăugarea acestor produse „private label”, „Moldretail Group” SRL susține că vor extinde oferta disponibilă, răspunzând astfel mai bine nevoilor clienților și îmbunătățind accesibilitatea acestora. Clienții vor beneficia de produse de calitate la prețuri justificate, ceea ce le va permite să facă alegeri economice și echilibrate în cadrul cumpărăturilor lor.

Prin această politică, consumatorul final va beneficia de produse de calitate la prețuri competitive, asigurând astfel un raport excelent între calitate și costuri.

„Moldretail Group” SRL susține că prin aplicarea acestei strategii de prețuri mai mici, va crește accesibilitatea produselor noastre pentru toți clienții, contribuind totodată la îmbunătățirea experienței de cumpărare și la susținerea puterii de cumpărare a acestora. Această abordare reflectă angajamentul de a menține prețuri corecte și transparente, având în vedere nevoile și așteptările clienților „Moldretail Group” SRL.

4. Modernizarea magazinelor preluate

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul să remodeleze magazinele preluate, ceea ce va include reparații și modernizare pe interior dar și amenajarea teritoriilor adiacente magazinelor.

Această acțiune va spori calitatea serviciilor oferite și va oferi consumatorilor finali posibilitatea de a beneficia de servicii de calitate în mediu sigur conform tuturor normelor securității alimentare. În același timp, magazinele renovate vor corespunde normelor europene, fapt care va spori confortul consumatorului final, și va contribui la dezvoltarea mediului social.

Acest angajament se va implementa în continuu pe parcursul întregii perioade de colaborare cu APL-uri și APC-uri și necesitățile de îmbunătățire a infrastructurii atât la nivel național cât și local.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

1. „Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul de a finaliza modernizările în termen de ✂ ani (dar nu mai târziu de expirarea termenului angajamentelor asumate).

2. Proiectul de remodelare a magazinelor va include atât renovarea pe interior, cât și refacerea exteriorului, pentru a crea un mediu mai modern și plăcut pentru clienți.

În interiorul magazinelor se va realiza:

✂

În exteriorul magazinelor se va realiza amenajarea teritoriilor adiacente magazinelor, și anume:

✂

Pentru a pune în aplicare angajamentul asumat, „Moldretail Group” SRL ✂

Angajamentul asumat privind amenajarea teritoriilor și zonelor adiacente magazinelor va spori confortul social și va contribui direct la dezvoltarea infrastructurii în zonele respective.

3. „Moldretail Group” SRL va alocă mijloace financiare în mărime ✂

Valoarea estimativă a investițiilor planificate în perioada de implementare a angajamentelor per magazin este prezentată în tabelul 1 .

Tabelul 1. Valoarea investițiilor planificate

✂

„Moldretail Group” SRL, va realiza o investiție totală considerabilă, care va rezulta creșteri în eficiență ce va aduce beneficii majore consumatorului final.

5. Susținerea producătorilor locali

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul să susțină în continuare producătorii locali, prin colaborare cu companiile locale și organizarea unei campanii anuale de promovare a produselor acestora.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

1. Campania de promovare va avea loc anual în lunile ✂ și va include:

- Organizarea expozițiilor de produse autohtone;
- Organizarea evenimentelor speciale în magazine;
- Consumatorii vor beneficia de oferte dedicate care să pună în valoare produsele locale.

În același timp, „Moldretail Group” SRL va asigura sprijin logistic pentru producătorii locali, oferindu-le oportunitatea de a-și crește vânzările și de a dezvolta relații mai strânse cu consumatorii, promovând astfel sustenabilitatea economiei locale și sprijinind dezvoltarea unei agriculturi locale mai competitive.

2. Organizarea campaniei de susținere a producătorilor locali va oferi beneficii atât producătorilor locali, cât și consumatorului final, astfel încât va contribui la creșterea vizibilității și accesibilității produselor autohtone pe piața națională.

În acest context, întreprinderea menționează importanța valorificării produselor autohtone și necesitatea sprijinului în diseminarea informațiilor despre acestea, pentru ca produsele autohtone să se regăsească cât mai mult pe masa consumatorilor. Necesitatea sprijinului în cunoașterea de către consumatori a produselor autohtone crește și mai mult în condițiile în care producătorii de dimensiuni mici nu au posibilitatea să organizeze campanii publicitare masive pentru promovarea produselor pe piață.

6. Păstrarea furnizorilor existenți la compania achiziționată

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul de a păstra colaborarea cu furnizorii actuali ai „Fourchette -M ” SRL pe baza unor termeni contractuali echitabili, care să asigure continuitatea și stabilitatea aprovizionării cu produse de calitate.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

- Unități comerciale vizate: Asumarea menținerii relațiilor contractuale cu furnizorii existenți ai entității „Fourchette-M” SRL pentru toate punctele comerciale operate de către „Fourchette-M” SRL, la data încheierii tranzacției de achiziție, garantând continuitatea colaborării și stabilitatea aprovizionării. Astfel, contractele existente cu toți furnizorii menționați conform angajamentelor asumate, urmează a fi prelungite pe termen lung, garantând o durată de valabilitate cel puțin echivalentă cu cea prevăzută în angajamentele asumate.
- Condiții de păstrare a furnizorilor: În termen de cel mult 6 luni de la data finalizării tranzacției, menținerea și prelungirea contractelor existente la data încheierii tranzacției de achiziție, cu furnizorii care sunt prezenți în lanțul de unități comerciale operat de „Fourchette-M” SRL și nu sunt prezenți în lanțul de unități comerciale operat de „Moldretail Group” SRL, menținând integral condițiile comerciale actuale. Perioada termenelor contractelor va fi cel puțin egală cu durata angajamentelor asumate, asigurând astfel continuitatea relațiilor comerciale și respectarea obligațiilor contractuale.
- Volumul de mărfuri achiziționat: Angajarea și menținerea unui volum minim de achiziții echivalent cu cel livrat de furnizori până la realizarea operațiunii de concentrare economică, în situația în care ei vor asigura un nivel de livrare de cel puțin $\times$ % din cantitățile plasate spre comandă. Acest angajament urmărește continuitatea colaborării și stabilitatea lanțului de aprovizionare.
- Evaluarea performanței furnizorilor: Asumarea responsabilității realizării unei evaluări periodice ale performanței furnizorilor, oferindu-le feedback constructiv de susținere și identificând împreună soluții pentru îmbunătățirea proceselor și produselor livrate.

7. Menținerea criteriilor competitive pentru toți furnizorii, inclusiv cei existenți la magazinele preluate

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul să trateze identic toți furnizorii (inclusiv furnizorii existenți ai magazinelor preluate). Astfel, furnizorii existenți, după preluarea

magazinelor vor beneficia de condiții competitive și echitabile în rând cu toți furnizorii actuali ai „Moldretail Group” SRL. În acest scop:

1. „Moldretail Group” SRL va menține aceleași criterii unice de selecție și listare a furnizorilor aplicabile în mod egal tuturor partenerilor pentru a asigura un proces de colaborare transparent și echitabil;
2. „Moldretail Group” SRL va dezvolta o platformă digitală dedicate, prin intermediul căreia furnizorii vor avea acces la un cont personalizat.
3. Angajamentele asumate vor asigura parteneriatul pe termen lung cu toți furnizorii, iar platforma dedicată va facilita o comunicare transparentă și eficientă între părți, consolidând astfel relațiile de parteneriat și asigurând o gestionare optimă a colaborărilor întreprinderii.

8. Menținerea angajaților actuali ai magazinelor preluate și crearea locurilor noi de muncă

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul de a menține numărul existent al angajaților companiei achiziționate, mai mult, de a crește numeric personalul angajat, cu asigurarea că aceștia beneficiază de condiții de muncă stabile și continue, fără a fi afectați de schimbările organizaționale. În plus, va implementa politici de adaptare a remunerării pentru a asigura creșteri salariale în concordanță cu evoluțiile pieței și cu standardele sectoriale, astfel încât angajații să rămână motivați și să fie recompensați corespunzător pentru contribuțiile lor.

În același timp, „Moldretail Group” SRL acordă importanță factorului uman în activitatea desfășurată. Astfel, se orientează să ofere condiții decente angajaților săi. Pentru companie este o prioritate menținerea angajaților actuali cu experiența și profesionalismul format, dar de asemenea, își asumă angajamentul de a crea noi locuri de muncă.

Implementarea angajamentului se va realiza după cum urmează:

1. „Moldretail Group” SRL va menține actualul număr de angajați ✕ al magazinelor preluate ✕ ;
2. „Moldretail Group” SRL va continua extinderea echipelor ✕ .

Acest angajament subliniază intenția de a contribui în mod semnificativ la crearea de noi locuri de muncă și de a sprijini dezvoltarea profesională continuă a personalului, consolidând astfel stabilitatea și sustenabilitatea afacerii, în conformitate cu standardele legale și economice aplicabile.

9. Creșterea calificării și instruirea angajaților magazinelor preluate

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul de a crește continuu profesionalismul și creșterea personală a fiecărui angajat. Prin urmare, angajații actuali ai „Foruchette-M” SRL, după autorizarea tranzacției vor beneficia de programele întreprinderii „Moldretail Group” SRL de creștere profesională, inclusiv de facilitățile care urmează să sprijine un mediu de lucru sănătos și productiv.

Implementarea angajamentului se va realiza prin:

1. acordarea pentru angajați a următoarelor beneficii:
 - Program flexibil și opțiuni de muncă hibridă - pentru a sprijini echilibrul între viața profesională și cea personală.
 - Programe de dezvoltare profesională - prin traininguri și cursuri de specializare, pentru a sprijini creșterea și avansarea în carieră a angajaților.
 - Mediu de lucru modern și confortabil - cu spații de lucru amenajate corespunzător, facilități de recreere și locuri de relaxare, pentru a sprijini productivitatea și creativitatea.
 - Mediu de lucru divers și incluziv - cu măsuri de susținere a diversității și incluziunii, garantând un loc de muncă respectuos și echitabil pentru toți angajații.
 - Recompense și bonusuri pentru fiecare angajat - un sistem de bonusuri performanță și măsuri de apreciere a contribuțiilor individuale și de echipă,
 - Prânz sau tichete de masă pentru fiecare angajat - pentru a sprijini sănătatea și bunăstarea angajaților și a contribui la un mediu de lucru pozitiv și echilibrat.
2. Continuarea contribuției active la dezvoltarea culturii educaționale din Republica Moldova, punând accent pe instruirea și dezvoltarea profesională a angajaților. „Moldretail Group” SRL va continua colaborarea cu învățământul dual pentru integrarea studenților în programe de practică, inclusiv a celor din cadrul companiei achiziționate, prin organizarea următoarelor activități:
 - Traininguri de integrare - Aceste sesiuni ar fi destinate noilor angajați, inclusiv celor din compania achiziționată, pentru a-i ajuta să înțeleagă cultura organizațională, valorile companiei și procedurile interne. Aceste traininguri sunt esențiale pentru adaptarea rapidă la mediul de lucru.
 - Traininguri pentru îmbunătățirea abilităților de comunicare: Comunicarea este un aspect crucial al companiei. Trainingurile în acest domeniu includ tehnici de comunicare interpersonală și gestionarea relațiilor cu clienții.
 - Formare tehnică și profesională: În funcție de domeniul activității companiei, trainingurile includ sesiuni despre utilizarea unor software-uri specifice, echipamente sau proceduri de lucru. Acestea vor ajuta angajații să își perfecționeze abilitățile profesionale și să răspundă cerințelor pieței.
 - Trainingurile de securitate cibernetică - fiind utile nu doar pentru protejarea datelor companiei, dar și pentru angajați, ca utilizatori ai mediului online, ajutându-i să își securizeze informațiile personale și să evite riscurile asociate internetului. Acestea le oferă cunoștințele necesare pentru a proteja atât datele sensibile ale companiei, cât și propriile lor conturi online.

Prin parteneriatul cu învățământul dual, comunitatea beneficiază de un sistem educațional mai eficient și mai conectat la realitățile pieței muncii. Acest lucru stimulează interesul pentru educația profesională. Tinerii bine pregătiți profesional au mai multe șanse să rămână în comunitatea locală, contribuind la dezvoltarea economică și socială a acesteia.

10. Menținerea acțiunilor sociale

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul de a menține și dezvolta acțiunile sociale, prin acțiuni dedicate în exclusivitate pentru beneficiul social și anume:

1. Dezvoltarea unei strategii coerente de Responsabilitate Socială Corporativă (CSR) cu impact major în domeniul sustenabilității, implicării comunitare și educației, contribuind activ la îmbunătățirea calității vieții în comunitățile unde își desfășoară activitatea.



2. Dezvoltarea magazinelor cu destinație socială.



11. Implementarea în magazinele preluate a tuturor tehnologiilor avansate de care dispune „Moldretail Group” SRL.

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul să implementeze în magazinele preluate tehnologiile avansate care va optimiza întregul proces economic al magazinelor.

În realizarea acestui angajament, în magazinele preluate vor fi implementate următoarele:

- 1.

- 2.

3. Implementarea sistemului EDI

Implementarea sistemul EDI (Electronic Data Interchange), va optimiza schimbul de date și documente comerciale între „Moldretail Group” SRL și furnizori, parteneri și clienți.



12. Aplicarea politicilor de logistică avansată în magazinele preluate.

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul de a implementa în magazinele preluate sistemele logistice dezvoltate, astfel încât să optimizeze întregul proces de activitate cu furnizorii, inclusive livrare și stocare.

Implementarea angajamentului asumat, vor fi efectuate următoarele acțiuni:

1. Centralizarea furnizorilor. „Moldretail Group” SRL își asumă să centralizeze furnizorii care nu dispun de capacitățile logistice necesare pentru a asigura o aprovizionare diversificată și concurență loială pe piață. Această măsură are scopul de a consolida lanțul de aprovizionare și de a sprijini furnizorii mai mici care nu au infrastructura adecvată pentru a face față cerințelor logistice și pentru a se alinia standardelor de performanță ale pieței.

Prin centralizarea acestora, va fi creat un flux de livrări mai eficient, reducând barierele logistice și asigurat că acești furnizori vor contribui în continuare la diversitatea ofertei de produse și la menținerea unui mediu de concurență loială pe piață. Această abordare va contribui la creșterea accesibilității produselor și la menținerea unui echilibru între marii furnizori și micii producători, stimulând astfel inovația și concurența corectă.

În plus, prin centralizare, întreprinderea va oferi acestei categorii de furnizori suport logistic și tehnic, facilitându-le accesul la rețele de distribuție extinse și la procese mai eficiente de aprovizionare, ceea ce va contribui la dezvoltarea acestora pe termen lung.

2. Centralizarea livrărilor. „Moldretail Group” SRL își asumă să diminueze disconfortul creat de multitudinea de vehicule de livrare în zonele adiacente magazinelor prin centralizarea livrărilor. Această măsură va reduce numărul de transporturi individuale, ceea ce va contribui la fluidizarea traficului și va scădea nivelul de poluare asociat cu emisiile de CO2 generate de livrările multiple. Prin consolidarea livrărilor într-un proces centralizat, se va reduce congestionarea străzilor și disconfortul sonor din zonele rezidențiale sau comerciale, asigurând astfel o experiență mai plăcută pentru locuitorii din apropiere. De asemenea, va avea un impact semnificativ asupra protecției mediului, contribuind la reducerea emisiilor de carbon și la promovarea unor practici mai sustenabile în lanțul de aprovizionare.

Astfel, această abordare va adresa atât nevoile logistice ale companiei, cât și preocupările legate de calitatea vieții urbană și de protecția mediului, sprijinind în același timp sustenabilitatea pe termen lung a operațiunilor noastre.

3. Implementarea centrului unic de distribuție în magazinele preluate. Centrul de Distribuție al companiei „Moldretail Group” SRL, va susține întreaga rețea de magazine inclusiv cele preluate. Acesta va asigura organizarea internă eficientă pentru depozitarea, tranzitul și transportul mărfurilor de la producători către magazine, având ca obiectiv centralizarea și eficientizarea proceselor de intrare și ieșire a bunurilor materiale.

Etapele Procesului de Funcționare al Centrul de Distribuție:

- **Recepția Mărfurilor:** Mărfurile vor fi primite de la furnizori, iar în cadrul acestei etape se va efectua verificarea conformității cantitative și calitative.
- **Sortare și Etichetare:** Produsele vor fi sortate și etichetate corespunzător, facilitând gestionarea ulterioară a stocurilor.
- **Depozitarea:** Mărfurile vor fi depozitate în condiții optime pentru a asigura păstrarea calității.
- **Manipularea și Pregătirea Comenzilor:** În această etapă, produsele vor fi pregătite pentru livrare, asigurându-se că fiecare magazin primește cantitățile exacte necesare.
- **Colectarea Mărfurilor (Picking):** Personalul logistic va colecta produsele conform comenzilor specifice.
- **Consolidarea și Ambalarea:** Produsele vor fi consolidate și ambalate pentru a fi transportate eficient.
- **Expedierea Mărfurilor:** Mărfurile vor fi expediate către magazinele din rețea, conform planificării transportului.
- **Monitorizare și Feedback:** Se va realiza o monitorizare continuă a proceselor, iar feedback-ul va fi utilizat pentru optimizarea activităților logistice.

Avantajele Centrului Logistic:

- Asigurarea aprovizionării constante cu produse rețeaua de magazine „Moldretail Group” SRL
- Contribuirea la reducerea riscului de pierderi

- Oferirea oportunității producătorilor locali sau mici, care nu dispun de capacități logistice dezvoltate, va deveni competitivă pentru livrarea produselor în rețea, crescând astfel diversitatea ofertei și sprijinind afacerile mai mici
- Facilitarea integrării unor furnizori noi, care nu ar fi avut acces anterior la rețea, cauzată de limitări logistice, contribuind la creșterea concurenței și a calității produselor oferite
- Îmbunătățirea flexibilității în aprovizionare, permițând gestionarea mai eficientă a produselor cu cerere sezonieră sau variabilă
- Întărirea relațiilor comerciale cu producătorii locali printr-un parteneriat logistic eficient

Astfel, centrul logistic va funcționa ca un mecanism integrat de asigurare a aprovizionării rapide și eficiente a magazinelor cu produsele necesare, în condiții de calitate și siguranță.

13. Aplicarea standardelor ISO și HACCP în magazinele preluate

„Moldretail Group” SRL își asumă angajamentul de aplicare a standardelor ISO 22000 și HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) în magazinele preluate. Fiind deja implementate în magazinele „Moldretail Group” SRL, aceste standarde vor fi extinse și în magazinele preluate, pentru a asigura siguranța alimentară și controlul calității în toate punctele de comercializare, fapt care va aduce următoarele beneficii:

1. Adoptarea standardului ISO 22000, va asigura că sistemele de management al siguranței alimentelor sunt conforme cu cele mai înalte standarde internaționale, acoperind toate etapele lanțului de aprovizionare, de la furnizori până la consumatori.
2. Implementarea HACCP va permite identificarea și controlul riscurilor de siguranță alimentară în punctele critice ale procesului de producție și distribuție.

Astfel, implementarea standardelor ISO și HACCP în magazinele preluate va contribui la uniformizarea proceselor operaționale, garantându-le clienților și partenerilor produse sigure, de înaltă calitate, în conformitate cu cele mai bune practici ale industriei.

II. Angajamente structurale

Pentru a înlătura îndoielile grave privind compatibilitatea cu mediul concurențial a tranzacției pe piețele relevante aferente unităților comerciale situate pe următoarele adrese pe care în urma punerii în aplicare se va crea/consolida poziția dominantă:

1. str. Ion Luca Caragiale 2/3, mun. Chișinău
2. str. Carierei 5, bl. A, nr. 4C, mun. Chișinău
3. str. Iazului 15, mun. Chișinău
4. str. Petru Zadnipru 16/4, mun. Chișinău
5. str. Codrilor 16, mun. Chișinău

„Moldretail Group” SRL și-a asumat următoarele măsuri structurale:

Cesionarea punctelor de comercializare situate pe adresele menționate supra ✕, în decurs de ✕ din ziua înregistrării tranzacției notificate la Agenția Servicii Publice.

1.2 Condițiile de punere în aplicare a angajamentelor

Având în vedere caracterul eficient al angajamentelor comportamentale propuse de „Moldretail Group” SRL, ele pot fi implementate în punctele comerciale care prezintă îngrijorări de ordin concurențial, începând cu momentul înregistrării tranzacției la Agenția Servicii Publice (ASP).

„Moldretail Group” SRL susține că aplicarea angajamentelor va constitui o prioritate și acestea se vor implementa începând cu data înregistrării tranzacției la Agenția Servicii Publice (ASP) și pe parcursul ∞ , până la expirarea angajamentelor, după cum urmează:

- Angajamentul privind oferirea reducerilor permanente pentru pensionari, de la data începerii activității în magazinele preluate
- Angajamentul privind echilibrarea (micșorarea) prețurilor în toate unitățile comerciale preluate vis-a-vis de cele existente, de la data începerii activității în magazinele preluate
- Angajamentul privind oferirea prețurilor competitive la produsele esențiale (produsele Privat Label) de la data începerii activității în magazinele preluate
- Angajamentul privind modernizarea magazinelor preluate va fi implementată etapizat, pe perioada angajamentelor după punerea în aplicare a tranzacției
- Angajamentul privind susținerea producătorilor locali va fi implementat conform graficului campaniilor de promovare, după data începerii activității în magazinele preluate
- Angajamentul privind păstrarea furnizorilor existenți la compania achiziționată, va fi implementat după punerea în aplicare a tranzacției
- Angajamentul privind menținerea criteriilor competitive pentru toți furnizorii, inclusiv cei existenți la magazinele preluate, va fi implementat după punerea în aplicare a tranzacției.
- Angajamentul privind menținerea angajaților actuali ai magazinelor preluate și crearea locurilor noi de muncă, va fi implementat după punerea în aplicare a tranzacției
- Angajamentul privind creșterea calificării și instruirea angajaților magazinelor preluate, va fi implementat după punerea în aplicare a tranzacției
- Angajamentul privind menținerea și dezvoltarea acțiunilor sociale, va fi implementat după punerea în aplicare a tranzacției
- Angajamentul privind implementarea în magazinele preluate a tuturor tehnologiilor avansate de care dispune „Moldretail Group” SRL, va fi implementat după punerea în aplicare a tranzacției
- Angajamentul privind aplicarea politicilor de logistică avansată în magazinele preluate va fi implementat după punerea în aplicare a tranzacției.
- Angajamentul privind aplicarea standardelor ISO și HACCP în magazinele preluate va fi implementat după punerea în aplicare a tranzacției.

În scopul asigurării transparenței și asigurării eficace a monitorizării respectării angajamentelor asumate, „Moldretail Group” SRL își asumă să efectueze raportarea privind

respectarea angajamentelor ✂, începând cu data înregistrării tranzacției la Agenția Servicii Publice.

În confirmarea îndeplinirii angajamentelor asumate referitoare la relațiile cu furnizorii, în cadrul raportării angajamentelor asumate „Moldretail Group” SRL va prezenta Consiliului Concurenței documente și extrase, după cum este descris mai jos.

Documentele ce vor fi transmise de „Moldretail Group” SRL în perioada de monitorizare

✂

Documentele și informațiile puse la dispoziția Consiliului Concurenței vor permite verificarea îndeplinirii angajamentelor asumate pentru înlăturarea îngrijorărilor Consiliului Concurenței vis-a-vis de punctele comerciale care prezintă îngrijorări de ordin concurențial, privind tranzacția notificată.

Consiliul Concurenței poate solicita și alte documente sau informații pe care „Moldretail Group” SRL le va pune la dispoziție, pe baza justificărilor obiective ale Consiliului Concurenței.

În plus, Consiliul Concurenței va putea solicita toate documentele de suport ce au stat la baza raportărilor puse la dispoziție de „Moldretail Group” SRL pe întreaga perioadă a angajamentelor.

Informațiile și documentele aferente angajamentelor asumate de „Moldretail Group” SRL, vor fi prezentate Consiliului Concurenței în forma unui raport cu privire la îndeplinirea angajamentelor asumate („raport de monitorizare”). Rapoartele de monitorizare vor fi transmise Consiliului Concurenței în termen de până la ✂ după expirarea fiecărei perioade de ✂, care se va calcula din ziua autorizării operațiunii de concentrare economică de către Agenția Servicii Publice.

Lista exhaustivă a furnizorilor exclusivi ai entității „Fourchette-M” SRL, în conformitate cu angajamentul asumat de partea notificatoare privind păstrarea acestora ca urmare a punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică

Nº	COD FISCAL	DENUMIREA FURNIZORULUI
1	✕	✕
2	✕	✕
3	✕	✕
4	✕	✕
5	✕	✕
6	✕	✕
7	✕	✕
8	✕	✕
9	✕	✕
10	✕	✕
11	✕	✕
12	✕	✕
13	✕	✕
14	✕	✕
15	✕	✕
16	✕	✕
17	✕	✕
18	✕	✕
19	✕	✕
20	✕	✕
21	✕	✕
22	✕	✕
23	✕	✕
24	✕	✕
25	✕	✕
26	✕	✕
27	✕	✕
28	✕	✕
29	✕	✕
30	✕	✕
31	✕	✕
32	✕	✕
33	✕	✕
34	✕	✕
35	✕	✕
36	✕	✕

Anexa 2
la Decizia Nr. DCE 18/24-13 din 24.04.2025

37	✗	✗
38	✗	✗
39	✗	✗
40	✗	✗
41	✗	✗
42	✗	✗
43	✗	✗
44	✗	✗
45	✗	✗
46	✗	✗
47	✗	✗
48	✗	✗
49	✗	✗
50	✗	✗