

DELEGATURA UOKIK W KATOWICACH

Katowice, dnia 28.12.2009r.

RKT-410-03/07/MK

Decyzja nr RKT-43/2009

I. Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmian. Dz.U. Nr 99, poz. 660, Dz.U. Nr 171, poz. 1206, Dz.U. z 2008r. Nr 157, poz. 976, Dz.U. Nr 223, poz. 1458, Dz.U. Nr 227, poz. 1505, Dz.U. z 2009r. Nr 18, poz. 97) i § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 134, poz. 939), oraz § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 107, poz. 887), w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania antymonopolowego przeciwko Fabryce Farb i Lakierów „Śnieżka” SA w Lubzinie oraz następującym przedsiębiorcom:

1. AB Behcicki Sp. z o.o. we Wrocławiu,
2. Dariuszowi M. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Prezydenta Miasta Biała Podlaska z dnia 23.03.2007r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej (zmiana), jako P.H.U Art-Decor w Białej Podlaskiej,
3. Przedsiębiorstwu Handlowo-Usługowo-Produkcyjnemu „KIM” Sp. z o.o. w Warszawie,
4. „JASAM” Sp. z o.o. w Olsztynie,
5. „Remont” Przedsiębiorstwo Zaopatrzeniowe M.Markiewicz, A.Markiewicz, M.Markiewicz sp.j. w Słupsku,
6. Przedsiębiorstwu Wielobranżowemu „Elektro-Merc” Andrzej i Maria Rzepeccy sp.j. w Lublinie,
7. Kwasek i spółka sp.j. w Sandomierzu,
8. Firma Handlowa „Katpol” K.Chwałek i T.Chwałek sp.j. w Szczucinie,
9. „Firma Handlowo-Usługowa Mak-Chemia, M.Osiński i B.Półtorak-Osińska spółka jawna” w Elblągu,
10. Włodzimierzowi M. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Prezydenta Miasta Zawiercie z dnia 23.11.2004r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Handel Hurtowy s.c. „Z.W. M.” w Zawierciu,
Zofii M. prowadzącej działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Prezydenta Miasta Zawiercie z dnia 23.11.2004r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Handel Hurtowy s.c. „Z.W.M.” w Zawierciu,
11. Mirosławowi K. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Urzędu Miasta Gorzów Wielkopolski z dnia 17.12.2004r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, P.H.U. „EKO-CHEM” w Gorzowie Wielkopolskim,
12. Markowi M. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Prezydenta Miasta Łodzi z dnia 20.04.2007r. o zmianie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, jako Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe – Marek M. w Łodzi,
13. Markowi W. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Burmistrza Brzeska z dnia 06.06.2005r. o zmianie we wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Firma Handlowo-Produkcyjna „CHEMPAK” Skład Chemiczno-Budowlano-Metalowy w Brzesku,

14. Leszkowi Ć. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Urzędu Miejskiego w Sosnowcu, z dnia 10.12.2003r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe „Wellman” w Sławkowie,
15. Danucie Beacie W. prowadzącej działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Urzędu Miejskiego w Jaworznie z dnia 05.04.2004r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Firma Handlowo-Usługowa „Erfarb” w Jaworznie,
16. Przedsiębiorstwu Handlowemu „Kontrakt” Bernard Dyka, Łukasz Dyka sp.j. w Toruniu,
17. „FARBUD” Sp. z o.o. w Lublinie,
18. Stanisławowi O. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Urzędu Miasta Nowego Sącza z dnia 23.12.2004r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Firma „FARBOL” w Nowym Sączu,
19. Grupie Polskie Składy Budowlane SA w Busku-Zdroju,
20. Tadeuszowi Ć. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Wójta Gminy Żyraków z dnia 28.02.2006r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Przedsiębiorstwo-Produkcyjno-Handlowo-Usługowe „CHEMA-POL” w Dębicy,
21. „BAWA” Sp. z o.o. w Poznaniu,
22. Przedsiębiorstwu Handlowo-Usługowemu „PROMESA” Sp. z o.o. w Kielcach,
23. BENMAR Sp. z o.o. w Białymstoku,
24. Przedsiębiorstwu Wielobranżowemu „DOMEX” Tkaczyk i Tkaczyk sp.j. w Radomiu,
25. Arnoldowi Piotrowi M. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Burmistrza Strzelec Opolskich z dnia 27.09.2006r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe „MALEX” w Strzelcach Opolskich,
26. Grażynie S. prowadzącej działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 15.02.2007r. o dokonaniu zmiany wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, jako Hurtownia Materiałów Budowlanych i Chemicznych w Bukownie,
27. Piotrowi G. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Prezydenta Miasta Bielsko-Biała z dnia 23.08.2005r. o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe PIONEX w Bielsku-Białej,
28. Hurtowni Farb i Lakierów „CHEMAL” Sp. z o.o. w Dębicy,
29. TAHEMA Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe Sp. z o.o. w Tarnowskich Górach,
30. Sebastianowi Stanisławowi Z. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 08.12.2004r. Burmistrza Gminy i Miasta Nowe Skalmierzyce o dokonaniu zmiany wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, jako Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe „EKO-FARB” w Nowych Skalmierzycach,
31. Anicie Izabeli Sz. prowadzącej działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 27.03.2007r. Urzędu Miasta Gorzów Wielkopolski o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe MARDOM Anita Sz. w Gorzowie Wielkopolskim,
32. Przedsiębiorstwu „JURECZEK” Sp. z o.o. w Janowie Podlaskim,
33. „BAUSTOFF+METALL COLOR” Sp. z o.o. w Bydgoszczy,
34. CHEMIK J.D. Krieger sp.j. w Poznaniu,
35. Ryszardowi Bogdanowi M. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 28.12.2005r. Burmistrza Pruszcza Gdańskiego o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe „MIZERA” w Pruszczu Gdańskim,
36. ADAMEK BUD-CHEM PLUS sp.j. w Rudzie Śląskiej,
37. Towarzystwu Jednolitych Cen „TIC” SA w Katowicach,
38. Piotrowi K. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem Burmistrza Mrągowa o zarejestrowaniu w ewidencji działalności gospodarczej, jako Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „PANDA” Piotr K. w Mrągowie,
39. Ewie Ź. prowadzącej działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 06.04.2004r. Urzędu Miejskiego w Koszalinie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako PPHU „TECZA” Hurtownia Artykułów Budowlanych w Koszalinie,
40. „FARBEX” K.Tarkowski i Wspólnicy sp.j. w Ciechanowie,
41. „FARBACOL NORD” Sp. z o.o. w Zamościu,
42. Przedsiębiorstwu Handlowemu „CHEMIA” Sp. z o.o. w Gdańsku,

43. Halinie D. prowadzącej działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 02.12.2004r. Burmistrza Kraśnika o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako „MAL-OREX” Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowo-Produkcyjne w Kraśniku,
44. Zakładowi Usługowo-Handlowemu MARIA Bogusław Krawczak i Maria Krawczak sp.j. w Szczecinie,
45. „ZINO” Sp. z o.o. w Ząbkach,
46. Aleksandrze M. prowadzącej działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 15.05.2007r. Burmistrza Miasta Pionki o zmianie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, jako Aleksandra M. „MALUŚ” w Pionkach,
47. Romanowi B. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 02.12.2005r. Prezydenta Miasta Katowice o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako (...) w Katowicach,
48. „LAWA” – Firma Handlowa, B.Gortat, K.Gortat, spółka jawna w Łodzi,
49. „Mróz-Chemal” Sp. z o.o. w Rzeszowie,
50. Ireneuszowi W. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 16.04.2007r. Prezydenta Miasta Katowice o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Sewera Polska Chemia Ireneusz W. w Katowicach,
51. HEBAN-STEINHOF sp.j. w Krakowie,
52. Przedsiębiorstwu Handlu Chemikaliami „CHEMIA” SA w Poznaniu,
53. „KOSTA” Sp. z o.o. w Ustroniu,
54. „ZACISZE” SA w Warszawie,
55. Tadeuszowi M. prowadzącemu działalność gospodarczą zgodnie z zaświadczeniem z dnia 14.03.2005r. Burmistrza Miasta Dębicy o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jako Hurt i Detal „MALUX” w Dębicy,

a) Na podstawie art. 11 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się** za praktykę ograniczającą konkurencję zawarcie przez Fabrykę Farb i Lakierów „Śnieżka” SA w Lubzinie oraz wskazanych poniżej przedsiębiorców niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej farb, lakierów i wyrobów pomocniczych, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży towarów, poprzez ustalanie pomiędzy Fabryką Farb i Lakierów „Śnieżka” SA w Lubzinie oraz wskazanymi poniżej przedsiębiorcami w umowach handlowych dotyczącymi sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez FFIL „Śnieżka” SA w Lubzinie, cen sprzedaży tych towarów przez przedsiębiorców:

1. AB Behcicki Sp. z o.o. we Wrocławiu,
2. Dariusza M. P.H.U Art-Decor w Białej-Podlaskiej,
3. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowo-Produkcyjne „KIM” Sp. z o.o. w Warszawie,
4. „JASAM” Sp. z o.o. w Olsztynie,
5. „Remont” Przedsiębiorstwo Zaopatrzeniowe M.Markiewicz, A.Markiewicz, M.Markiewicz sp.j. w Słupsku,
6. Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „Elektro-Merc” Andrzej i Maria Rzepeccy sp.j. w Lublinie,
7. Kwasek i spółka sp.j. w Sandomierzu,
8. Firma Handlowa „Katpol” K.Chwałek i T.Chwałek sp.j. w Szczucinie,
9. „Firma Handlowo-Usługowa Mak-Chemia, M.Osiński i B.Półtorak-Osińska spółka jawna” w Elblągu,
10. Włodzimierza M. oraz Zofię M. Handel Hurtowy s.c. „Z.W. M.” w Zawierciu,
11. Mirosława K. P.H.U. „EKO-CHEM” w Gorzowie Wielkopolskim,
12. Marka M. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe – Marek M. w Łodzi,
13. Marka W. Firma Handlowo-Produkcyjna „CHEMPAK” Skład Chemiczno-Budowlano-Metalowy w Brzesku,
14. Leszka Ć. Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe „Wellman” w Sławkowie,
15. Danutę Beatę W. Firma Handlowo-Usługowa „Erfarb” w Jaworznie,
16. Przedsiębiorstwo Handlowe „Contrakt” Bernard Dyka, Łukasz Dyka sp.j. w Toruniu
17. „FARBUD” Sp. z o.o. w Lublinie,
18. Stanisława O. Firma „FARBOL” w Nowym Sączu,

19. Grupę Polskie Składy Budowlane SA w Busku-Zdroju,
20. Tadeusza Ć. Przedsiębiorstwo-Produkcyjno-Handlowo-Uslugowe „CHEMA-POL” w Dębicy,
21. „BAWA” Sp. z o.o. w Poznaniu,
22. Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe „PROMESA” Sp. z o.o. w Kielcach,
23. BENMAR Sp. z o.o. w Białymstoku,
24. Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „DOMEX” Tkaczyk i Tkaczyk sp.j. w Radomiu,
25. Arnolda Piotra M. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe „MALEX” w Strzelcach Opolskich,
26. Grażynę S. Hurtownia Materiałów Budowlanych i Chemicznych w Bukownie,
27. Piotra G. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe PIONEX w Bielsku-Białej,
28. Hurtownię Farb i Lakierów „CHEMAL” Sp. z o.o. w Dębicy,
29. TAHEMA Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Uslugowe Sp. z o.o. w Tarnowskich Górach,
30. Sebastiana Stanisława Z. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe „EKO-FARB” w Nowych Skalmierzycach,
31. Anitę Izabelę Sz. Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe MARDOM Anita Sz. w Gorzowie Wielkopolskim,
32. Przedsiębiorstwo „JURECZEK” Sp. z o.o. w Janowie Podlaskim,
33. „BAUSTOFF+METALL COLOR” Sp. z o.o. w Bydgoszczy,
34. CHEMIK J.D. Krieger sp.j. w Poznaniu,
35. Ryszarda Bogdana M. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Uslugowo-Handlowe „MIZERA” w Pruszczu Gdańskim,
36. ADAMEK BUD-CHEM PLUS sp.j. w Rudzie Śląskiej,
37. Piotra K. Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe „PANDA” w Mrągowie,
38. Ewę Ź. PPHU „TECZA” Hurtownia Artykułów Budowlanych w Koszalinie,
39. „FARBEX” K.Tarkowski i Wspólnicy sp.j. w Ciechanowie,
40. „FARBACOL NORD” Sp. z o.o. w Zamościu,
41. Przedsiębiorstwo Handlowe „CHEMIA” Sp. z o.o. w Gdańsku,
42. Halinę D. „MAL-OREX” Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowo-Produkcyjne w Kraśniku,
43. Zakład Usługowo-Handlowy MARIA Bogusław Krawczak i Maria Krawczak sp.j. w Szczecinie,
44. „ZINO” Sp. z o.o. w Ząbkach,
45. Aleksandrę M. „MALUŚ” w Pionkach,
46. Romana B. w Katowicach,
47. „LAWA” – Firma Handlowa, B.Gortat, K.Gortat, spółka jawna w Łodzi,
48. „Mróz-Chemal” Sp. z o.o. w Rzeszowie,
49. Ireneusza W. Sewera Polska Chemia Ireneusz W. w Katowicach,
50. HEBAN-STEINHOF sp.j. w Krakowie,
51. Przedsiębiorstwo Handlu Chemikaliami „CHEMIA” SA w Poznaniu,
52. „KOSTA” Sp. z o.o. w Ustroniu,
53. „ZACISZE” SA w Warszawie,
54. Tadeusz M. Hurt i Detal „MALUX” w Dębicy,

co stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie** jej stosowania przez ww. przedsiębiorców z dniem 01.01.2007r., za wyjątkiem Przedsiębiorstwa Handlowego „Contrakt” Bernard Dyka, Łukasz Dyka sp.j. w Toruniu, który **zaniechał stosowania** tej praktyki z dniem 06.05.2006r.

b) Na podstawie art. 105 ust. 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz. U. z 2000 r., Nr 98, poz. 1071 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów **umarza się jako bezprzedmiotowe** postępowanie antymonopolowe w sprawie zawarcia przez Towarzystwo Jednolitych Cen SA w Katowicach i Fabrykę Farb i Lakierów „Śnieżka” SA w Lubzinie niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej farb, lakierów i wyrobów pomocniczych, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży towarów, co może stanowić naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, poprzez ustalanie pomiędzy powyżej wskazanymi przedsiębiorcami w umowach handlowych dotyczących sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez FFiL „Śnieżka” SA w Lubzinie, cen sprzedaży tych towarów przez TIC SA.

c) Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się**, z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie I.a sentencji niniejszej decyzji, kary pieniężne na poniżej wskazanych przedsiębiorców w następującej wysokości na:

1. Fabrykę Farb i Lakierów „Śnieżka” SA w Lubzinie: 854 531 PLN (słownie: osiemset pięćdziesiąt cztery tysiące pięćset trzydzieści jeden złotych),
2. AB Bechcicki Sp. z o.o. we Wrocławiu: 303 247 PLN (słownie: trzysta trzy tysiące dwieście czterdzieści siedem złotych),
3. Dariusza M. P.H.U Art-Decor w Białej-Podlaskiej: 12 507 PLN (słownie: dwanaście tysięcy pięćset siedem złotych),
4. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowo-Produkcyjne „KIM” Sp. z o.o. w Warszawie: 147 936 PLN (słownie: sto czterdzieści siedem tysięcy dziewięćset trzydzieści sześć złotych),
5. „JASAM” Sp. z o.o. w Olsztynie: 171 800 PLN (słownie: sto siedemdziesiąt jeden tysięcy osiemset złotych),
6. „Remont” Przedsiębiorstwo Zaopatrzeniowe M.Markiewicz, A.Markiewicz, M.Markiewicz sp.j. w Słupsku: 11 337 PLN (słownie: jedenaście tysięcy trzysta trzydzieści siedem złotych),
7. Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „Elektro-Merc” Andrzej i Maria Rzepeccy sp.j. w Lublinie: 25 968 PLN (słownie: dwadzieścia pięć tysięcy dziewięćset sześćdziesiąt osiem złotych),
8. Kwasek i spółka sp.j. w Sandomierzu: 10 122 PLN (słownie: dziesięć tysięcy sto dwadzieścia dwa złote),
9. Firmę Handlową „Katpol” K.Chwałek i T.Chwałek sp.j. w Szczucinie: 28 430 PLN (słownie: dwadzieścia osiem tysięcy czterysta trzydzieści złotych),
10. „Firmę Handlowo-Usługową Mak-Chemia, M.Osiński i B.Półtorak-Osińska spółka jawna” w Elblągu: 103 457 PLN (słownie: sto trzy tysiące czterysta pięćdziesiąt siedem złotych),
11. Włodzimierza M. Handel Hurtowy s.c. „Z.W.M.” w Zawierciu: 1 678 PLN (słownie: tysiąc sześćset siedemdziesiąt osiem złotych), za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Zofia M. z Zawiercia,
12. Zofię M. Handel Hurtowy s.c. „Z.W.M.” w Zawierciu: 1 678 PLN (słownie: tysiąc sześćset siedemdziesiąt osiem złotych), za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Włodzimierz M. z Zawiercia,
13. Mirosława K. P.H.U. „EKO-CHEM” w Gorzowie Wielkopolskim: 2 269 PLN (słownie: dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt dziewięć złotych),
14. Marka M. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe – Marek M. w Łodzi: 84 348 PLN (słownie: osiemdziesiąt cztery tysiące trzysta czterdzieści osiem złotych),
15. Marka W. Firma Handlowo-Produkcyjna „CHEMPAK” Skład Chemiczno-Budowlano-Metalowy w Brzesku: 44 021 PLN (słownie: czterdzieści cztery tysiące dwadzieścia jeden złotych),
16. Leszka Ć. Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe „Wellman” w Sławkowie: 1000 PLN (słownie: tysiąc złotych),
17. Danutę Beatę W. Firma Handlowo-Usługowa „Erfarb” w Jaworznie: 12 278 PLN (słownie: dwanaście tysięcy dwieście siedemdziesiąt osiem złotych),
18. Przedsiębiorstwo Handlowe „Kontrakt” Bernard Dyka, Łukasz Dyka sp.j. w Toruniu: 1 348 PLN (słownie: tysiąc trzysta czterdzieści osiem złotych),
19. „FARBUD” Sp. z o.o. w Lublinie: 77 756 PLN (słownie: siedemdziesiąt siedem tysięcy siedemset pięćdziesiąt sześć złotych),
20. Stanisława O. Firma „FARBOL” w Nowym Sączu: 10 164 PLN (słownie: dziesięć tysięcy sto sześćdziesiąt cztery złote),
21. Grupę Polskie Składy Budowlane SA w Wełeczu, poczta: Busko-Zdrój: 2 069 810 PLN (słownie: dwa miliony sześćdziesiąt dziewięć tysięcy osiemset dziesięć złotych),
22. Tadeusza Ć. Przedsiębiorstwo-Produkcyjno-Handlowo-Usługowe „CHEMA-POL” w Dębicy: 3 197 PLN (słownie: trzy tysiące sto dziewięćdziesiąt siedem złotych),
23. „BAWA” Sp. z o.o. w Poznaniu: 125 091 PLN (słownie: sto dwadzieścia pięć tysięcy dziewięćdziesiąt jeden złotych),

24. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „PROMESA” Sp. z o.o. w Kielce: 96 686 PLN (słownie: dziewięćdziesiąt sześć tysięcy sześćset osiemdziesiąt sześć złotych),
25. BENMAR Sp. z o.o. w Białymstoku: 125 004 PLN (słownie: sto dwadzieścia pięć tysięcy cztery złote),
26. Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „DOMEX” Tkaczyk i Tkaczyk sp.j. w Radomiu: 10 357 PLN (słownie: dziesięć tysięcy trzysta pięćdziesiąt siedem złotych),
27. Arnolda Piotra M. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe „MALEX” w Strzelcach Opolskich: 24 406 PLN (słownie: dwadzieścia cztery tysiące czterysta sześć złotych),
28. Grażynę S. Hurtownia Materiałów Budowlanych i Chemicznych w Bukownie: 2 537 PLN (słownie: dwa tysiące pięćset trzydzieści siedem złotych),
29. Piotra G. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe PIONEX w Bielsku-Białej: 42 017 PLN (słownie: czterdzieści dwa tysiące siedemnaście złotych),
30. Hurtownię Farb i Lakierów „CHEMAL” Sp. z o.o. w Dębicy: 27 680 PLN (słownie: dwadzieścia siedem tysięcy sześćset osiemdziesiąt złotych),
31. TAHEMA Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe Sp. z o.o. w Tarnowskich Górach: 17 365 PLN (słownie: siedemnaście tysięcy trzysta sześćdziesiąt pięć złotych),
32. Sebastiana Stanisława Z. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe „EKO-FARB”, w Nowych Skalmierzycach: 1 643 PLN (słownie: tysiąc sześćset czterdzieści trzy złote),
33. Anitę Izabelę Sz. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe MARDOM Anita Sz., w Gorzowie Wielkopolskim: 5 432 PLN (słownie: pięć tysięcy czterysta trzydzieści dwa złote),
34. Przedsiębiorstwo „JURECZEK” Sp. z o.o. w Janowie Podlaskim: 5 191 PLN (słownie: pięć tysięcy sto dziewięćdziesiąt jeden złotych),
35. „BAUSTOFF+METALL COLOR” Sp. z o.o. w Bydgoszczy: 65 451 PLN (słownie: sześćdziesiąt pięć tysięcy czterysta pięćdziesiąt jeden złotych),
36. CHEMIK J.D. Krieger sp.j., w Poznaniu: 508 659 PLN (słownie: pięćset osiem tysięcy sześćset pięćdziesiąt dziewięć złotych),
37. Ryszarda Bogdana M. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe „MIZERA” w Pruszczu Gdańskim: 2 201 PLN (słownie: dwa tysiące dwieście jeden złotych),
38. ADAMEK BUD-CHEM PLUS sp.j., w Rudzie Śląskiej: 2 621 PLN (słownie: dwa tysiące sześćset dwadzieścia jeden złotych),
39. Piotra K. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „PANDA” Piotr K. w Mrągowie: 6 417 PLN (słownie: sześć tysięcy czterysta siedemnaście złotych),
40. Ewę Ź. PPHU „TĘCZA” Hurtownia Artykułów Budowlanych w Koszalinie: 46 618 PLN (słownie: czterdzieści sześć tysięcy sześćset osiemnaście złotych),
41. „FARBEX” K.Tarkowski i Wspólnicy sp.j. w Ciechanowie: 128 567 PLN (słownie: sto dwadzieścia osiem tysięcy pięćset sześćdziesiąt siedem złotych),
42. „FARBACOL NORD” Sp. z o.o. w Zamościu: 33 086 PLN (słownie: trzydzieści trzy tysiące osiemdziesiąt sześć złotych),
43. Przedsiębiorstwo Handlowe „CHEMIA” Sp. z o.o. w Gdańsku: 202 316 PLN (słownie: dwieście dwa tysiące trzysta szesnaście złotych),
44. Halinę D. „MAL-OREX” Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowo-Produkcyjne, w Kraśniku: 2 442 PLN (słownie: dwa tysiące czterysta czterdzieści dwa złote),
45. Zakład Usługowo-Handlowy MARIA Bogusław Krawczak i Maria Krawczak sp.j. w Szczecinie: 13 879 PLN (słownie: trzynaście tysięcy osiemset siedemdziesiąt dziewięć złotych),
46. „ZINO” Sp. z o.o. w Ząbkach: 167 668 PLN (słownie: sto sześćdziesiąt siedem tysięcy sześćset sześćdziesiąt osiem złotych),
47. Aleksandrę M. „MALUŚ” w Pionkach: 1 775 PLN (słownie: tysiąc siedemset siedemdziesiąt pięć złotych),
48. Romana B. w Katowicach: 4 369 PLN (słownie: cztery tysiące trzysta sześćdziesiąt dziewięć złotych),
49. „LAWA” – Firma Handlowa, B.Gortat, K.Gortat, spółka jawna w Łodzi: 21 960 PLN (słownie: dwadzieścia jeden tysięcy dziewięćset sześćdziesiąt złotych),
50. „Mróz-Chemal” Sp. z o.o. w Rzeszowie: 39 852 PLN (słownie: trzydzieści dziewięć tysięcy osiemset pięćdziesiąt dwa złote),

51. Ireneusza W. Sewera Polska Chemia w Katowicach: 397 049 PLN (słownie: trzysta dziewięćdziesiąt siedem tysięcy czterdzieści dziewięć złotych),
52. HEBAN-STEINHOF sp.j. w Krakowie: 258 036 PLN (słownie: dwieście pięćdziesiąt osiem tysięcy trzydzieści sześć złotych),
53. Przedsiębiorstwo Handlu Chemikaliami „CHEMIA” SA w Poznaniu: 35 759 PLN (słownie: trzydzieści pięć tysięcy siedemset pięćdziesiąt dziewięć złotych),
54. „KOSTA” Sp. z o.o. w Ustroniu: 57 487 PLN (słownie: pięćdziesiąt siedem tysięcy czterysta osiemdziesiąt siedem złotych),
55. „ZACISZE” SA w Warszawie: 269 245 PLN (słownie: dwieście sześćdziesiąt dziewięć tysięcy dwieście czterdzieści pięć złotych),
56. Tadeusza M. Hurt i Detal „MALUX” w Dębica: 6 065 PLN (słownie: sześć tysięcy sześćdziesiąt pięć złotych).

d) Na podstawie art. 77 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się obciążyć poniżej wskazanych przedsiębiorców kosztami opisanego w punkcie I.a postępowania w wysokości:

1. Fabrykę Farb i Lakierów „Śnieżka” SA w Lubzinie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
2. AB Behcicki Sp. z o.o. we Wrocławiu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
3. Dariusza M. P.H.U Art-Decor w Białej-Podlaskiej: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
4. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowo-Produkcyjne „KIM” Sp. z o.o. w Warszawie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
5. „JASAM” Sp. z o.o. w Olsztynie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
6. „Remont” Przedsiębiorstwo Zaopatrzeniowe M.Markiewicz, A.Markiewicz, M.Markiewicz sp.j. w Słupsku: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
7. Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „Elektro-Merc” Andrzej i Maria Rzepeccy sp.j. w Lublinie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
8. Kwasek i spółka sp.j. w Sandomierzu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
9. Firmę Handlową „Katpol” K.Chwałek i T.Chwałek sp.j. w Szczucinie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
10. „Firma Handlowo-Usługowa Mak-Chemia, M.Osiński i B.Półtorak-Osińska spółka jawna” w Elblągu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
11. Włodzimierza M. Handel Hurtowy „Z.W.M.” w Zawierciu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych), za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Zofia M.,
12. Zofia M. Handel Hurtowy „Z.W.M.” w Zawierciu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych), za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Włodzimierz M.,
13. Mirosław K. P.H.U. „EKO-CHEM” w Gorzowie Wielkopolskim: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
14. Marek M. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe – Marek M. w Łodzi: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
15. Marek W. Firma Handlowo-Produkcyjna „CHEMPAK” Skład Chemiczno-Budowlano-Metalowy w Brzesku: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
16. Leszka Ć. Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe „Wellman” w Sławkowie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
17. Danutę Beatę W. Firma Handlowo-Usługowa „Erfarb” w Jaworznie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
18. Przedsiębiorstwo Handlowe „Kontrakt” Bernard Dyka, Łukasz Dyka sp.j. w Toruniu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
19. „FARBUD” Sp. z o.o. w Lublinie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
20. Stanisława O. Firma „FARBOL” w Nowym Sączu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
21. Grupa Polskie Składy Budowlane SA w Wełczu, poczta: Busko-Zdrój: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
22. Tadeusza Ć. Przedsiębiorstwo-Produkcyjno-Handlowo-Usługowe „CHEMA-POL” w Dębicy: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
23. „BAWA” Sp. z o.o. w Poznaniu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),

24. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „PROMESA” Sp. z o.o. w Kielce: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
25. BENMAR Sp. z o.o. w Białymstoku: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
26. Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „DOMEX” Tkaczyk i Tkaczyk sp.j.w Radomiu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
27. Arnolda Piotra M. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe „MALEX” w Strzelcach Opolskich: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
28. Grażynę S. Hurtownia Materiałów Budowlanych i Chemicznych w Bukownie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
29. Piotra G. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe PIONEX w Bielsku-Białej: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
30. Hurtownię Farb i Lakierów „CHEMAL” Sp. z o.o. w Dębicy: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
31. TAHEMA Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe Sp. z o.o. w Tarnowskich Górach: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
32. Sebastiana Stanisława Z. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe „EKO-FARB”, w Nowych Skalmierzycach: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
33. Anitę Izabelę Sz. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe MARDOM Anita Sz., w Gorzowie Wielkopolskim: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
34. Przedsiębiorstwo „JURECZEK” Sp. z o.o. w Janowie Podlaskim: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
35. „BAUSTOFF+METALL COLOR” Sp. z o.o. w Bydgoszczy: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
36. CHEMIK J.D. Krieger sp.j., w Poznaniu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
37. Ryszard Bogdan M. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe „MIZERA” w Pruszczu Gdańskim: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
38. ADAMEK BUD-CHEM PLUS sp.j., w Rudzie Śląskiej: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
39. Piotra K. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „PANDA” Piotr K. w Mrągowie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
40. Ewę Ź. PPHU „TĘCZA” Hurtownia Artykułów Budowlanych w Koszalinie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
41. „FARBEX” K.Tarkowski i Wspólnicy sp.j. w Ciechanowie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
42. „FARBACOL NORD” Sp. z o.o. w Zamościu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
43. Przedsiębiorstwo Handlowe „CHEMIA” Sp. z o.o. w Gdańsku: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
44. Halinę D. „MAL-OREX” Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowo-Produkcyjne, w Kraśniku: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
45. Zakład Usługowo-Handlowy MARIA Bogusław Krawczak i Maria Krawczak sp.j. w Szczecinie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
46. „ZINO” Sp. z o.o. w Ząbkach: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
47. Aleksandrę M. „MALUŚ” w Pionkach: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
48. Romana B. w Katowicach: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
49. „LAWA” – Firma Handlowa, B.Gortat, K.Gortat, spółka jawna w Łodzi: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
50. „Mróz-Chemal” Sp. z o.o. w Rzeszowie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
51. Ireneusza W. Sewera Polska Chemia w Katowicach: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
52. HEBAN-STEINHOF sp.j. w Krakowie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
53. Przedsiębiorstwo Handlu Chemikaliami „CHEMIA” SA w Poznaniu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
54. „KOSTA” Sp. z o.o. w Ustroniu: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
55. „ZACISZE” SA w Warszawie: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),
56. Tadeusza M. Hurt i Detal „MALUX” w Dębica: 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych),

oraz **zobowiązuje się** tych przedsiębiorców do ich zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Uzasadnienie

W związku z uzyskanymi przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) w toku badania rynku krajowego farb i lakierów informacjami, pozwalającymi na przypuszczenie, iż FFiL „Śnieżka” SA w Lubzinie (zwana dalej „Śnieżką” SA) ustala w umowach handlowych zawieranych z Odbiorcami ceny minimalne odsprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, organ antymonopolowy przeprowadził postępowanie wyjaśniające w tej sprawie.

Ponieważ przeprowadzone postępowanie wyjaśniające potwierdziło przypuszczenia organu antymonopolowego, postanowieniem z dnia 14.12.2007r. zostało wszczęte z urzędu p-ko „Śnieżce” SA oraz jej odbiorcom wyszczególnionym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, postępowanie w sprawie zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej farb, lakierów i wyrobów pomocniczych, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży towarów, poprzez ustalanie pomiędzy „Śnieżką” SA oraz wyszczególnionymi w tym postanowieniu przedsiębiorcami (odbiorcami) w umowach handlowych dotyczących sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, cen sprzedaży tych towarów przez odbiorców, co może stanowić naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (karty od nr 1 do nr 5), o czym strony zostały zawiadomione pismem z tego samego dnia.

W ustosunkowaniu się do wszczęcia niniejszego postępowania „Śnieżka” SA w piśmie z dnia 27.12.2007r. (karty od nr 11 do nr 13) wskazała, iż nie zgadza się z postawionym jej zarzutem zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję. Zdaniem „Śnieżki” SA w uzasadnieniu postanowienia o wszczęciu tego postępowania organ antymonopolowy przedstawił jedynie fragment jednego z paragrafów umowy wspominający o dołożeniu należytej staranności, aby sprzedaż detaliczna wyrobów „Śnieżka” SA odbywała się w sugerowanych cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem. W ocenie tego przedsiębiorcy umowę należy interpretować całościowo a w szczególności § 5.2.6 tej umowy. Stąd też „Śnieżka” SA wskazała, iż intencją stron umowy było jedynie ustalenie, iż w ramach współpracy handlowej będą przestrzegane zasady uczciwej konkurencji zwłaszcza te określone wyraźnie w przepisach prawa. Ponadto w ocenie przedsiębiorcy zapis o jakim mowa w § 5.2.6 umowy dotyczy jedynie cen sugerowanych, a zatem takich, które zgodnie z prawem mogą być rekomendowane przez producenta. Odbiorca ma możliwość ostatecznego ustalenia ceny transakcyjnej w celu dalszej odsprzedaży, natomiast swoboda ta nie jest absolutna, „Śnieżka” SA nie może bowiem dopuścić do takiego znacznego obniżenia ceny, które byłoby niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów tj. przypadków sprzedaży po cenach dumpingowych, po rażąco niskich cenach prowadzących do naruszenia uczciwej konkurencji. Stąd też do zapisów umowy został wprowadzony zapis o możliwości rozwiązania umowy w przypadku powtarzającego się niestosowania odbiorcy do polityki handlowej „Śnieżki” SA. Przedsiębiorca ten wskazał również, iż w praktyce nie miało nigdy miejsca rozwiązanie umowy w oparciu o ww. przepis.

Pozostałe strony postępowania, w pismach skierowanych do organu antymonopolowego zajęły stanowisko, iż nie zgadzają się z zarzutami postawionymi przez organ antymonopolowy w postanowieniu o wszczęciu postępowania (karty od nr 15 do nr 268).

W szczególności Leszek Ć. z Sławkowa stwierdził (karta nr 17), iż samodzielnie ustalał ceny za sprzedawane przez siebie wyroby, o czym świadczą ceny zamieszczone na fakturach czy też cennikach tego przedsiębiorcy, odbiegające od cennika „Śnieżka” SA. Ponadto przedsiębiorca stwierdził, iż w relacjach z dużym i uznanym producentem mała hurtownia posiada znacznie słabszą pozycję kontraktową. To producent opracowuje treść umowy (o czym świadczy jednolity wzorzec) a

odbiorca może jedynie zgodzić się na jej postanowienia lub też zakończyć działalność. Ponadto na akceptację treści umowy przedłożonej przez „Śnieżkę” SA miał również wpływ brak obsługi prawnej.

Natomiast Ireneusz W. Sewera Polska Chemia w Katowicach stwierdził (karta nr 19), iż jego firma stosowała różne ceny na sprzedaż farb i lakierów, a nawet często były to ceny niższe o kilkanaście procent od cen cennikowych.

Z kolei „Mróz-Chemal” Sp. z o.o. w Rzeszowie stwierdziła (karta nr 31), iż kwestionowane przez organ antymonopolowy zapisy w umowie z „Śnieżką” SA dotyczyły jedynie przestrzegania zasad uczciwej konkurencji. Przedsiębiorca przesłał wykaz stosowanych przez niego cen, co ma być dowodem nie stosowania się do cen wynikających z cennika „Śnieżki” SA (karty od nr 164 do nr 267).

Natomiast FARBEX K.Tarkowski i Wspólnicy sp.j. w Ciechanowie, stwierdziła (karta nr 34), iż umowa przez nią zawarta ze „Śnieżką” SA w ogóle nie zawiera kwestionowanych przez organ antymonopolowy postanowień w tej umowie. Zapisy o jakich mowa w § 5.2.6 umowy, dotyczą jedynie cen sugerowanych oraz przestrzegania zasad uczciwej konkurencji poprzez niestosowanie cen nieuczciwych. Ponadto przedsiębiorca wskazał, iż sprzedaż towarów „Śnieżka” SA odbywa się według zasad ustalonych przez tego przedsiębiorcę, których efektem jest treść umowy. Są to zasady, które nie były w drodze jednostronnych postanowień modyfikowane. Na dowód nie stosowania porozumienia ograniczającego konkurencję przedsiębiorca przesłał kopie wystawionych przez siebie faktur, z których ma wynikać, iż nie stosował się do porozumienia.

Z kolei „Chemal” Sp. z o.o. w Dębicy uznała (karta nr 41), iż groźba zawarta w umowie o jej rozwiązaniu w przypadku nie zastosowania się do polityki handlowej jest jej zdaniem zgodna z prawem. Zdaniem przedsiębiorcy, przy ustalaniu cen kieruje się jedynie zasadami handlowymi w tym osiągnięciem jak największego zysku.

W ocenie natomiast innej strony tego postępowania tj. PW „Domex” Tkaczyk i Tkaczyk sp.j. w Radomiu (karta nr 49), kwestionowane przez organ antymonopolowy zapisy w umowie miały na celu jedynie zapobiec sprzedaży wyrobów „Śnieżka” SA po cenach dumpingowych, stąd też ceny detaliczne nie odbiegały od cennika producenta.

Adamek Bud-Chem Plus sp.j. w Rudzie Śląskiej (karta od nr 85 do nr 88), w ustosunkowaniu się do wszczęcia postępowania wskazała, iż nigdy w żaden sposób nie pozyskała informacji, o innych odbiorcach „Śnieżki” SA. Przedsiębiorca ten nigdy nie brał również udziału w żadnych spotkaniach z pozostałymi stronami postępowania oraz nie kontaktował się z nimi telefonicznie czy też w inny sposób. Przedsiębiorca stwierdził, iż nigdy nie była na niego wywierana presja w zakresie ustalania cen sprzedaży innym odbiorcom. Częstokroć przedsiębiorca sprzedawał towary poniżej ceny cennikowej, ale brano również pod uwagę narzucaną przez przepisy o rachunkowości i egzekwowaną przez organy skarbowe marżę 5% od ceny zakupu.

Natomiast w ocenie Ryszarda M. PUH „Mizera” w Pruszczu Gdańskim (karty od nr 90 nr 92) kwestionowane przez organ antymonopolowy zapisy w umowie mają na celu zapobiec eliminacji konkurencji. Wskazanie, iż cena odsprzedaży nie może rażąco odbiegać od cennika producenta bądź być rażąco niska nie powoduje eliminacji konkurencji. Zdaniem przedsiębiorcy utrzymanie poziomu cen powoduje, że konkurencja może obniżać ceny swoich wyrobów. Przedsiębiorca stwierdził, iż musiał zapewnić, aby cena odsprzedaży nie była niższa niż cena cennikowa. Skoro więc kupował towar po cenach cennikowych to trudno aby sprzedawał go taniej niż kupił.

Z kolei „TIC” SA w Katowicach w ustosunkowaniu się do wszczęcia postępowania (karta nr 110), wniosła o umorzenie w stosunku do niej prowadzonego postępowania, gdyż przedsiębiorca ten pismem z dnia 23.03.2005r. skierowanym do „Śnieżki” SA poinformował ją, iż uregulowania zawarte w § 5 pkt 5.2.6 umowy handlowej, mogą świadczyć o naruszeniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegających na ustalaniu cen odsprzedaży (karta nr 111). Dlatego też nie będzie on stosował się do tych postanowień.

Natomiast „Kosta” Sp. z o.o. w Ustroniu (karta nr 113), w ustosunkowaniu się do wszczęcia postępowania wskazała, iż kwestionowany przez organ antymonopolowy zapis w umowie został narzucony przez „Śnieżkę” SA a jej treść nie podlegała negocjacji. „Śnieżka” SA w trakcie podpisywania umowy twierdziła, iż zapis ten został zawarty w umowie w celu wyeliminowania wśród dystrybutorów nadmiernego i długotrwałego obniżania cen oraz w celu zapobiegania eliminowania z rynku podmiotów słabszych, które nie mogą sobie pozwolić na długotrwałe obniżki cen.

Przedsiębiorca stwierdził, iż „Śnieżka” SA nie kontrolowała wysokości cen jak też i nie stosowała sankcji za niestosowanie się do zapisów tej umowy.

Z kolei Grupa Polskie Składy Budowlane SA stwierdziła, iż kwestionowane przez organ antymonopolowy postanowienia umowne dotyczyły przede wszystkim stosowania cen dumpingowych. Ponadto w umowie nie przewidziano żadnego rygoru za niezastosowanie tych cen. Rygoru takiego nie stanowi § 13 pkt 3 umowy, gdyż przewiduje on jedynie, iż w przypadku rażącego nie zastosowania się do postanowień umowy, umowa ta może zostać rozwiązana. Ponadto przedsiębiorca wskazał, iż kwestionowane postanowienie umowne, nie dotyczy tego przedsiębiorcy, gdyż nie zajmuje się on sprzedażą detaliczną tych wyrobów. PSB SA sprzedają wyroby „Śnieżki” SA wyłącznie swoim akcjonariuszom, którymi są małe i średnie przedsiębiorstwa z branży budowlanej (karta nr: 1416). Ponadto przedsiębiorca wskazał na krótki czas obowiązywania umowy tj. 1 rok, co uniemożliwia naruszenie zasad konkurencji.

Ponadto z materiału dowodowego zgromadzonego w aktach sprawy wynika, iż zdaniem zdecydowanej większości odbiorców „Śnieżka” SA, nie doszło pomiędzy tymi przedsiębiorcami do zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu cen odsprzedaży.

Mianowicie ze stanowiska wyrażonego przez strony tego postępowania wynika, iż:

- zapisy w umowie nie miały wpływu na podejmowane przez nie decyzje cenowe (np. stanowisko: AB Behcicki Sp. z o.o. – karta nr: 1052, Dariusza M. – karta nr: 1084, Kwasek i Spółka sp.j. – karta nr 1205, Katpol sp.j. – karta nr 1279, „FHU MAK-CHEMIA M.Osiński i B.Półtorak – Osińska” sp.j. – karta nr 1289, Mirosława K. – karta nr 1313, Marka M. – karta nr 1320, PH Kontrakt B.Dyka, B.Dyka Ł.Dyka sp.j. – karta nr 1369, Farbud Sp. z o.o. – karta nr 1378, Stanisława Olszak – karta nr 1393, Tadeusza Ć. – karta nr 1433, BAWA Sp. z o.o. – karta nr 1454, PW „Domex” Tkaczyk i Tkaczyk sp.j. – karta nr 1676, Arnolda M. – karta nr 1684, Piotra G. – karta nr 1703, Baustoff+Metall Color Sp. z o.o. – karta nr 1745),

- ich decyzje cenowe nie spotkały się z sugestią „Śnieżki” SA co do ich ewentualnej nieprawidłowości ze względu na zapisy umowy handlowej (stanowisko AB Behcicki Sp. z o.o. - karta nr: 1052, Kwasek i Spółka sp.j. – karta nr 1205, BAWA Sp. z o.o. – karta nr 1454),

- nie spotkały ich za stosowane ceny żadne sankcje (stanowisko AB Behcicki Sp. z o.o. - karty nr: 1052, Dariusza M. – karta nr: 1084, Zofii M. i Włodzimierza M. – karty nr 1296, Mirosława K. – karty nr 1313, Marka M. – karta nr 1320, Baustoff + Metall Color Sp. z o.o. – karta nr 1745, Chemik Krieger – karta nr 1765, ZINO Sp. z o.o. – karta nr 1985),

- kwestionowane przez organ antymonopolowy zapisy w umowie handlowej były tylko sugestią a nie wskazywaniem cen minimalnych (twierdzenie Dariusza M. – karta nr: 1084, karta nr - 1137, PW „Elektro-Merc” Andrzej i Maria Rzepeccy sp.j. w Lublinie – karta nr 1195, Mirosława K. – karta nr 1313, Marka W. – karta nr 1325, Beaty W. FHU „ERFARB” – karta nr 1359, TAHEMA Sp. z o.o. – karta nr 1719),

- „Śnieżka” SA sugerowała jedynie aby ceny sprzedaży nie były cenami dumpingowymi (stanowisko Polskich Składów Budowlanych - karta nr: 1416, ZINO Sp. z o.o. – karta nr 1985, FH Lawa sp.j – karta nr 2025),

oraz iż

- zawsze działają zgodnie z postanowieniami umów (stanowisko P.W. Elektro-Merc - karta nr: 1195, Grażyny S. – karta nr 1695, ZUH Maria sp.j. – karta nr 1957).

Natomiast inny przedsiębiorca wskazał, iż „Śnieżka” SA nie narzucała oraz nie sugerowała cen odsprzedaży. Jednakże równocześnie przedsiębiorca stwierdził, iż ustalał ceny w ten sposób, że do cen z cennika doliczana jest marża (stanowisko Ewy Ż.- karta nr 1882). Tym samym z wyjaśnień tego przedsiębiorcy wynika, iż ustalał ceny zgodnie z uregulowaniami w umowie. Także i inny przedsiębiorca stwierdził, iż ustalał ceny zgodnie z umową (stanowisko Farbacol Nord Sp. z o.o. - karta nr 1903).

Ponadto Pani Anita Sz. „Mardom” w Gorzowie Wielkopolskim stwierdziła, iż „Śnieżka” SA wyznaczała marżę minimalną a niezastosowanie się do sposobu ustalania cen sprzedaży wyrobów opisanych w umowach handlowych, grozi zerwaniem umowy handlowej (karta nr 1731).

Należy również wskazać, iż jedna ze stron postępowania tj. TIC SA w korespondencji z organem antymonopolowym stwierdziła, że stosowała ceny rynkowe na sprzedaż wyrobów „Śnieżki” SA. Ponieważ jej zdaniem zapis zawarty w § 5.2.6 nie był jednoznaczny, przedsiębiorca wskazał, iż

postanowił wpisać do umowy handlowej obowiązującej na rok 2006r. treść „Nie stosować § 5 pkt 5.2.6 w zakresie w jakim narusza przepisy ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów” (karta nr 1813 i nr 1832).

Postanowieniem nr 2 z dnia 06.05.2008r. (karty od nr 3144 do nr 3148) organ antymonopolowy zaliczył w poczet dowodów niniejszego postępowania informacje i dokumenty zebrane w toku postępowania wyjaśniającego poprzedzającego wszczęcie niniejszego postępowania a w szczególności kopie umów zawartych pomiędzy „Śnieżka” SA oraz jej odbiorcami przekazanymi w toku postępowania, wzór umowy handlowej na rok 2007r. oraz informacje przekazane przez odbiorców tego przedsiębiorcy w postępowaniu wyjaśniającym.

Ponadto postanowieniem nr 3 z dnia 06.05.2008r. organ antymonopolowy na podstawie art. 69 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ograniczył w postępowaniu antymonopolowym, pozostałym stronom postępowania prawo wglądu do materiału dowodowego w zakresie wskazanym w sentencji tego postanowienia. Materiał dowodowy do którego ograniczono stronom prawo wglądu, a następnie zaliczony w poczet dowodów niniejszego postępowania stanowią m.in., zeznania o dochodzie składane przez tych przedsiębiorców do organów skarbowych, sprawozdania finansowe osób fizycznych lub spółek jawnych, informacje o wysokościach stosowanych marż czy też kopie umów handlowych zawartych pomiędzy „Śnieżka” SA a jej odbiorcami. „Śnieżka” SA w dniu 19.05.2008r. wniosła zażalenie na to postanowienie. W uzasadnieniu swojego zażalenia wskazała, iż jej zdaniem nieuzasadnione było ograniczanie prawa wglądu do materiału dowodowego w zakresie: kopii umów handlowych i załączników w tym (aneksów), sprawozdań finansowych oraz innych pism do których ograniczono prawo wglądu postanowieniem nr 3. Następnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanowieniem z dnia 03.11.2008r. (sygn. akt XVII AmZ 49/08) oddalił zażalenie „Śnieżki” SA na postanowienie nr 3.

„Śnieżka” SA w dalszej korespondencji składanej w toku postępowania podtrzymała swoje stanowisko, iż nie zgadza się z zarzutem zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję. W piśmie z dnia 29.05.2008r. (karta nr 3187) wskazała ona, iż zapis zawarty w § 5 ust. 2 pkt 6 umowy handlowej obowiązującej w 2006r. nie stanowił porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu cen minimalnych. Świadczą o tym jej zdaniem również twierdzenia stron postępowania, przedstawione w toku postępowania. Nie zgadza się również z twierdzeniem „Mardom” zawartym w piśmie z dnia 05.07.2007r., iż wyznaczała ceny minimalne. Dlatego też „Śnieżka” SA jak wynika z załącznika do pisma z dnia 29.05.2008r. (karta nr 3189) zwróciła się do dystrybutorów będących stronami tego postępowania o przesłanie organowi antymonopolowemu informacji oraz dokumentów potwierdzających wysokość stosowanych przez nich marż handlowych na sprzedaż wyrobów tego przedsiębiorcy w latach 2006-2007 w ujęciu porównawczym do marż stosowanych w przypadku sprzedaży detalicznej farb i lakierów innych producentów. W odpowiedzi na powyższe pismo „Śnieżka” SA, organ antymonopolowy otrzymał od niektórych jej dystrybutorów szereg informacji i dokumentów potwierdzających ich zdaniem swobodne ustalanie wysokości marż handlowych na sprzedaż wyrobów „Śnieżka” SA a tym samym nie zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję (karty od nr 3684 do nr 9172).

Pismem z dnia 30.01.2009r. (karty od nr 9511 do nr 9525) „Śnieżka” SA złożyła dalsze dodatkowe wyjaśnienia w tej sprawie. W pierwszej kolejności wskazała, iż jej zdaniem do porozumień będących przedmiotem niniejszego postępowania mają zastosowanie przepisy wyłączające z mocy prawa zakaz, o którym mowa w art. 6 ust.1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Ponadto zdaniem przedsiębiorcy zapisy zawarte w umowie handlowej nie wywarły w praktyce niepożądanych skutków rynkowych, o czym jej zdaniem ma świadczyć przedłożony raport rynkowy (karty od nr 10 289 do nr 10 336).

W piśmie tym „Śnieżka” SA zajęła również stanowisko co do zajmowanej przez nią pozycji rynkowej. Jej zdaniem na wyznaczonym w postanowieniu o wszczęciu postępowania rynku właściwym tj. krajowym rynku hurtowej sprzedaży farb i wyrobów pomocniczych, udział tego przedsiębiorcy liczony wartościowo w latach 2005-2007 nie przekroczył 30%. Z kolei zgodnie z § 9 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 19 listopada 2007r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz.U. Nr 230 poz.

1691), ocena zgodności klauzul umownych będących przedmiotem postępowania powinna zostać przeprowadzona w oparciu o przepisy tego rozporządzenia. Nadto rozporządzenie poprzednio obowiązujące z 2002r. w podobny sposób regulowało tą kwestię. W rozumieniu „Śnieżka” SA rozporządzenie to wyłącza spod zakazu przewidzianego w art. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, porozumienia wertykalne o ile spełnione są łącznie następujące warunki: udział rynkowy dostawcy na rynku właściwym nie przekracza 30% oraz klauzula nie należy do zamkniętego katalogu klauzul niedozwolonych przewidzianego w ww. rozporządzeniu. Ponieważ udział rynkowy „Śnieżka” SA nie przekracza 30%, pozostaje w ocenie tego przedsiębiorcy rozważenie czy powyższe rozporządzenie zakazuje ustalania cen. W ocenie „Śnieżka” SA rozporządzenie to zakazuje jedynie stosowania klauzul nakładających na nabywcę towarów (dystrybutora) obowiązek stosowania cen minimalnych lub cen o określonej wysokości (cen sztywnych). Z kolei zgodnie z § 8 pkt 1 rozporządzenia z 2002r. wyłączenie spod zakazu określonego w art. 6 ustawy, znajduje zastosowanie do klauzul, które ograniczają prawa nabywcy do ustalania ceny sprzedaży przez określenie przez dostawcę maksymalnych lub zalecanych cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem chyba, że ceny te w rzeczywistości mają charakter cen minimalnych lub są cenami o określonej wysokości tj. sztywnymi. Natomiast zapisy zawarte w § 5.2.6 umowy handlowej nie posiadały charakteru cen minimalnych lub sztywnych. Były natomiast cenami sugerowanymi, gdyż na dystrybutorach ciążył obowiązek dołożenia należytej staranności aby, ceny odsprzedaży nie odbiegały od cen sugerowanych przez spółkę. Brak było też w umowie mechanizmów, które pośrednio nakładałyby na dystrybutora obowiązek stosowania cen sugerowanych. Tym samym nie były to ceny sztywne czy też minimalne. Zdaniem „Śnieżka” SA w umowie handlowej dystrybutorzy byli zobowiązani jedynie do starannego działania, aby stosowane ceny nie odbiegały w istotny sposób od cen rekomendowanych opracowanych przez spółkę. Było to podyktowane przede wszystkim obawami o stosowane przez dystrybutorów cen dumpingowych, skutkującymi trudnościami w zakresie regulowania zobowiązań wobec „Śnieżki” SA przez niektórych dystrybutorów. Jednocześnie powyższy zapis w umowie miał zapobiec realnej groźbie dyskredytacji marki „Śnieżka” SA u odbiorców poprzez pozycjonowanie jej na szczeblu marek najtańszych wraz z produktami o niższej renomie. Stąd też „Śnieżka” SA w umowach handlowych inkorporowała zapisy, które z jednej strony nie ograniczałyby swobody ustalania cen, a z drugiej pozwalałyby chronić jej interesy. Tym samym zamiarem „Śnieżki” SA nie było zobowiązanie dystrybutorów do sprzedaży jej wyrobów po określonych cenach czy też cenach minimalnych. Zapisy zawarte w umowie odnoszą się do konieczności przestrzegania przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji stąd też trudno przyjąć, iż spółka chciała zapobiec naruszeniu przepisów tej ustawy, a z drugiej strony naruszyć przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. „Śnieżka” SA wskazała również, iż zgodnie z utrwaloną linią orzecznictwa sądów wspólnotowych, ocena antymonopolowa porozumień dystrybucyjnych powinna być dokonywana nie tylko poprzez pryzmat samych zapisów umownych, ale także z uwzględnieniem rzeczywistych intencji dystrybutora i dostawcy, jak orzekł Europejski Trybunał Sprawiedliwości w wyroku z dnia 06.01.2004r. w sprawie *Bundesverband der Arzneimittel-Importeure eV and Commission of the European Communities v. Bayer AG* oraz Sąd Pierwszej Instancji w wyroku w sprawie *T-208/01 Volkswagen AG v Komisja Europejska*.

„Śnieżka” SA w swoim piśmie powołała się również na utrwalone w doktrynie prawa cywilnego orzecznictwo, zgodnie z którym przy zobowiązaniach starannego działania, nie osiągnięcie przez dłużnika określonego „rezultatu”, nie stanowi naruszenia zobowiązania. Zdaniem tego przedsiębiorcy zobowiązanie dołożenia należytej staranności zostało inkorporowane do tej umowy w związku z zamiarem rekomendowania dystrybutorom cen odsprzedaży, które to rekomendacje są dozwolone, o ile pozostałe zapisy umowne nie pozbawiają ich charakteru niewiążących wskazówek. Stąd też zdaniem „Śnieżka” SA brak jest podstaw do uznania, iż ceny te były de facto wiążące dla dystrybutorów. Świadczy o tym wykładnia przedmiotowego zapisu zawartego w § 5.2.6 zgodnie, z którą na dystrybutorze spoczywało wyłącznie zobowiązanie do dołożenia staranności do stosowania ceny nie niższej niż sugerowana. Cena sugerowana nie została natomiast określona w sposób kwotowy ale poprzez jej odniesienie do cen cennikowych spółki. Z zapisu tego nie wynika, iż pomiędzy stronami został uzgodniony zakaz sprzedaży wyrobów „Śnieżka” SA poniżej cen sugerowanych. O braku woli stron do wprowadzenia obowiązku stosowania cen minimalnych świadczy również zdaniem „Śnieżka” SA brak mechanizmów, które bezpośrednio lub pośrednio przewidywałyby

obowiązek stosowania cen minimalnych np. poprzez dodatkowe korzyści należne dystrybutorom w przypadku ich zastosowania (np. upusty, atrakcyjne rabaty).

W dalszej kolejności „Śnieżka” SA wywodzi, iż umowa ta nie przewidywała również żadnych sankcji z tego tytułu. Sankcji takich nie można zdaniem „Śnieżki” SA wywieść z brzmienia § 13 umowy, gdyż zapis ten przewidywał możliwość rozwiązania umowy w przypadku rażącego naruszenia wynikających z niej obowiązków tj. powtarzającego niestosowania się dystrybutora do zasad uczciwej konkurencji lub polityki handlowej „Śnieżka” SA. W ocenie tego przedsiębiorcy zapis taki mieści się w regule swobody kontraktowej, zgodnie z którą istnieje możliwość dobierania swoich kontrahentów w celu zapewnienia niezakłóconej współpracy. „Śnieżka” SA wskazała, iż w analizowanym okresie nie miały miejsca żadne przypadki rozwiązania umowy w trybie § 13 umowy. Stanowisko takie potwierdza opinia prof. Jerzego B. dołączona przez „Śnieżka” SA (karta nr 9626-9527) do tego pisma, zgodnie z którą *„Tekst w ścisłym sensie ma raczej charakter zalecenia niż bezwzględnej obligacji...”*. Stąd też w ocenie „Śnieżka” SA zapisy zamieszczone w umowie handlowej należy uznać, za zapisy, które same w sobie nie mogą być dowodem za zawarcie niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję i nie stanowią naruszenia prawa konkurencji, polegającego na ustalaniu cen sztywnych czy też minimalnych, a organ antymonopolowy nie ma prawa uznać, iż istnieją inne niż określone w rozporządzeniu oraz ustawie klauzule umowne.

„Śnieżka” SA wskazała ponadto, iż nie prowadziła oraz nie prowadziła monitoringu cen odsprzedaży swoich produktów, a różnice cen sprzedaży jej wyrobów przez dystrybutorów były istotne. Ceny stosowane przez dystrybutorów były ustalane głównie w oparciu o warunki rynkowe oraz wysokość cen stosowanych przez konkurencję. Przekazywanie cen rekomendowanych nie doprowadziło zatem do wprowadzenia sztywnego poziomu cen czy też cen minimalnych. Nie wywołały tym samym negatywnych skutków rynkowych.

Ponadto pismem z dnia 26.06.2009r. (karty od nr 10 483 do nr 10 537) „Śnieżka” SA złożyła dodatkowe wyjaśnienia w tej sprawie, które w większości stanowią powtórzenie bądź uszczegółowienie przedstawionego wcześniej stanowiska tego przedsiębiorcy w toku postępowania.

Mianowicie w piśmie tym „Śnieżka” SA wskazała, po raz kolejny, iż w umowach handlowych zawieranych z odbiorcami istniała jedynie niewiążąca rekomendacja cenowa, dlatego też porozumienie to podlegało wyłączeniu na podstawie przepisów rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 13 sierpnia 2002r. w sprawie wyłączenia określonych porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję.

„Śnieżka” SA ponadto wskazała, iż w niniejszej sprawie nie została spełniona przesłanka porozumienia wynikająca z samej jego definicji (art. 4 pkt 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów) zgodnie, z którą przesłanką do istnienia porozumienia są uzgodnienia dokonane w jakiegokolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców, a także przesłanka faktycznego stosowania się do reguł określonych przez inne podmioty co zdaniem tego przedsiębiorcy wynika z wyroku SOKIK z dnia 10 maja 2006r. (sygn. akt XVII AmA 13/05). Natomiast kwestionowane przez organ antymonopolowy postanowienie umowne nie czynią zadość temu warunkowi, gdyż jak po raz kolejny powołuje się ten przedsiębiorca na opinię prof. Jerzego B., *„Tekst w ścisłym sensie ma raczej charakter zalecenia niż bezwzględnej obligacji”*. Oznacza to, iż ceny te są cenami rekomendowanymi, a spółka nie nakłada na odbiorcę obowiązku staranności ponad granice przewidziane i wyznaczone przez prawo. Jak dalej wskazała w tym piśmie „Śnieżka” SA, z powyżej opinii wynika, iż sformułowanie *„dołożenia w miarę możliwości oraz w zakresie dozwolonym obowiązującymi przepisami prawa”*, iż realizacja tego zalecenia jest w znaczny sposób zależna od oceny sytuacji przez odbiorcę oraz jego dobrej woli. W związku z tym nie można przyjmować, że strony cokolwiek uzgodniły, jeżeli tekst nie zawiera jednoznacznej dyspozycji do określonego działania, występują w tym zapisie sformułowania uzależniające realizację zalecenia od oceny sytuacji przez odbiorcę i od jego dobrej woli. W tekście tym użyto typowych prawniczych „słabych” sformułowań jak *w sposób znaczny i rażąco niskich*. Ponadto „Śnieżka” SA wskazała, iż należy dokonywać interpretacji - tłumaczenia tekstu prawnego zgodnie z regułami interpretacyjnymi, a jedną z takich zasad wynikającą z art. 65 § 2 k.c., jest zamiar strony umowy. Natomiast w przedmiotowej umowie naczelnym celem było uszanowanie zasad uczciwej konkurencji i właśnie poprzez pryzmat tego zapisu należy tłumaczyć te postanowienia umowne. Z kolei jak starała się w tym postępowaniu wykazać „Śnieżka” SA zamiarem stron nie było wprowadzenie cen sztywnych czyli naruszenie prawa antymonopolowego. Inna interpretacja w przedmiotowym stanie faktycznym jest w ocenie

przedsiębiorcy niedopuszczalna. „Śnieżka” SA w tym miejscu powołała się na orzecznictwo Sądu Najwyższego (karta nr 10 517) zgodnie, z którym wynik wykładni nie może nigdy unicestwić autonomii woli stron wyrażonej w wiążącym ich stosunku cywilnoprawnym. Ustalona bowiem przez strony w sposób swobodny i nieskrępowany treść umowy jest dla nich wiążąca, a ingerencja ustawodawcy i sądu oparta na podstawie art. 65 k.c. ma w obowiązującym stanie prawnym i współczesnym orzecznictwie charakter całkowicie wyjątkowy. „Śnieżka” SA wskazała również, iż jej zdaniem w przypadku wątpliwości interpretacyjnych pierwszeństwo ma wykładnia językowa. Ponieważ natomiast z opinii prof. J.B. wynika, iż treść kwestionowanego zapisu ma charakter zalecenia z nie obowiązku, zdaniem „Śnieżki” SA absurdem byłoby domniemanie antykonkurencyjnych zamiarów z zapisu, który nie wskazywał takich cech ani nie doprowadzał do takiego skutku.

Ponadto w ocenie „Śnieżka” SA dystrybutorzy działali w sposób wynikający z rynkowej konieczności. Jak wynika jej zdaniem z raportu „Kompleksowej analizy cen w grupie dystrybutorów farb marki Śnieżka” sporządzonej przez GfK Polonia Sp. z o.o. wykazywali oni dużą niezależność w kształtowaniu polityki cenowej, co z kolei doprowadziło do istotnych różnic w zakresie stosowanych cen odsprzedaży tj. stosowania marży w granicach od 2% do 43%. Stąd też w umowach handlowych nie doszło tak do ustalania cen minimalnych jak i ich elementów tj. marż handlowych, narzutów do cen, rabatów, upustów jak i innych składników kalkulacyjnych mających wpływ na ostateczny poziom cen.

„Śnieżka” SA w piśmie tym wyjaśniła również motywy jakimi kierowała się w zamieszczając w umowach kwestionowane przez organ zapisy. Mianowicie intencją spółki było stworzenie swego rodzaju parasola ochronnego przed znaną jej z wcześniejszego okresu odsprzedażą wyrobów po cenach dumpingowych, które jej zdaniem powodują tzw. „psucie marki” co również jest sprzeczne z ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Jako przykład przedsiębiorca wskazał dystrybutora, który sprzedaje towar po cenie poniżej kosztów w celu wyeliminowania innego dystrybutora, lub też do niezapłacenia producentowi określonej kwoty w celu doprowadzenia do własnej upadłości. Dodatkowo przedsiębiorca wskazał na motyw „psucia marki”, który polega na zaniżaniu cen odsprzedaży wyrobów poniżej kosztów zakupu przez dystrybutora w celu wyeliminowania jednego producenta, czego celem jest działanie na korzyść innego konkurencyjnego producenta. Przykładem powyższego może być doprowadzanie do tego samego poziomu cen sprzedaży towarów producenta A wytwarzającego dobre jakościowo towary z cenami producenta B wytwarzającego gorsze jakościowo wyroby. Producent A ponosi w tej sytuacji poważną szkodę, z uwagi na to, iż jego marka ulega deprecjacji, gdyż poprzez analogiczny poziom cen jest kojarzona z gorszym towarem producenta B, poprzez co jego marka ulega deprecjacji. Dlatego też przedsiębiorca ten wskazał, iż sprzedaż towarów poniżej kosztów jest bezwzględnie zakazana przez przepisy ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Ponadto „Śnieżka” SA wskazała, iż nie podjęła jakichkolwiek kroków wpływających na autonomię decyzyjną odsprzedawcy. Potwierdzeniem powyższego są zarówno oświadczenia dystrybutorów jak i załączniki do ww. „Kompleksowa analiza cen w grupie dystrybutorów farb produkowanych przez „Śnieżka” SA. Zdaniem przedsiębiorcy analiza danych zawartych w tabelach – załącznikach do raportu wyklucza istnienie jakiegoś klucza, według którego można byłoby ustalić wspólne dla dystrybutorów zachowania gdyż rozbieżność procentowa obniżki czy podwyżki cen jest ogromna, co potwierdza brak działań ograniczających konkurencję. Natomiast jak wynika z wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej SOKiK) z dnia 7 listopada 2005r. „stwierdzenie wskazanej w art. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (obecnie art. 6) praktyki następuje w drodze wykazania wspólnych uczestnikom porozumienia zachowań, nawet jeżeli na rynku tym nie ujawniają się antykonkurencyjne skutki takiego działania”. Natomiast jak wynika z ww. raportu, ceny stosowane przez tych przedsiębiorców były różne, nie ograniczały konkurencji gdyż uniemożliwiały przewidzenie polityki handlowej odbiorców, a nawet orientacyjnych kierunków zmian cen. Zdaniem „Śnieżki” SA gdyby doszło do uzgodnienia cen lub ich elementów tj. np. marż handlowych, zachowania rynkowe dystrybutorów przebiegałyby w sposób uzgodniony co byłoby stosunkowo łatwe do wykrycia przy pomocy metod statystycznych. Ponadto w ocenie „Śnieżka” SA określenie „ceny, które w sposób znaczny odbiegają” jest nieprecyzyjne i trudno jest określić w jaki sposób będą je interpretować pozostałe strony umów.

„Śnieżka” SA wskazała również, iż nie stosowała żadnych środków pośrednich prowadzących do ustalenia cen odsprzedaży, a jedynie rekomendowała ceny, co nie jest jednakże zakazane w świetle przepisów jak krajowego jak i europejskiego prawa ochrony konkurencji. Przedsiębiorca powołał się w tej kwestii na dokument Komisji Europejskiej „Wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych”, zgodnie z którymi kształtowanie cen odsprzedaży można jednak osiągnąć dzięki środkom pośrednim takim jak np. ustalanie maksymalnego poziomu upustu jakiego dystrybutor może udzielić od wymaganego poziomu cen, przyznania rabatu lub zwrotu kosztów promocji przez dostawcę od przestrzegania danego poziomu, monitorowanie cen czy też inne środki, na które powołuje się ten przedsiębiorca w tym piśmie. Wszystkie te środki pośrednie mogą być wykorzystane do tego aby ceny maksymalne lub zalecane działały jak kształtowanie cen odsprzedaży (KCO). Natomiast w ocenie „Śnieżka” SA w sprawie tej brak było stosowania takich środków jak monitorowania cen a w umowie nie zapisano ograniczeń w takich kwestiach jak ustalania minimalnej marży dystrybucji czy też maksymalnego poziomu upustu. „Śnieżka” SA nie stosowała również innych bardziej restrykcyjnych środków takich jak zastraszanie odbiorców. Stąd też brak jest podstaw do uznania, iż doszło do zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję.

W ocenie „Śnieżka” SA również dotychczasowe orzecznictwo Prezesa UOKiK nie wskazuje na to, iż doszło do zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję. Zdaniem przedsiębiorcy świadczy o tym chociażby stanowisko organu antymonopolowego wyrażone w decyzji nr RWR-42/2008, w którym organ ten stwierdził, iż „cel porozumienia można określić jako wolę jego uczestników wyrażoną w treści określonego dokumentu jak również to czego strony porozumienia wyraźnie nie określiły w umowie, ale zamierzają osiągnąć, a cel ten powinien zakładać eliminację, ograniczenie lub zniekształcenie konkurencji, aby porozumienie, któremu towarzyszy zostało uznane za niezgodne z prawem, co nie zostało spełnione w tej sprawie”.

„Śnieżka” SA wskazała, iż nawet jeśli przyjąć, iż zapis w umowie nie był zaleceniem ale obligacją do tzw. starannego działania to nie wystąpił tutaj rezultat w postaci stosowania cen uzgodnionych. Przedsiębiorca wskazał, iż również w innych decyzjach organu antymonopolowego, w treści decyzji wskazywano na rezultat w postaci uzgodnionego poziomu cen czy też elementów je ustalających jak np. zobowiązanie dystrybutorów do sprzedaży wyrobów po cenach nie niższych niż uzyskana cena zakupu podwyższona o marżę minimalną¹, ustalenie maksymalnej wysokości rabatu do dalszej dystrybucji². Natomiast w przedmiotowym postępowaniu ograniczenia takowe zawarte w umowach nie są zawarte, stąd też brak jest podstaw do uznania zawarcia porozumienia.

Ponadto w ocenie „Śnieżka” SA ograniczenia takie, same w sobie nie miały na celu ograniczenia konkurencji zarówno w ujęciu obiektywnym jak i subiektywnym i nie wywołały takiego skutku. Stąd też pomimo podzielenia stanowiska organu antymonopolowego, iż zakazane są porozumienia, których nie tylko skutkiem ale i celem jest ograniczenie konkurencji tj. ograniczenie suwerenności decyzyjnej przedsiębiorców. Jednakże zdaniem tego przedsiębiorcy w sprawie tej nie doszło zarówno w aspekcie obiektywnym jak i subiektywnym do ograniczenia suwerenności decyzyjnej przedsiębiorców (odbiorców), a konsumenci nie zostali pozbawieni wyboru najkorzystniejszej oferty.

„Śnieżka” SA powołała się również w swoim piśmie na jedno z orzeczeń ETS, zgodnie z którym „ustalenie ceny, nawet takiej która ma jedynie charakter rekomendacji ogranicza konkurencję, ponieważ umożliwia wszystkim uczestnikom rynku przewidzieć z dużym stopniem prawdopodobieństwa, jaka będzie polityka cenowa ich konkurentów, zwłaszcza jeśli istnieje możliwość przeprowadzenia kontroli i pociągnięcia do odpowiedzialności za ich stosowanie³”. W świetle powyższego wyroku natomiast nie doszło do ustalenia konkretnej ceny a odniesienie do cennika jest pojęciem nieostrym i dającym pole do szerokiej interpretacji i dowolności oraz nie daje podstaw do przewidzenia wysokości cen stosowanych przez innych dystrybutorów. Stąd też brak jest podstaw do uznania, iż w niniejszej sprawie doszło do ustalania cen sztywnych lub też minimalnych.

„Śnieżka” SA w piśmie tym wskazała również, iż nie podejmowała działań zmierzających do realizacji i egzekwowania rzekomego porozumienia.

¹ Decyzja nr RKT-79/2007, decyzja nr RKT-114/2008

² Decyzja nr RKR-32/2007, decyzja nr RPZ-50/2008

³ Wyrok ETS w sprawie 8/72 Vereeniging van Cementhandelaren (1972) ECR 977, par 21.

Ponadto przedsiębiorca ten wskazał na prezentowane w literaturze przedmiotu stanowisko, iż „cel porozumienia wynika zatem wprost z całokształtu albo przynajmniej z części postanowień umowy, przy czym dla jego oceny należy także uwzględnić okoliczności jego realizacji”⁴. Stąd też zdaniem „Śnieżka” SA nie ma potrzeby badać faktycznych skutków zawartego porozumienia, w razie braku podstaw do przyjęcia, że cel porozumienia jest jednoznacznie nastawiony na ograniczenie lub zakłócenie konkurencji. Natomiast jak twierdzi „Śnieżka” SA w przypadku gdy celem porozumienia nie jest ograniczenie konkurencji lub zostaną w tym zakresie zgłoszone wątpliwości, celowe jest ustalenie czy ustalenia wywołały taki skutek. W dalszej części tego pisma „Śnieżka” SA powołała się na reguły prakseologii tj. „teorii sprawnego działania” (por. Słownik języka polskiego pod red. M.Szymczaka, wyd. PWN, 1979r. Tom II, str. 907). Zgodnie z tą teorią zawarcie umowy jest czynnością prawną, a zatem strony, uczestnicy tego postępowania gdyby zawarły porozumienie w celu ograniczenia konkurencji, to po jej podpisaniu podjęłyby działania w celu osiągnięcia zamierzonego celu. Skutkiem tych działań byłoby ujednoczenie zachowań rynkowych uczestników porozumienia, a zatem zanik konkurencji pomiędzy nimi. Natomiast zdaniem „Śnieżka” SA z akt sprawy nie wynika aby odbiorcy objęci postępowaniem wprowadzili ceny odsprzedaży na farby i lakiery na poziomie sugerowanym przez tego przedsiębiorcę. W tym miejscu „Śnieżka” SA powołała się po raz kolejny na raport opracowany przez GFK Polonia, z którego wynika, iż rozpiętość cen sprzedaży była znaczna. Przedsiębiorca ten wskazał przede wszystkim na wyniki tego raportu, z których wynika, iż (karta od nr 10 506 do nr 10 508), przedziały marż dystrybutorów na poszczególnych produktach, wyraźnie są bardzo duże. Dotyczy to zarówno ujęcia produktowego jak i wśród dystrybutorów. Pozwala to na wyciągnięcie wniosku o dużej niezależności funkcjonowania w danym obszarze rynku (strona 4 raportu). Według raportu brak istotnie różnej marży w określonym procencie przypadków nie stanowi sam przez się dowodu na istnienie określonej prawidłowości, gdyż taki wynik procentowy może być rezultatem różnych nieuporządkowanych zjawisk. Ponadto daje się zaobserwować ogromną różnorodność w strukturach miesięcznych zmian cen produktów wśród różnych dystrybutorów. Brak jest przy tym wspólnych tendencji analizowanych zmian. Jak wynika z wyników tego raportu, brak jest zgodności w obrębie dystrybutorów. Dla wszystkich produktów widoczna jest duża rozbieżność zachowań w czasie, stąd też w ocenie osób sporządzających raport można stwierdzić, iż zachowania dystrybutorów cechowała niezależność. Ponadto wszystkie dokonane w ramach raportu analizy potwierdzają duże wahania cen sprzedaży zarówno pomiędzy dystrybutorami, jak i w badanym trendzie czasowym. Konkludując wyniki tego raportu „Śnieżka” SA wskazała, iż ceny cennikowe nie wykazują związku z konkurencyjnością ogólnej oferty dystrybutorów. Ceny były ustalane przez dystrybutorów w sposób zróżnicowany. Przeprowadzone analizy nie wykazały związku strategii cenowych poszczególnych dystrybutorów z ceną cennikową z uwagi na znikome oddziaływanie ceny cennikowej na ceny dystrybutorów. Przeprowadzona analiza według treści tego raportu dowodzi, że zachowania rynkowe dystrybutorów krajowych „Śnieżka” SA w okresie styczeń 2006 - grudzień 2007 w zakresie stosowanych cen i marż nie przebiegały w sposób uzgodniony. Stąd też zdaniem „Śnieżka” SA brak jest podstaw do uznania, iż odbiorcy działali na rynku w sposób uzgodniony, przeciwnie wyniki tego raportu wskazują na działania w zakresie ustania cen w sposób nieuporządkowany i chaotyczny. Stąd też wyniki tego raportu wskazują, iż celem działań „Śnieżka” SA oraz pozostałych stron tego postępowania, nie mogło być zawarcie niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję, gdyż w takim przypadku strony dążyłyby do realizacji tego celu. W konsekwencji powyższego należy uznać, iż w świetle zasad doświadczenia życiowego brak jest w tej sprawie jakichkolwiek zachowań faktycznych zmierzających do realizacji i egzekwowania rzekomej zмовы, co świadczy o tym, iż celem stron nie było uzgodnienie działań i ograniczenie konkurencji. Odmienne ustalenia faktyczne były sprzeczne z zasadami logiki i zasadami doświadczenia życiowego i prowadziłyby do absurdalnych rezultatów.

W dalszej części swojego pisma z dnia 26.06.2009r. „Śnieżka” SA po raz kolejny zajęła stanowisko w przedmiocie celu wprowadzenia do umowy handlowej zapisu kwestionowanego przez organ antymonopolowy w tym postępowaniu. Przedsiębiorca ten wskazał, iż celem spółki było aby sprzedaż jego wyrobów odbywała się z uwzględnieniem zasad uczciwej konkurencji. Przedsiębiorca ten dążył do inkorporowania w umowie zapisów, które z jednej strony nie prowadziłyby do ograniczenia swobody odbiorców w zakresie kształtowania swoich polityk cenowych, a z drugiej

⁴ T.Skoczny, W.Szpringer „Zakaz porozumień ograniczających konkurencję” Urząd Antymonopolowy, Warszawa 1996r.

strony aby pozwoliły na chronienie obiektywnie uzasadnionych interesów spółki. Intencją spółki było również rekomendowanie w sposób niewiążący dla dystrybutorów cen odsprzedaży, które nie naruszałyby przepisów prawa. „Śnieżka” SA stwierdziła, iż powodem zamieszczenia w umowach handlowych powyższego zapisu było nieuczciwe zachowanie na rynku niektórych odbiorców (karta nr 10 512). Z przykładu tego wynika, iż jeden z odbiorców w latach 2000/2001 pomimo posiadania zadłużenia względem „Śnieżka” SA, sprzedawał wyroby tego przedsiębiorcy po zaniżonych cenach co było zdaniem „Śnieżka” SA nieuzasadnione rynkowo. Dodatkowo mocna pozycja tego kontrahenta sprawiła, zaniżanie cen doprowadziło do sytuacji, w których oferta handlowa spółki stawała się niekorzystna dla innych podmiotów gospodarczych, które również zajmowały się sprzedażą jej produktów i ustalały ceny na realnym poziomie, przez co występowały problemy ze zbyciem tych wyrobów. Poprzez takie działania tj. sprzedaż wyrobów „Śnieżka” SA poniżej cen zakupu, przedsiębiorca ten nie uzyskał realnego zysku ze sprzedaży tych wyrobów, co doprowadziło do egzekucji komorniczej u tego przedsiębiorcy oraz ogłoszenia upadłości. Tego typu działania dotyczyły również innych kontrahentów tego przedsiębiorcy, a ich bezpośrednim skutkiem było uniemożliwienie sprzedaży produktów „Śnieżka” SA. Ponadto przedsiębiorca ten wskazał na praktyki odbiorców polegające na dodawaniu wyrobów tego przedsiębiorcy za symboliczną opłatą do wyrobów innych konkurencyjnych firm, co deprecjonowało markę handlową „Śnieżka” SA. Stąd też w celu ochrony marki tej firmy przed m.in. takimi zachowaniami, spółka podjęła decyzję o wprowadzeniu w szablonie stosowanej umowy handlowej uregulowania, które miały zapobiec takim zachowaniom na rynku oraz zwrócenia kontrahentom uwagi na konieczność przestrzegania przez nich zasad wynikających z obowiązujących przepisów prawa. W tym też celu zostały do umów handlowych wprowadzone uregulowania kwestionowane w tym postępowaniu przez organ antymonopolowy, mające na celu zapobieżenie takim praktykom.

„Śnieżka” SA w piśmie z dnia 26.06.2009r. wskazała również, iż przedsiębiorcy będący stroną tego postępowania w korespondencji kierowanej do organu antymonopolowego, stwierdzili iż przedsiębiorca ten nigdy nie narzucał ani też nie ingerował w inny sposób cen minimalnych dla sprzedawanych przez siebie wyrobów. Na poparcie powyższego „Śnieżka” SA przytoczyła świadczące o tym fragmenty korespondencji kierowanej przez tych przedsiębiorców do organu antymonopolowego (karty od nr 10 518 do nr 10 529). „Śnieżka” SA wskazała jeszcze raz, iż w żadnym z pism odbiorców nie ma mowy o narzucaniu cen, a pojawiają się jedynie informacje o cenach sugerowanych w ramach akcji promocyjnych.

W piśmie z dnia 26.06.2009r. „Śnieżka” SA wskazała również po raz kolejny, iż nigdy nie stosowała środków przymuszenia, wywierania presji lub odwetowych w stosunku do dystrybutorów, które miałyby na celu wymuszenia przestrzegania niewiążących zaleceń cenowych czy też zastosowanie sankcji za nie stosowanie się do zaleceń. Na poparcie swojej tezy przedsiębiorca powołał się na przykładowe wypowiedzi zawarte w pismach pozostałych stron postępowania (karty od nr 10529 do 10 532).

Ponadto „Śnieżka” SA niezależnie od przeświadczenia o legalności swoich działań, poinformowała, iż począwszy od 2008r. postanowiła wykreślić kwestionowany przez organ antymonopolowy zapis w umowie. Przesłanką podjęcia takiej decyzji było z jednej strony istotne zmniejszenie w opinii przedsiębiorcy działań dumpingowych oraz kwestia uniknięcia narażenia się na niebezpieczeństwo nadinterpretacji i błędnej interpretacji tych zapisów przez organy państwowe. Na poparcie swojej tezy przedsiębiorca ten przesłał wzory umów obowiązujących od 2008r. oraz kopie przykładowych umów zawartych w 2008r. oraz 2009r. (karty od nr 10 538 do nr 10 693).

„Śnieżka” SA w piśmie z dnia 26.06.2009r. wskazała również, iż w 2005r. otrzymała od Delegatury UOKiK w Katowicach obszernie pismo zawierające wezwanie do udzielenia odpowiedzi na ok. 55 szczegółowych pytań w tym m.in. prośbę przesłanie kopii trzech przykładowych umów dla każdego z kanału dystrybucji. W odpowiedzi na to pismo „Śnieżka” SA przesłała kopie trzech przykładowych umów obowiązujących w 2005r. wraz z aneksami, zawartych z odbiorcami i dystrybutorami. Zatem organ antymonopolowy miał wiedzę o treści zapisów umownych występujących w umowie handlowej już w 2005r., jednakże „Śnieżka” SA nie otrzymała wówczas żadnego pisma w tej sprawie, informującego o zaistnieniu jakichkolwiek wątpliwości w odniesieniu do stosowanych wzorców umów. W związku z tym „Śnieżka” SA pozostawała w tamtym okresie w uzasadnionym przeświadczeniu, iż organ antymonopolowy zapoznał się z stosowanym w spółce wzorem umowy handlowej i zaakceptowała go jako nie naruszający przepisów prawa. W

konsekwencji „Śnieżka” SA w dalszej praktyce zawierania umów handlowych według przyjętego wzoru działała w pełnym zaufaniu do organu państwa jakim jest Prezes UOKiK oraz do instytucji demokratycznego państwa. W ocenie „Śnieżka” SA brak jakichkolwiek działań w okresie niemal dwóch lat tj. od czerwca 2005r. do kwietnia 2007r. jest zdaniem przedsiębiorcy bardzo zastanawiający. Tego rodzaju praktyka narusza podstawowe zasady wyrażone w k.p.a.

Organ antymonopolowy pismem z dnia 17.04.2009r. (karta nr 9609) zwrócił się do „Śnieżka” SA o przekazanie informacji, czy pomiędzy tym przedsiębiorcą oraz pozostałymi stronami postępowania zachodzą jakiekolwiek powiązania kapitałowe. W odpowiedzi na powyższe pismo „Śnieżka” SA w piśmie z dnia 05.05.2009r. (karty od nr 9651 do nr 10006) złożyła obszernie wyjaśnienia w tej sprawie. Mianowicie jak wynika z udzielonych informacji uchwałą nr V/2003 z dnia 09.05.2003r. Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy „Śnieżka” SA w sprawie emisji obligacji zamiennych na akcje spółki, warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego oraz wyłączenia prawa poboru akcji (karta od nr 9655 do nr 9656), przedsiębiorca ten miał wyemitować łącznie nie więcej niż 17.625 obligacji zamiennych o wartości nominalnej 100 zł każda zamiennych na akcje zwykłe imienne serii C zwane dalej „Obligacjami”. Obligacje te miały zostać zaoferowane do nabycia indywidualnym adresatom w liczbie nie więcej niż 300, zgodnie z art. 9 pkt 3 ustawy o obligacjach. Obligacje, które nie zostaną zamienione na akcje zostaną wykupione przez „Śnieżka” SA nie później niż do dnia 30.06.2006r. Obligacje miały zostać wykupione za zapłatą kwoty pieniężnej równej ich wartości nominalnej. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy upoważniło Zarząd spółki m.in. do ustalenia ograniczeń, co do zbywalności obligacji lub wprowadzenia zakazu ich zbywania, co wymaga zatwierdzenia przez Radę Nadzorczą.

Zgodnie z ww. uchwałą obligatariuszom przysługiwało prawo do objęcia w zamian za posiadane obligacje akcji zwykłych imiennych serii C, o wartości nominalnej 100 zł. Prawo zamiany obligacji na akcje przysługiwało od 01.04.2006r. do 21.06.2006r. Prawo do zamiany obligacji na akcje mogło zostać zrealizowane w sposób określony w ustawie o obligacjach poprzez złożenie pisemnego oświadczenia o zamianie obligacji na akcje. Warunki dokonywania zamiany obligacji na akcje miały zostać ustalone w warunkach emisji obligacji. Na każde 100 zł wartości nominalnej obligacji miały przypadać w wyniku zamiany akcje o wartości nominalnej 100 zł. Akcje te miały prawa uczestniczyć w dywidendzie na warunkach określonych w § 3 pkt 6 tej uchwały. Z prawa poboru tych akcji zostali wyłączeni dotychczasowi akcjonariusze spółki.

Ponadto uchwałą nr X/2003 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy „Śnieżka” SA z dnia 09.07.2003r. w sprawie emisji obligacji zamiennych na akcje spółki, warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego oraz wyłączenia prawa poboru akcji (karta od nr 9656 do nr 9658), przedsiębiorca ten zamierzał wyemitować łącznie nie więcej niż 1.250 obligacji imiennych serii B o wartości nominalnej 100 złotych każda, zamiennych na akcje zwykłe serii C, zwanych dalej obligacjami. Podobnie jak w przypadku poprzednio opisanej uchwały, obligacje te miały zostać zaoferowane indywidualnym adresatom w liczbie nie większej niż 300. Obligacje, które nie zostaną zamienione na akcje miały zostać wykupione przez spółkę w terminie nie dłuższym niż do dnia 30.06.2006r. za zapłatą kwoty pieniężnej równej ich wartości nominalnej. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy upoważniło Zarząd spółki m.in. do ustalenia ograniczeń, co do zbywalności obligacji lub wprowadzenia zakazu ich zbywania. Każdemu z obligatariuszy zgodnie z § 2 uchwały, przysługiwało prawo do objęcia w zamian za posiadane obligacje akcji zwykłych imiennych serii C „Śnieżka” SA, o wartości nominalnej 100 złotych każda. Prawo do zamiany obligacji na akcje mogło zostać zrealizowane począwszy od dnia 01.04.2006r. do dnia 21.06.2006r. w sposób określony w ustawie o obligacjach poprzez złożenie pisemnego oświadczenia o zamianie obligacji na akcje. Na każde 100 zł wartości nominalnej obligacji przypadać będą w wyniku zamiany akcje o wartości nominalnej 100 złotych. Akcje te miały prawo uczestniczenia w dywidendzie na zasadach określonych w § 3 pkt 6 tej uchwały. Dotychczasowi akcjonariusze „Śnieżka” SA zostali wyłączeni z prawa poboru tych akcji (§ 4 uchwały). Obligacje miały zostać spłacone ze środków „Śnieżka” SA (§ 5.2.14.3 uchwały). Zgodnie z uchwałą nie istnieją zapisy, na podstawie, których zarząd może odmówić zamiany obligacji na akcje.

Na podstawie powyżej dwóch opisanych uchwał, posiadaczami obligacji serii A i B zostali niektórzy uczestnicy tego postępowania. *(Z uwagi na to, iż informacje dotyczące posiadaczy obligacji „Śnieżka” SA serii A i B oraz akcji powstałych po zamianie tych obligacji na akcje stanowią*

tajemnicę tych przedsiębiorców oraz „Śnieżka” SA oraz informacje te postanowieniem nr 5 z dnia 31.08.2009r., zostały objęte ograniczeniem prawa wglądu, streszczenie stanu faktycznego w tym zakresie zostało przedstawione załączniku nr 1 do tej decyzji).

Organ antymonopolowy w toku niniejszego postępowania uzyskał również informację, iż „Śnieżka” SA opracowała oraz przedłożyła odbiorcom do podpisu „Deklarację przestrzegania zasad sprzedaży” (zwana dalej: Deklaracją) zawartych w umowie handlowej. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił ustalić, czy ww. Deklaracja została rzeczywiście opracowana i czy była przedstawiana do podpisu przez „Śnieżka” SA jej odbiorcom. Dlatego też organ antymonopolowy zwrócił się do „Śnieżki” SA oraz do jej odbiorców o informacje w tym zakresie.

Z odpowiedzi uzyskanych od dużej części odbiorców wynika, iż Deklaracja nie była im przedstawiana do podpisu przez „Śnieżkę” SA. Część natomiast z przedsiębiorców stwierdziła, iż nie pamięta, czy taką Deklarację podpisywała oraz, iż nie posiada jej kopii w swoich dokumentach. Jeśli Deklaracja taka była podpisywana to bez ich udziału (karty nr: 10 342, 10 353, 10 373, 10 375, 10 399, 10 401, 10 405, 10 411, 10 415, 10 435, 10 441, 10 456).

Jedynie niektórzy z przedsiębiorców przyznali, iż podpisali taką Deklarację. Przykładowo przedsiębiorca Ireneusz W. z Katowic przyznał, iż podpisywał taką Deklarację, jednakże nie posiada jej w swoim archiwum. Deklaracja ta obowiązywała jego zdaniem tylko 7 dni tj. od 3 do 10 stycznia 2005r., kiedy to podpisano nową umowę ze „Śnieżka” SA (karta nr 10 379). Podobnie również AB Behcicki Sp. z o.o. w piśmie z dnia 13.05.2009r. wskazał, iż Deklaracja przestrzegania zasad sprzedaży została opracowana przez „Śnieżka” SA i obowiązywała wyłącznie za okres 2005r. W 2006r. (karta nr 10 281) Deklaracja ta już nie obowiązywała. Pomimo, iż w ww. piśmie AB Behcicki Sp. z o.o. uważał, iż Deklaracja obowiązywała cały 2005r. to po interwencji „Śnieżka” SA (karta nr 10 695) przedsiębiorca ten w piśmie skierowanym do organu antymonopolowego z dnia 03.08.2009r. stwierdził, iż obowiązywała jedynie do 10 stycznia 2005r. tj. do dnia podpisania nowej umowy handlowej pomiędzy „Śnieżka” SA a tym przedsiębiorcą (karta nr 10 715).

Z treści tej Deklaracji posiadanej przez organ antymonopolowy (karta nr 10 382) wynika, iż podpisało ją pięciu przedsiębiorców tj. Ireneusz W. w Katowicach, TIC SA, Arnold M. z Strzelec Opolskich, DIK Sp. z o.o. we Wrocławiu oraz AB Behcicki Sp. z o.o. we Wrocławiu. Treść tej Deklaracji wskazuje, iż osoby ją podpisujące zobowiązały się do przestrzegania zasad zawartych w umowie handlowej na rok 2005r. z „Śnieżka” SA, a w szczególności do sprzedawania wyrobów tego przedsiębiorcy z maksymalnym upustem 8% w detalu w okresach promocji oraz z maksymalnym 16% upustem dla sklepów (przy płatności gotówkowej 18% lub przelew 3 dni). Ponadto Deklaracja przewidywała, iż odbiorca sprzedający wyroby „Śnieżka” SA na niższe szczeble dystrybucji (podhurty) zobowiązany był do zapewnienia przestrzegania warunków wymienionych w pkt a i b (tj. maksymalnych upustów przekazywanych do detalu oraz minimalnych cen detalicznych w okresach promocji przez podhurty). Ponadto sprzedaż detaliczna wyrobów Dostawcy powinna odbywać się w cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem, o którym mowa w umowie handlowej. Deklaracja zabraniała również udzielania dodatkowych upustów „z dołu” (odroczone w czasie) punktom sprzedaży prowadzącym głównie sprzedaż detaliczną tj. sprzedaż do klienta ostatecznego.

Z kolei „Śnieżka” SA w zakresie dotyczącym okoliczności sporządzenia oraz podpisania powyżej wymienionej Deklaracji stwierdziła (karta nr 10 472), iż dokument ten został opracowany jako towarzyszący umowie handlowej z 03.01.2005r. Dokument powtarzał niektóre zapisy z umowy handlowej z 03.01.2005r. Deklaracja została przedstawiona do podpisu niektórym odbiorcom, przy czym „Śnieżka” SA nie jest w stanie ze względu na upływ czasu szczegółowo odtworzyć okoliczności tej sytuacji, liczbę i dane odbiorców. Wobec powzięcia istotnych wątpliwości co do zgodności z prawem niektórych jej zapisów oraz w konsekwencji zapisów wspomnianej Deklaracji, spółka zdecydowała się na niezwłoczne wycofanie umowy handlowej i zastąpienie jej nową z 10.01.2005r., która nie zawierała takich zapisów. Tym samym Deklaracja ta obowiązywała od 03.01.2005r. do 10.01.2005r. „Śnieżka” SA oświadczyła, iż ani w 2006r. ani w następnych latach nie opracowywała, ani nie przedstawiła do podpisu odbiorcom, ani w żaden inny sposób nie wykorzystwała „Deklaracji przestrzegania zasad sprzedaży”. Ponadto „Śnieżka” SA wskazała, iż w swojej dokumentacji nie posiada dokumentu Deklaracji ani w oryginale ani w kopiach, w związku z czym nie może go przedstawić.

Ponadto w toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy postanowieniem nr 4 z dnia 31.03.2009r. (karta nr 9539 do nr 9545) oraz postanowieniem nr 5 z dnia 31.08.2009r. (karty od nr 10724 do nr 10 729) ograniczył prawo wglądu do materiału dowodowego w zakresie wyszczególnionym w tych postanowieniach. W dniu 09.09.2009r. „Farbex” K.Tarkowski i wspólnicy sp.j. w Ciechanowie wnieśli zażalenie na postanowienie nr 5. Pismem z dnia 04.11.2009r. skierowanym do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, przedsiębiorca wycofał zażalenie na to postanowienie.

Zawiadomieniem z dnia 31.08.2009r. (karty od nr 10 719 do nr 10 723) organ antymonopolowy zawiadomił strony postępowania o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z materiałem zebrany w aktach sprawy.

W piśmie ustosunkowującym się do zebranego materiału dowodowego „Śnieżka” SA pottrzymała swoje stanowisko prezentowane w toku postępowania, iż nie zawarła niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję oraz podtrzymała argumenty przedstawione w jego toku.

Organ antymonopolowy ustalił co następuje

Z dokonanych przez organ antymonopolowy ustaleń wynika, iż „Śnieżka” SA w celu dystrybucji swoich wyrobów zawiera ze swoimi odbiorcami umowy handlowe. Umowy te były podpisane zgodnie z opracowanymi przez „Śnieżkę” SA wzorami umów handlowych obowiązujących na 2005r. (karty od nr 634 do nr 646) oraz na 2006r. (karty od nr 665 do nr 679). Umowy te obowiązywały do 31 grudnia danego roku i zawierały tożsame postanowienia.

Ponadto wszystkie umowy zawierane przez „Śnieżkę” SA z odbiorcami zarówno w 2005r. jak i w 2006r. zawierały tą samą treść i te same uregulowania w stosunku do wszystkich odbiorców. Zgodnie z postanowieniami tych umów (karty od nr 506 do nr 1046) celem ich jest określenie partnerskich zasad współpracy w zakresie sprzedaży wyrobów Śnieżka SA na rzecz odbiorcy.

Jak ustalił organ antymonopolowy „Śnieżka” SA zawarła na 2006r. umowy handlowe z następującymi odbiorcami:

- umowa z dnia 02.01.2006r. z AB Bechcicki Sp. z o.o. we Wrocławiu (karty od nr 506 do nr 516),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Dariuszem M. P.H.U Art-Decor w Białej-Podlaskiej (karty od nr 903 do nr 909),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Przedsiębiorstwem Handlowo-Usługowo-Produkcyjnym „KIM” Sp. z o.o. w Warszawie (karty od nr 815 do nr 822),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „JASAM” Sp. z o.o. w Olsztynie (karty od nr 747 do nr 753),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „Remont” Przedsiębiorstwo Zaopatrzeniowe M.Markiewicz, A.Markiewicz, M.Markiewicz sp.j. w Słupsku (karty od nr 939 do nr 947),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Przedsiębiorstwem Wielobranżowym „Elektro-Merc” Andrzej i Maria Rzepeccy sp.j. w Lublinie (karty od nr 701 do nr 707),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Kwasek i spółka sp.j. w Sandomierzu (karty od nr 558 do nr 565),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Firmą Handlową „Katpol” K.Chwałek i T.Chwałek sp.j. w Szczucinie (karty od nr 890 do nr 896),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „Firmą Handlowo-Usługową Mak-Chemia, M.Osiński i B.Półtorak-Osińska spółka jawna” w Elblągu (karty od nr 859 do nr 866),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Włodzimierzem M. oraz Zofią M. Handel Hurtowy s.c. „Z.W. M.” w Zawierciu (karty od nr 798 do nr 806),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Mirosławem K. P.H.U. „EKO-CHEM” w Gorzowie Wielkopolskim (karty od nr 932 do nr 938),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Markiem M. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe – Marek M. w Łodzi (karty od nr 724 do nr 730),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Markiem W. Firma Handlowo-Produkcyjna „CHEMPAK” Skład Chemiczno-Budowlano-Metalowy w Brzesku (karty od nr 925 do nr 931),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Leszkiem Ć. Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe „Wellman” w Sławkowie (karty od nr 807 do nr 813),

- umowa z dnia 02.01.2006r. z Danutą Beatą W. Firma Handlowo-Usługowa „Erfarb” w Jaworznie (karty od nr 917 do nr 924),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Przedsiębiorstwem Handlowym „Kontrakt” Bernard Dyka, Łukasz Dyka sp.j. w Toruniu – zaniechał w dniu 06.05.2006r. (karty od nr 897 do nr 902), rozwiązana z dniem 05.05.2006r. (karta nr 1368),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „FARBUD” Sp. z o.o. w Lublinie (karty od nr 768 do nr 782),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Stanisławem O. Firma „FARBOL” w Nowym Sączu (karty od nr 1040 do nr 1046),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Grupą Polskie Składy Budowlane SA w Busku-Zdroju (karty od nr 571 do nr 579),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Tadeuszem Ć. Przedsiębiorstwo-Produkcyjno-Handlowo-Usługowe „CHEMA-POL” w Dębicy (karty od nr 867 do nr 873),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „BAWA” Sp. z o.o. w Poznaniu (karty od nr 882 do nr 889),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Przedsiębiorstwem Handlowo-Usługowym „PROMESA” Sp. z o.o. w Kielcach (karty od nr 694-700),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z BENMAR Sp. z o.o. w Białymstoku (karty od nr 549-557),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Przedsiębiorstwem Wielobranżowym „DOMEX” Tkaczyk i Tkaczyk sp.j. w Radomiu (karty od nr 874 do nr 881),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Arnoldem Piotrem M. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe „MALEX” w Strzelcach Opolskich (karty od nr 830 do nr 836),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Grażyną S. Hurtownia Materiałów Budowlanych i Chemicznych w Bukowni (karty od nr 525 do nr 531),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Piotrem G. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe PIONEX w Bielsku-Białej (karty od nr 910 do nr 916),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Hurtownią Farb i Lakierów „CHEMAL” Sp. z o.o. w Dębicy (karty od nr 761 do nr 767),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z TAHEMA Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe Sp. z o.o. w Tarnowskich Górach (karty od nr 1018 do nr 1025),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Sebastianem Stanisławem Z. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe „EKO-FARB” w Nowych Skalmierzycach (karty od nr 956 do nr 963),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Anitą Izabelą Sz. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe MARDOM Anita Sz. w Gorzowie Wielkopolskim (karty 1010-1017),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z przedsiębiorstwem „JURECZEK” Sp. z o.o. w Janowie Podlaskim (karty od nr 964-870),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „BAUSTOFF+METALL COLOR” Sp. z o.o. w Bydgoszcz (karty od nr 851 do nr 857),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z CHEMIK J.D. Krieger sp.j. w Poznaniu (karty od nr 731 do nr 739),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Ryszardem Bogdanem M. Przedsiębiorstwem Produkcyjno-Usługowo-Handlowym „MIZERA” w Pruszczu Gdańskim (karty od nr 95 do nr 108, oraz od nr 948 do nr 955),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z ADAMEK BUD-CHEM PLUS sp.j. w Rudzie Śląskiej (karty od nr 986 do nr 993),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Piotrem K. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „PANDA” w Mrągowie (karty od nr 978 do nr 985),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Ewą Ź. PPHU „TECZA” Hurtownia Artykułów Budowlanych w Koszalinie (karty od nr 1033 do nr 1039),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „FARBEX” K.Tarkowski i Wspólnicy sp.j. w Ciechanowie (karty od nr 708 do nr 715),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „FARBACOL NORD” Sp. z o.o. w Zamościu (karty od nr 844 do nr 850)
- umowa z dnia 01.04.2006r. z Przedsiębiorstwem Handlowym „CHEMIA” Sp. z o.o. w Gdańsku (566-570),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Haliną D. „MAL-OREX” Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowo-Produkcyjne w Kraśniku (karty od nr 823 do nr 829),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Zakładem Usługowo-Handlowym Maria Bogusław Krawczak i Maria Krawczak sp.j. w Szczecinie (karty od nr 837 do nr 843),

- umowa z dnia 02.01.2006r. z „ZINO” Sp. z o.o. w Ząbkach (karty od nr 783 do nr 790),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Aleksandrą M. „MALUŚ” w Pionkach (karty od nr 1026 do nr 1032),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Romanem B. w Katowicach (karty od nr 1002 do nr 1009),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „LAWA” – Firma Handlowa, B.Gortat, K.Gortat, spółka jawna w Łodzi (karty od nr 791 do nr 797),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „Mróz-Chemal” Sp. z o.o. w Rzeszowie 541-548),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Ireneuszem W. Sewera Polska Chemia Ireneusz W. w Katowicach (karty od nr 21 do nr 29 oraz od nr 532 do nr 540),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z HEBAN-STEINHOF sp.j. w Krakowie (karty od nr 740 do nr 746),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Przedsiębiorstwem Handlu Chemikaliami „CHEMIA” SA w Poznaniu (karty od nr 971 do nr 977),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „KOSTA” Sp. z o.o. w Ustroniu (karty od nr 754 do nr 760),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z „ZACISZE” SA w Warszawie (karty od nr 517 do nr 524),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z Tadeuszem M. Hurt i Detal „MALUX” w Dębicy (karty od nr 994 do nr 1000),
- umowa z dnia 02.01.2006r. z TIC SA (karty od nr 716 do nr 723).

Zgodnie z postanowieniami tych umów współpraca pomiędzy „Śnieżka” SA oraz jej odbiorcami miała odbywać się *na zasadach lojalności i rzetelności kupieckiej i z poszanowaniem zasad uczciwej konkurencji* (§ 1.1.4, § 1.1.5 i § 2 umów).

Ponadto zgodnie z § 5 pkt 5.2.6 tych umów, *odbiorca zobowiązany był m.in. do dolożenia w miarę możliwości, z uwzględnieniem postanowień punktu 5.2.13 tej umowy oraz w zakresie dozwolonym obowiązującymi przepisami prawa starań, aby sprzedaż wyrobów „Śnieżka” SA na każdym ze szczebli dystrybucji odbywała się z uwzględnieniem zasad uczciwej konkurencji. Przejawiać się to powinno w zakazie stosowania cen nieuczciwych, za które uważane będą ceny, które w sposób znaczny odbiegają od cen cennikowych lub sugerowanych za wyjątkiem promocji, a także w zapobieganiu nieuzasadnionemu różnicowaniu cen wyrobów na każdym ze szczebli dystrybucji, (...) nie sprzedawania tych wyrobów po cenach dumpingowych lub rażąco niskich, zawierających nieuzasadnione lub/i zróżnicowane opusty, rabaty bądź inne instrumenty finansowe wpływające na cenę wyrobu, której stosowanie może stanowić czyn nieuczciwej konkurencji i wpływać na zachwianie równowagi rynkowej oraz zdrową konkurencję.* Jak wynika z umowy, powyższe zalecenia „Śnieżki” SA *podyktowane były w szczególności przepisami prawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jak i troską o dobre imię i pozycję rynkową tego przedsiębiorcy, które mogą doznać uszczerbku również poprzez dalsze działania odbiorcy.* Dalej ten punkt umowy zawiera uregulowanie, iż *odbiorca zobowiązuje się do uwzględnienia w swoich działaniach zaleceń wymienionych w zdaniach poprzednich oraz uprzedniego uzgadniania z „Śnieżką” SA stosowanych warunków umów przy wprowadzeniu wyrobów tego przedsiębiorcy na niższe szczeble dystrybucji w zakresie ich zgodności z zasadami uczciwej konkurencji oraz polityki handlowej „Śnieżki” SA, jak również dolożenia staranności aby sprzedaż detaliczna jej wyrobów odbywała się w sugerowanych cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem o jakim mowa w § 9 umowy tj. z cennikiem aktualnym w momencie podpisania umowy, który wszedł w życie w dniu wskazanym w tym punkcie umowy.* „Śnieżka” SA zobowiązała się w umowie do pisemnego powiadamiania odbiorców o każdorazowej zmianie cen na 30 dni przed rozpoczęciem obowiązywania nowych cen oraz przesłania pisemnego powiadamiania o szczegółach tej zmiany na 14 dni przed dniem rozpoczęcia ich obowiązywania. Ponadto cenniki „Śnieżka” SA były zamieszczane na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (karta nr 2048, 2064, 2081).

Z powyższych uregulowań wynika, iż odbiorcy „Śnieżki” SA zostali zobowiązani do ustalania cen sprzedaży detalicznej jej wyrobów po cenach nie niższych niż wynikające z opracowanego przez nią cennika.

Paragraf 5 tej umowy regulował ponadto, iż w przypadku sprzedaży wyrobów „Śnieżki” SA przez odbiorcę poza granicami kraju, odbiorca zwraca się z prośbą do „Śnieżki” SA aby w celu prowadzenia jednolitej polityki handlowej przez tego przedsiębiorcę na rynkach zagranicznych, o uprzednie uzgodnienie warunków tej sprzedaży oraz udzielonych cen w celu zgodności z ustaleniami przedstawionymi w zdaniach poprzednich.

Umowa ta regulowała ponadto w § 5 pkt 5.2.8 i pkt 5.2.10, iż „Śnieżka” SA *zastrzegła sobie prawo wglądu do dokumentów związanych ze sprzedażą przez odbiorców jej wyrobów oraz, iż na*

żądanie „Śnieżki” SA odbiorcy przekażą jej sprawozdania finansowe oraz sprawozdania statystyczne za wskazane przez nią okresy. Oznacza to, iż „Śnieżka” SA zastrzegła sobie w umowie prawo do m.in. wglądu do dokumentów odbiorcy związanych ze sprzedażą jej wyrobów.

Zgodnie z treścią § 5 pkt 5.2.13 umowy, odbiorcy byli również zobowiązani do przestrzegania polityki handlowej „Śnieżki” SA, a w szczególności zasad uczciwej konkurencji przejawiających się również w zakazie stosowania cen nieuczciwych, za które były uważane ceny, które w sposób znaczny odbiegają od cen cennikowych lub sugerowanych, za wyjątkiem okresów promocji.

Z kolei § 10 pkt 1 umowy przewidywał wysokość opustów podstawowych przyznanych przez „Śnieżkę” SA odbiorcom, w zależności od jego aktywności na rzecz „Śnieżki” SA, szerokości sprzedawanego asortymentu, przestrzegania sposobów płatności oraz przestrzegania pozostałych warunków handlowych ustalonych w tej umowie, w wysokości wskazanej w § 10 pkt 2 umowy. Jednakże zgodnie z § 10 pkt 5 tej umowy, w przypadku niestosowania się odbiorców do polityki handlowej „Śnieżki” SA, przedsiębiorca ten miał prawo do jednostronnej zmiany wcześniej ustalonych warunków handlowych. Oznacza to, iż nie stosowanie się przez odbiorcę do polityki handlowej „Śnieżki” SA mogło oznaczać utratę opusu podstawowego o jakim mowa w tym § 10 umowy. Umowa ta co prawda nie definiuje wprost co należy rozumieć pod pojęciem „polityki handlowej”, jednakże jak wynika z aneksów zawartych do tej umowy (szerzej omówionych poniżej), pod pojęciem tym „Śnieżka” SA rozumie rzetelne realizowanie postanowień zawartych w punktach 5.2.1-5.2.17 umowy handlowej, czyli m.in. postanowień o jakich mowa w jej pkt 5.2.6 tj. dotyczących ustalania cen odsprzedaży.

Ponadto § 13 pkt 13.3 umowy przewidywał, iż rażące naruszenie jej postanowień przez odbiorców, a w szczególności w razie powtarzającego się niestosowania odbiorców do zasad uczciwej konkurencji lub polityki handlowej „Śnieżki” SA, upoważniało tego przedsiębiorcę do jej rozwiązania ze skutkiem natychmiastowym. Tym samym powtarzające się nie stosowanie się przez odbiorcę m.in. do polityki handlowej „Śnieżki” SA w zakresie np. ustalania cen odsprzedaży mogło spowodować rozwiązanie tej umowy ze skutkiem natychmiastowym.

Do umowy tej „Śnieżka” SA oraz wszyscy jej odbiorcy będący stroną tego postępowania zawarli w dniu 02.01.2006r. aneksy o numerach 1, 2 i 3 o tej samej treści, różniące się co najwyżej wielkością opustów w zależności od wielkości sprzedaży wyrobów „Śnieżka” SA.

Aneks nr 1 dotyczył mianowicie uszczegółowienia zapisów zawartych w § 10 umowy tj. wielkości przyznanego odbiorcy opustu w zależności wielkości sprzedaży towarów „Śnieżka” SA w poszczególnych miesiącach roku. Jednakże aneks ten w § 2 pkt 9 przewidywał, iż wszelkie upusty mogą zostać wstrzymane przez „Śnieżkę” SA w przypadku naruszenia zasad uczciwej konkurencji lub/i zasad polityki handlowej tego przedsiębiorcy opisanych w punktach 5.2.1-5.2.17 umowy handlowej. Ponadto w przypadku wątpliwości co do zasad przestrzegania umowy handlowej odbiorca winien poddać się kontroli odpowiednich dokumentów przez „Śnieżkę” SA. Oznacza to, iż dodatkowe opusty przyznane przez „Śnieżkę” SA odbiorcom w aneksie nr 1, mogły zostać przez tego przedsiębiorcę wstrzymane w przypadku m.in. ustalania przez odbiorców cen odsprzedaży w sposób sprzeczny z pkt 5.2.6 umowy handlowej.

Z kolei aneks nr 2 przewidywał przyznanie odbiorcom dalszych, dodatkowych opustów kwartalnych od obrotów netto do określonej w tych aneksach wysokości, za należyte realizowanie przez odbiorcę polityki handlowej „Śnieżki” SA. Podstawowymi kryteriami oceny odbiorców w zakresie realizowania polityki handlowej „Śnieżki” SA było rzetelne realizowanie przede wszystkim umowy handlowej na rok 2006r. a zwłaszcza postępowanie zgodnie z postanowieniami punktów 5.2.1-5.2.17 tej umowy czyli postanowień dotyczących m.in. ustalania cen odsprzedaży jej wyrobów zawartych w punkcie 5.2.6. Tym samym także dodatkowe opusty przyznane przez „Śnieżkę” SA odbiorcom w aneksie nr 2, mogły im być cofnięte w przypadku nieprzestrzegania m.in. punktu 5.2.6 umowy handlowej.

Aneks nr 3 nie miał dla analizowanego porozumienia szczególnego znaczenia, dlatego też nie jest przez organ antymonopolowy szczegółowo analizowany w tej decyzji.

Powyższe ustalenia świadczą o tym, iż warunkiem przyznania przez „Śnieżkę” SA odbiorcom dodatkowego opustu w zależności od wysokości realizowanego przez nich obrotu wyrobami „Śnieżki” SA, było ustalanie przez nich cen odsprzedaży tych wyrobów zgodnie z zasadami polityki handlowej tego przedsiębiorcy w zakresie m.in. ustalania cen odsprzedaży określonych w pkt 5.2.6 umowy handlowej.

Jak wynika z ustaleń organu antymonopolowego, umowa handlowa zawierana pomiędzy „Śnieżką” SA oraz jej odbiorcami od 2007r. (karty od nr 484 do nr 492), była w zdecydowanej większości tożsama w uregulowaniach zawartymi w umowie obowiązującej w 2005r. jak i w 2006r. Nieznacznie zmieniono jedynie brzmienie § 5 tej umowy. W szczególności „Śnieżka” SA, w tym paragrafie umowy zobowiązała odbiorców do dołożenia staranności aby sprzedaż detaliczna jej wyrobów odbywała się w sugerowanych cenach, *które w sposób znaczny i nieuzasadniony nie będą odbiegać od ceny cennikowej wyrobu zgodnie z cennikiem*, o którym mowa w § 9 tej umowy, tj. cennikiem z dnia wskazanego w tym przepisie umowy. Zgodnie z § 13 wzoru umowy, została ona zawarta na okres od 02.01.2007r. do 31.12.2007r. W oparciu o powyższy wzór zostały podpisane umowy obowiązujące w 2007r. (karta od nr 327 do nr 483).

Tym samym „Śnieżka” SA w umowach handlowych obowiązujących w 2007r. w porównaniu do roku 2005r. oraz 2006r. zobowiązała odbiorców do stosowania cen nie odbiegających znacznie od cen cennikowych, zrezygnowała natomiast z zapisu, iż zobowiązuje odbiorcę do dołożenia staranności aby sprzedaż detaliczna jej wyrobów odbywała się w sugerowanych cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem o jakim mowa w § 9 umowy tj. z cennikiem aktualnym w momencie podpisania umowy, który wszedł w życie w dniu wskazanym w tym punkcie umowy obowiązującej w 2007r.

Jak wskazano to na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji pomiędzy „Śnieżką” SA oraz niektórymi stronami tego postępowania istnieją powiązania kapitałowe wynikające z emisji obligacji a następnie ich zamiany na akcje. Jednakże z uwagi na to, iż jak wskazano to na str. 21 niniejszej decyzji informacje te stanowią tajemnicę przedsiębiorcy, ustalenia organu antymonopolowego w tym zakresie przedstawione są w załączniku nr 1 do niniejszej decyzji.

Organ antymonopolowy zważył co następuje

I. a)

Interes publicznoprawny

Zarówno zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów obowiązującej do dnia 20.04.2007r., jak i obecnie obowiązującej ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów, organ antymonopolowy podejmuje działania w przypadku podejrzenia naruszenia przez przedsiębiorców interesu publicznego konkurentów i (lub) konsumentów. Wobec powyższego warunkiem niezbędnym do oceny działania danego przedsiębiorcy w świetle ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest wykazanie, iż jego działania naruszyły interes publicznoprawny konkurentów i (lub) konsumentów. W ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów brak jest definicji ustawowej co należy rozumieć poprzez interes publicznoprawny. Dlatego też kryterium dokonywania oceny czy w danej sprawie został naruszony interes publicznoprawny jest nieostre. Jednakże na tle dotychczasowego orzecznictwa antymonopolowego, wykształconego co prawda w czasie obowiązywania poprzedniej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ale zachowującego swoją aktualność również obecnie, utrwalił się pogląd, iż naruszenie interesu publicznoprawnego ma miejsce wówczas gdy działaniami, będącymi przedmiotem postępowania, zagrożony jest interes ogólnospołeczny, co może mieć miejsce m.in. wówczas, gdy skutkiem określonych sprzecznych z przepisami ustawy działań, dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku (*E.Modzelewska-Wachal. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz. Wyd. Twigger. Warszawa 2002r.*). Przykładowo należy wskazać na wyrok Sądu Najwyższego z dnia 29.05.2001r. (sygn. akt I CKN 1217/98), w którym to wyroku Sąd uznał, iż ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów ma służyć ochronie interesu ogólnospołecznego (publicznego) polegającego na zapewnieniu właściwych warunków funkcjonowania rynku gospodarczego, tj. prowadzenia przez przedsiębiorców działalności w warunkach konkurencji oraz możliwości swobodnego podejmowania decyzji co do warunków prowadzenia tej działalności. Rynek taki może jednak funkcjonować prawidłowo tylko jeśli zapewnione są warunki powstania i rozwoju

konkurencji. Jedynie w warunkach niezakłóconej konkurencji przedsiębiorcy i konsumenci mają gwarancję realizacji konstytucyjnej wolności gospodarczej i ochrony swoich praw. Istotą bowiem konkurencji jest współzawodnictwo przedsiębiorców w celu uzyskania przewagi na rynku, pozwalającej na osiągnięcie maksymalnych korzyści ekonomicznych ze sprzedaży towarów i usług oraz maksymalne zaspokojenie potrzeb konsumentów przy jak najniższej cenie. Decyduje o tym wolne i nieskrępowane działanie mechanizmów rynkowych w tym zapewnienie możliwości swobodnego podejmowania decyzji. Natomiast wszelkie formy uzgodnionych działań przedsiębiorców, których celem lub skutkiem jest ograniczenie wolności działalności gospodarczej uczestników rynków, jest naruszeniem reguł konkurencji i stanowi naruszenie przepisów ustawy.

Tym samym ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni konkurencję jako zjawisko o charakterze instytucjonalnym. Za zagrożenie lub naruszenie konkurencji w tym rozumieniu należy uznać więc takie działania, które dotyczą sfery interesów szerszego kręgu uczestników rynku gospodarczego, a więc gdy dotyczą konkurencji rozumianej nie jako sytuację pojedynczego przedsiębiorcy (konsumenta), lecz jako zjawisko charakteryzujące funkcjonowanie gospodarki. W takich przypadkach ingerencja organu antymonopolowego jest uzasadniona. Należy wskazać, iż przy ocenie, czy doszło w danej sprawie do naruszenia interesu publicznoprawnego, nie należy poprzestać na zbadaniu ewentualnych negatywnych skutków bezpośrednich kontrahentów danego przedsiębiorcy. Ale niezbędne jest spojrzenie szersze, uwzględniające także to, w jaki sposób działania przedsiębiorstwa odbijają się na interesach konsumentów bezpośredniego kontrahenta przedsiębiorstwa, co może skutkować naruszeniem interesu publicznoprawnego. W tym kontekście w ocenie organu antymonopolowego porozumienie cenowe, w tym porozumienie pomiędzy producentem oraz jego dystrybutorem (partnerem handlowym), zawsze wywołuje niekorzystne działania na rynku, zniekształcając ten rynek, ograniczając albo eliminując na nim konkurencję. Działania te naruszają więc interes ogólnospołeczny⁵.

W okolicznościach niniejszej sprawy oznacza to, iż warunkiem niezbędnym do oceny, czy porozumienie zawarte przez „Śnieżkę” SA z jej odbiorcami stanowi naruszenie przepisów ustawy, jest wykazanie, iż porozumienie to naruszyło interes publicznoprawny konkurentów i (lub) konsumentów.

Jak to przedstawiono na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, „Śnieżka” SA oraz jej odbiorcy w umowie handlowej obowiązującej w 2006r. oraz w towarzyszących jej aneksach (a także w 2005r.) ustalili, iż odbiorca będzie dokonywał sprzedaży detalicznej swoich wyrobów w sugerowanych cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem o jakim mowa w § 9 umowy tj. z cennikiem aktualnym w momencie podpisania umowy, który wszedł w życie w dniu wskazanym w tym punkcie umowy. Stąd też w ocenie organu antymonopolowego pomiędzy tymi przedsiębiorcami doszło do zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, co szczegółowo uzasadniono w dalszej części tej decyzji. Wskutek zawartego porozumienia odbiorcy byli zobligowani do sprzedaży wyrobów „Śnieżki” SA po cenach nie niższych niż cena wynikająca z cennika.

Omawiana praktyka doprowadziła do tego, iż odbiorców pozbawiono możliwości swobodnego kształtowania cen sprzedawanych przez siebie towarów. Natomiast skutki takich działań odczuła nieograniczona liczba klientów tych przedsiębiorców, którzy nabywali wyroby „Śnieżki” SA po cenach ustalonych pomiędzy stronami porozumienia. Wobec powyższego skutki zawarcia przez „Śnieżkę” SA oraz jej odbiorców były odczuwalne dla nieograniczonej liczby uczestników tego rynku, co uzasadnia twierdzenie, iż w niniejszej sprawie został naruszony interes publicznoprawny konkurentów i konsumentów.

Oznacza to, iż porozumienie zawarte pomiędzy „Śnieżką” SA oraz odbiorcami tego przedsiębiorcy może podlegać ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

⁵ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 24.07.2003r. I CKN 496/01, Dz.Urz. UOKiK 2004/1/283.

Rynek właściwy

Kolejnym warunkiem niezbędnym do oceny, czy przedsiębiorcy przeciwko którym wszczęto postępowanie naruszyli przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest zdefiniowanie rynku właściwego w tej sprawie, na którym doszło do zawarcia porozumienia.

Zgodnie z art. 4 pkt 9 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez rynek właściwy rozumie się rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji.

Tym samym elementami niezbędnymi do określenia rynku właściwego jest jego zdefiniowanie pod względem produktowym i geograficznym.

Rynek produktowy

Podstawowym kryterium wyznaczania rynku produktowego w danej sprawie jest zdefiniowanie towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości są uznawane przez nabywców za substytuty.

W ocenie organu antymonopolowego rynkiem produktowym w tej sprawie jest rynek wyrobów takich jak farby i lakiery oraz wyroby pomocnicze.

Farby i lakiery są wyrobami przemysłu chemicznego służącymi do pokrywania powierzchni powłokami w celach dekoracyjnych lub też w celu zabezpieczenia jej przed czynnikami zewnętrznymi np. korozją.

Pomimo tego, iż rynek właściwy definiowany jest zwykle przez organy ochrony konkurencji i konsumentów dosyć wąsko, tak aby został zidentyfikowany poziom konkurencji na rynku, to jednakże w niniejszej sprawie organ ustalił, iż rynek farb i lakierów należy uznać za jeden rynek produktowy. Prezes Urzędu na podstawie informacji uzyskanych w toku wspomnianego powyżej badania rynku od największych przedsiębiorców działających na rynku krajowym farb i lakierów ustalił, iż istnieje co prawda możliwość dokonania dalszej segmentacji farb i lakierów ze względu na ich przeznaczenie tj. na stosowane w budownictwie i przemyśle. Natomiast farby stosowane w budownictwie można podzielić na stosowane wewnątrz i na zewnątrz pomieszczeń oraz ze względu na rodzaj powierzchni tj. np. do ścian, podłóg, drewna czy też metalu. Jednakże pomimo ograniczonej substytutywności poszczególnych rodzajów farb i lakierów, organ antymonopolowy z uwagi na to, iż producenci farb i lakierów wytwarzają farby i lakiery o różnym przeznaczeniu, które są następnie dystrybuowane w ten sam sposób, ustalił, iż w rozpatrywanej sprawie uzasadnione jest uznanie, że farby i lakiery stanowią jeden rynek produktowy. Podobne stanowisko zajęła Komisja Europejska, która w sprawie koncentracji ICI/Williams (decyzja z dnia 29.04.1998r., nr IV/M.1167) uznała, iż rynek farb i lakierów może stanowić jeden rynek produktowy, pomimo ich różnego przeznaczenia oraz ograniczonej substytutywności. Ponadto ze względu na takie czynniki jak podobne właściwości, procesy wytwarzania, produkowanie przez poszczególnych producentów farb i lakierów tego samego asortymentu farb, podobny marketing, te same kanały dystrybucji oraz możliwość produkowania poszczególnych rodzajów farb i lakierów w oparciu o te same maszyny i tym samym łatwość w przestawieniu się przez producentów z produkcji jednego rodzaju farby na inną, można uznać, iż poszczególne rodzaje farb i lakierów stanowią jeden rynek produktowy i nie ma konieczności dokonywania dalszej segmentacji tego rynku. Stąd też organ antymonopolowy ustalił, iż uzasadnione jest w niniejszej sprawie przyjęcie, że wyroby te tworzą jeden rynek produktowy.

Ponieważ zapisy zawarte w umowach mówiące o obowiązku odsprzedaży wyrobów „Śnieżki” SA po określonych w nich cenach dotyczą wszystkich towarów produkowanych przez tego przedsiębiorcę, tak więc różnego rodzaju farb i lakierów oraz innych wyrobów używanych w trakcie malowania, takich jak np. bejce, kleje, utwardzacze, pokosty, impregnaty, szpachlówki, pianki, silikony czyli tzw. wyroby pomocnicze, które w trakcie pokrywania powłok używane są równolegle z farbami i lakierami (dowód: cenniki karty od nr 685 do nr 686), to na potrzeby niniejszego postępowania organ antymonopolowy uznał, iż wszelkiego rodzaju farby i lakiery oraz wyroby pomocnicze należy uznać za jeden rynek produktowy. Przemawia za tym przede wszystkim

oferowanie przez „Śnieżkę” SA swoim odbiorcom łącznie wszystkich tych wyrobów. Jedynie od uznania odbiorców zależał zakres asortymentu, w jaki zaopatrywali się ci przedsiębiorcy tj. nabywanie jedynie farb i lakierów, czy też i innych wyrobów pomocniczych używanych w trakcie malowania. Stąd też oferowanie łącznie niezależnych formalnie towarów, uzasadnia ich traktowanie jako jeden rynek produktowy (*E.Modzelewska-Wąchal. Ustawa o ochronie konkurencji i Konsumentów. Komentarz Wyd.Twigger. Warszawa 2002, str. 50*). Dlatego też zdaniem organu antymonopolowego uznanie dla potrzeb tego postępowania, iż farby i lakiery oraz wyroby pomocnicze tworzą jeden rynek produktowy, jest uzasadnione.

Za szerokim ujmowaniem tego rynku przemawia również orzecznictwo Komisji Europejskiej. Przykładowo w decyzjach Komisji (decyzja nr IV/M.009 - *Fiat Geotech/Ford New Holland*), za produktowy rynek właściwy została uznana dystrybucja traktorów, kombajnów oraz kosiarek, a zatem towarów funkcjonujących na różnych rynkach z punktu widzenia kupującego. Jednakże, skoro towary te są dystrybuowane przez tych samych dystrybutorów, Komisja uznała dalsze rozdrobnienie rynku za niecelowe. Podobnie również w sprawie *Linde AG/Fiat* (decyzja Komisji z 28.09.1992r.) uznano za jeden rynek produktowy dystrybucję samochodów, bez dalszej segmentacji rynku⁶. Podobne stanowisko w kwestii określenia rynku właściwego zajął również organ antymonopolowy, który w jednej z decyzji uwzględniając szczebel obrotu, uznał za właściwy rynek produktowy dystrybucję kotłów grzewczych, mimo tego, że z punktu widzenia finalnego odbiorcy rynek ten mógłby podlegać dalszej segmentacji⁷. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów rozpatrując odwołanie od tej decyzji, podtrzymał ustalenia Prezesa Urzędu co do właściwego rynku produktowego w tej sprawie. Wskazał także, iż przy określaniu rynku produktowego należy m.in., obok towaru na nim oferowanego, wziąć pod uwagę fazę obrotu towarowego (zbyt, hurt, detal) oraz określić, w jakim zakresie uczestnicy rynku poddani są współzawodnictwu ze strony konkurencji⁸.

Stąd też organ antymonopolowy uznał w rozpatrywanej sprawie za uzasadnione uwzględnienie przy określaniu rynku produktowego, również fazy obrotu tymi wyrobami. Z uwagi na to, iż ustalanie ceny odsprzedaży wyrobów „Śnieżka” SA odbyło się pomiędzy producentem farb i lakierów a odbiorcami nabywającymi hurtowo te wyroby, organ antymonopolowy uznał, iż rynkiem produktowym w tej sprawie jest rynek sprzedaży hurtowej farb, lakierów i wyrobów pomocniczych.

Rynek geograficzny

Biorąc pod uwagę definicję rynku właściwego wynikającą z art. 4 pkt 9 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, rynkiem geograficznym właściwym w danej sprawie jest obszar na którym biorąc pod uwagę bariery dostępu do tego rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji.

W ocenie organu antymonopolowego rynkiem właściwym w niniejszej sprawie w ujęciu geograficznym dla sprzedaży hurtowej farb i lakierów oraz wyrobów pomocniczych jest rynek krajowy. Jak ustalił organ antymonopolowy w postępowaniu wyjaśniającym dotyczącym badania rynku farb i lakierów (RKT-401-02/06/MK), w Polsce prowadzi działalność kilka koncernów zagranicznych produkujących tego rodzaju wyroby takie jak np. ICI, Akzo-Nobel, Sigma, Tikkurila. Ponadto brak jest barier celnych wewnątrz krajów Unii Europejskiej utrudniających import tych towarów. Jednakże z przeprowadzonego przez organ antymonopolowy badania rynku wynika, iż zdaniem większości przedsiębiorców działających na rynku polskim produkcji i sprzedaży hurtowej tych wyrobów, rynek ten jest rynkiem krajowym. Wynika to jak wskazali w trakcie badania rynku ankietowani przedsiębiorcy z faktu, iż przed wprowadzeniem do obrotu na rynek polski farb i lakierów, istotne jest uzyskanie odpowiednich atestów i pozwoleń organów krajowych takich jak np. Polskiego Zakładu Higieny oraz uzyskania certyfikatu zgodności z Polską Normą lub Aprobaty Technicznej Instytutu Techniki Budowlanej.

Ponadto argumentem przemawiającym za tym, iż rynek farb i lakierów jest rynkiem krajowym przemawia strona popytowa tego rynku, gdyż zarówno tacy odbiorcy jak hipermarkety budowlane jak

⁶ S. Gronowski, *Ustawa Antymonopolowa Komentarz*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 1999,

⁷ Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 2 września 2004 r., nr RPZ 21/2004

⁸ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 marca 2006 r., sygn. akt XVII AmA 130/04

też i hurtownie chemiczne, w zdecydowanej większości zaopatrują się u rodzimych producentów. W części jest to z pewnością spowodowane tym, że finalni odbiorcy tj. konsumenci są przywiązani do rodzimych producentów działających od wielu lat na rynku polskim takich jak Polifarb Cieszyn-Wrocław SA (obecna nazwa PPG Polifarb Cieszyn SA a wcześniej: SigmaKalon Cieszyn SA) i czy też „Śnieżka” SA, których to wyroby od wielu lat cieszą się zaufaniem konsumentów (w związku z czym posiadają znaczny udział na tym rynku) jak też i niższymi cenami krajowych producentów.

Ostatecznie organ antymonopolowy uznał, iż rynek farb i lakierów a w szczególności szczebel sprzedaży hurtowej farb i lakierów wykazuje cechy rynku krajowego, za czym przemawia przede wszystkim przywiązanie konsumentów do krajowych marek oraz nabywanie zarówno przez sieci handlowe jak i hurtownie chemiczne farb i lakierów rodzimej produkcji.

Stanowisko to jest zgodne również z orzecznictwem Komisji Europejskiej. W decyzji z dnia 29.04.1998r. w sprawie koncentracji ICI/WILLIAMS (Case No IV/M.1167), Komisja nie przesądziła co prawda ostatecznie tej kwestii ale uznała, iż dla rynku farb i lakierów właściwym rynkiem geograficznym jest rynek krajowy z uwagi na relatywnie niską wymianę handlową pomiędzy krajami oraz różnice w wysokości cen w poszczególnych krajach.

Powyższe stanowisko dotyczące rynku geograficznego sprzedaży hurtowej farb i lakierów znalazło również swoje odzwierciedlenie w dotychczasowym orzecznictwie organu antymonopolowego dotyczącym tego rynku produktowego⁹ jak i wyroku Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów¹⁰.

Powyższe ustalenia odnoszą się również do wyrobów pomocniczych farb i lakierów, z uwagi przede wszystkim na to, iż każdy z producentów produkuje tego rodzaju wyroby równolegle do produkcji farb i lakierów i są one sprzedawane pakietowo tj. łącznie z farbami i lakierami, co potwierdza również treść umowy pomiędzy „Śnieżką” SA a odbiorcami tego przedsiębiorcy.

Biorąc pod uwagę powyższe ustalenia organ antymonopolowy uznał, iż rynkiem właściwym w tej sprawie jest rynek krajowy sprzedaży hurtowej farb i lakierów oraz wyrobów pomocniczych.

Istota i skutki zawartego porozumienia

Stronom niniejszego postępowania został postawiony zarzut zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej farb, lakierów i wyrobów pomocniczych, polegającego na ustalaniu w umowach handlowych na rok 2006r. (a także i wcześniej w 2005r.) pomiędzy „Śnieżką” SA oraz jej odbiorcami minimalnych cen odsprzedaży towarów, co w ocenie organu antymonopolowego stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 4 pkt 5 i pkt 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez porozumienia rozumie się umowy zawierane między przedsiębiorcami lub związkami przedsiębiorców albo niektóre postanowienia tych umów, a także uzgodnienia dokonane w jakiegokolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub też uchwały i inne akty zawiązków przedsiębiorców lub ich organów. Szczególnym rodzajem porozumień są porozumienia dystrybucyjne zawierane między przedsiębiorcami działającymi na różnych szczeblach obrotu, których celem jest zakup towarów dokonywany z zamiarem ich dalszej odsprzedaży.

Porozumienia takie są zakazane zgodnie z art. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jeśli ich celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie konkurencji. Tym samym ustawodawca przewidział, iż dla uznania porozumienia za ograniczające konkurencję wystarczające jest wykazanie, iż celem lub skutkiem zawartego porozumienia było naruszenie reguł konkurencji na rynku.

Dla określenia celu porozumienia podstawowe znaczenie ma obiektywny cel umowy, a nie subiektywne wyobrażenia jej stron o celach czy motywach działania. Stąd też warunkiem wystarczającym do stwierdzenia zawarcia porozumienia, jest wykazanie, iż przedsiębiorcy zrezygnowali ze swej suwerenności decyzyjnej lub jej części poprzez np. zawarcie w umowie

⁹ Np. decyzja nr DOK-106/06, decyzja nr RKT-79/2007, nr RKT-114/2008.

¹⁰ Wyrok SOKIK z dnia 29.05.2008r. sygn. akt XVII Ama 53/07.

uregulowań ograniczających stronom taką samodzielność w zakresie ustalania cen. Trybunał Sprawiedliwości wielokrotnie w swoich orzeczeniach zajmował stanowisko, iż ustalanie przez uczestników porozumienia ogólnie obowiązujących cen, nawet gdy ceny te nie są stosowane w praktyce, stanowi naruszenie zasad konkurencji, jeżeli ich celem jest naruszenie konkurencji.¹¹ Podobnie również Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 7 listopada 2005 r. uznał, iż stwierdzenie wskazanej w art. 5 obowiązującej uprzednio ustawy z dnia 15.12.2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080 ze zmian. Dz.U. z 2006r. Nr 157, poz. 1119, Dz.U. Nr 170, poz. 1217, Dz.U. Nr 249, poz. 1834) praktyki, następuje w drodze wykazania wspólnych uczestnikom porozumienia zachowań, nawet jeżeli na rynku nie ujawniają się antykonkurencyjne skutki takiego działania.¹² Stąd też bez znaczenia dla stwierdzenia zawarcia przez przedsiębiorców porozumienia, jest czy na skutek jego zawarcia, wystąpiły skutki antykonkurencyjne oraz czy doszło do zrealizowania zawartego porozumienia przez jego uczestników. Okoliczności te mogą mieć jedynie wpływ na ocenę stopnia szkodliwości zawartego porozumienia.

Porozumienia ograniczające konkurencję zarówno w prawie konkurencji jak i w orzecznictwie organów ochrony konkurencji, uznawane są za jedno z najcięższych naruszeń tego prawa, zniekształcających konkurencję na rynku lub też zmierzającymi do jej zniekształcenia i oddziałującymi niekorzystnie na uczestników rynku tj. nie tylko na uczestników porozumienia ale i na ich kontrahentów. Poprzez zawarcie niedozwolonego porozumienia, konkurenci pozbawiają się możliwości posiadania swobody decyzyjnej, jaka istnieje, gdy mechanizmy konkurencji działają w sposób nieskrępowany. Natomiast konsumenci zostają pozbawieni możliwości wyboru na rynku najkorzystniejszej oferty.

Porozumienia mogą być zarówno porozumieniami poziomymi tj. zawieranymi przez konkurentów, jak i pionowymi czyli zawieranymi przez przedsiębiorców działających na różnych szczeblach obrotu towarowego. Do porozumień pionowych zalicza się w szczególności porozumienia dystrybucyjne, zawierane przez producentów lub importerów z odbiorcami, których skutkiem może być np. ustalanie cen odsprzedaży.

Przykładowy wykaz zachowań przedsiębiorców na rynku, które mogą być uznane za porozumienia ograniczające konkurencję zawiera art. 6 ust. 1 w pkt od 1 do pkt 7 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Jednym z najcięższych rodzajów porozumień są porozumienia cenowe, które w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane są na podstawie art. 6 ust. 1 pkt 1 tej ustawy. Zgodnie z tym przepisem zakazane są w szczególności porozumienia, polegające na ustalaniu bezpośrednio lub pośrednio cen sprzedaży. Ten rodzaj porozumień był również zakazany na podstawie art. 5 ust. 1 pkt 1 obowiązującej do dnia 20.04.2007r. ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ceny są elementem umowy na ogół najsilniej oddziałującym na relacje konkurencyjne pomiędzy przedsiębiorcami, a zarazem wpływającymi na atrakcyjność oferty dla konsumentów. Nieskrępowana i niezakłócona konkurencja cenowa pomiędzy przedsiębiorcami pozwala na utrzymanie cen na poziomie możliwym do zaakceptowania zarówno dla konkurentów jak i dla konsumentów. Wymusza ponadto na przedsiębiorcach podejmowanie działań zmierzających do racjonalizacji wysokości kosztów oraz wzrostu efektywności. Dlatego też prawo konkurencji, jak i orzecznictwo organów zajmujących się ochroną konkurencji, kładzie szczególny nacisk na wykrywanie tego rodzaju porozumień na rynku.

W myśl art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest nie tylko ustalanie cen, ale także i ich elementów, tj. np. marż handlowych, wszelkich narzutów do cen, rabatów, upustów jak i innych składników kalkulacyjnych ceny mających wpływ na ostateczny poziom cen. Przy tym zakazane są porozumienia cenowe mające na celu ustalenie konkretnego poziomu cen jak i cen minimalnych tj. takich poniżej, których przedsiębiorcy będący stronami porozumienia nie mogą stosować w relacjach z kontrahentami.

¹¹ Np. Wyroki Trybunału Sprawiedliwości: z dnia 11 lipca 1989r. w sprawie 246/86 S.C.Belasco i inni p-ko Komisji Wspólnot Europejskich (Prawo konkurencji Wspólnoty Europejskiej .orzecznictwo. Tom 1. orzeczenia ETS z lat 1962-1989, str. 488), z dnia 17 października 1972r. w sprawie 8/72 Vereeniging van Cementhandelaren p-ko Komisji („Prawo konkurencji Wspólnoty Europejskiej. Orzecznictwo. Orzeczenia ETS z lat 1962-1989, str. 138).

¹² Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 7 listopada 2005 r. XVII Ama 26/04

Porozumienia cenowe są zakazane zarówno wtedy gdy są zawierane przez konkurentów jak i przez przedsiębiorców działających na różnych szczeblach obrotu (tzw. porozumienia wertykalne-pionowe) o ile mają potencjalny lub rzeczywisty wpływ na konkurencję. Typowym przykładem tego rodzaju praktyki jest ustalanie pomiędzy przedsiębiorcami działającymi na różnych szczeblach obrotu minimalnych cen odsprzedaży lub też minimalnych marż należnych dystrybutorowi, gdyż ogranicza to możliwość reagowania przez tego dystrybutora na impulsy rynkowe, a w efekcie zniekształca działanie mechanizmów konkurencji. Należy zauważyć, iż prawidłowo funkcjonujący system konkurencji wywiera również wpływ na konsumentów, tworzy bowiem na nim możliwość dokonywania racjonalnych wyborów produktów, które najlepiej zabezpieczają potrzeby konsumenta. Natomiast zakłócenie systemu konkurencji poprzez np. niedozwolone porozumienia cenowe powoduje, że ceny kształtują się na wyższym poziomie niż wynikałoby to z wolnorynkowej gry popytu i podaży. W wyniku porozumień, ceny produktów ulegają sztuczemu podwyższeniu z oczywistą szkodą dla konsumentów. Celem zakazu porozumień cenowych jest zatem oprócz maksymalizacji efektywności działań ekonomicznych, ochrona interesów konsumentów. Dla konsumentów konkurencja oznacza bowiem bogatszą ofertę, niższe ceny i wyższą jakość towarów i usług.

Jednakże warunkiem niezbędnym do stwierdzenia przez organ antymonopolowy, iż określone przedsiębiorcy zawarły niedozwolone porozumienie ograniczające konkurencję o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest wykazanie, iż porozumienie to nie podlega wyłączeniu z zakazu porozumień ograniczających konkurencję, na podstawie przepisów tej ustawy.

Zgodnie z art. 7 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, do porozumień o jakich mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy, nie stosuje się wyłączeń o jakich mowa w jej art. 7 ust. 1.

Ponadto art. 8 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, iż Rada Ministrów może w drodze rozporządzenia wyłączyć określone rodzaje porozumień spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję. Podobne uregulowania zawierał również art. 7 poprzednio obowiązującej ustawy z dnia 15.12.2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów. W dniu 13.08.2002r. zostało wydane na podstawie art. 7 poprzednio obowiązującej ustawy z dnia 15.12.2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów, rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 13.08.2002r. w sprawie wyłączenia określonych porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz.U. Nr 142, poz. 1189 ze zmian.), obowiązujące do dnia 31.12.2007r. Natomiast od dnia 01.01.2008r. obowiązuje rozporządzenie z dnia 19.11.2007r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz.U. Nr 230, poz. 1691). Jednakże zarówno w myśl § 10 ww. rozporządzenia z 2002r. jak i § 7 rozporządzenia z 2007r., wyłączenia określonych porozumień spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, nie stosuje się do porozumień wertykalnych, które bezpośrednio lub pośrednio, samodzielnie lub w powiązaniu z innymi okolicznościami zależnymi od stron tych porozumień, mają na celu lub powodują ograniczenie prawa nabywcy do ustalania cen sprzedaży poprzez narzucanie przez dostawcę m.in. minimalnych cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem. Zawarcie w umowie tego rodzaju ograniczenia jest tzw. klauzulą niedozwoloną. Ustalanie zatem pomiędzy producentem (dostawcą) danych dóbr a dystrybutorem cen minimalnych, czyli cen, poniżej których dany towar nie może być sprzedawany lub też cen sztywnych, czyli cen o ustalonej wysokości, jest z mocy prawa zakazane i stanowi jedno z najpoważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Tym samym zakazane w świetle ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest ustalanie cen odsprzedaży o określonej wysokości lub też cen minimalnych. „...Taka formuła cen (marż) ogranicza w istotnym stopniu możliwość reagowania przez dystrybutora na impulsy rynkowe, a co za tym idzie, zniekształca działanie mechanizmów konkurencji...” (Elżbieta Modzelewska-Wąchal. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz. Twigger. Warszawa 2002r. str. 73), gdyż uniemożliwia danemu przedsiębiorcy oferowanie towarów po cenach korzystniejszych niż ceny jego konkurentów. Powyższe oznacza, iż ustalanie przez strony porozumienia cen minimalnych odsprzedaży towarów, nie podlega wyłączeniu na podstawie przepisów aktualnie obowiązującej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, rozporządzenia z dnia 13.08.2002r. jak i rozporządzenia z dnia 19.11.2007r.

Tym samym twierdzenie „Śnieżki” SA, iż w przypadku gdy udział dostawcy i jego grupy kapitałowej na rynku właściwym sprzedaży towarów objętych porozumieniem nie przekracza 30%, porozumienie

to podlega wyłączeniu na podstawie przepisów rozporządzenia z dnia 19.11.2009r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, jak też i poprzedzającego go rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 13.08.2002r. w sprawie wyłączenia określonych porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, jest nieuprawnione. W świetle obu powyżej wskazanych rozporządzeń, wyłączenia nie stosuje się do porozumień wertykalnych, które bezpośrednio lub pośrednio mają na celu ograniczenie prawa nabywcy do ustalenia ceny sprzedaży przez narzucanie przez dostawcę minimalnych lub o określonej wysokości cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem. Oznacza, to tym samym, iż porozumienia polegające na ustalaniu cen minimalnych lub sztywnych są bezwzględnie zakazane, niezależnie od posiadanego przez dostawcę udziału w rynku.

Wobec powyższego zawarte pomiędzy „Śnieżką” SA a jej odbiorcami porozumienie, może podlegać ocenie w świetle przepisu art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przedmiotem niniejszego postępowania jest ocena czy zawarcie przez „Śnieżkę” SA w § 5 pkt 5.2.6 umowy handlowej uregulowania, iż odbiorca zobowiązuje się do uwzględnienia w swoich działaniach zaleceń wymienionych w zdaniach poprzednich tej umowy, oraz uprzedniego uzgadniania z „Śnieżką” SA stosowanych warunków umów przy wprowadzeniu wyrobów tego przedsiębiorcy na niższe szczeble dystrybucji w zakresie ich zgodności z zasadami uczciwej konkurencji oraz polityki handlowej „Śnieżki” SA jak również dołożenia staranności aby sprzedaż detaliczna jej wyrobów odbywała się w sugerowanych cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem o jakim mowa w § 9 umowy tj. z cennikiem aktualnym w momencie podpisania umowy, który wszedł w życie w dniu wskazanym w tym punkcie umowy, jest porozumieniem o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającym na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży towarów na rynku krajowym sprzedaży hurtowej farb i lakierów oraz wyrobów pomocniczych.

Jak wskazano to w opisie stanu faktycznego (strona 24 i 25 niniejszej decyzji), zgodnie z § 5 pkt 5.2.6 umowy, odbiorca zobowiązany był m.in. do dołożenia w miarę możliwości, z uwzględnieniem postanowień punktu 5.2.13 tej umowy oraz w zakresie dozwolonym obowiązującymi przepisami prawa starań, aby sprzedaż wyrobów „Śnieżki” SA na każdym ze szczebli dystrybucji odbywała się z uwzględnieniem zasad uczciwej konkurencji. Przejawiać się to powinno w zakazie stosowania cen nieuczciwych, za które uważane będą ceny, które w sposób znaczny odbiegają od cen cennikowych lub sugerowanych za wyjątkiem promocji, a także w zapobieganiu nieuzasadnionemu różnicowaniu cen wyrobów na każdym ze szczebli dystrybucji, (...) nie sprzedawania tych wyrobów po cenach dumpingowych lub rażąco niskich, zawierających nieuzasadnione lub/i zróżnicowane opusty, rabaty bądź inne instrumenty finansowe wpływające na cenę wyrobu, której stosowanie może stanowić czyn nieuczciwej konkurencji i wpływać na zachwianie równowagi rynkowej oraz zdrową konkurencję. Jak wynika z umowy, powyższe zalecenia „Śnieżki” SA podyktowane były w szczególności stosowanymi przepisami prawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jak i troską o dobre imię i pozycję rynkową tego przedsiębiorcy, które mogą doznać uszczerbku również poprzez dalsze działania odbiorcy. Dalej ten punkt umowy zawierał uregulowanie, iż odbiorca zobowiązuje się do uwzględnienia w swoich działaniach zaleceń wymienionych w zdaniach poprzednich oraz uprzedniego uzgadniania z „Śnieżką” SA stosowanych warunków umów przy wprowadzeniu wyrobów tego przedsiębiorcy na niższe szczeble dystrybucji w zakresie ich zgodności z zasadami uczciwej konkurencji oraz polityki handlowej „Śnieżki” SA jak również dołożenia staranności aby sprzedaż detaliczna jej wyrobów odbywała się w sugerowanych cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem o jakim mowa w § 9 umowy tj. z cennikiem aktualnym w momencie podpisania umowy, który wszedł w życie w dniu wskazanym w tym punkcie umowy. Umowa ta regulowała ponadto w § 5.2.8 i § 5.2.10, iż „Śnieżka” SA zastrzega sobie prawo wglądu do dokumentów związanych ze sprzedażą przez odbiorców jej wyrobów oraz, iż na żądanie „Śnieżka” SA odbiorcy prześlą jej sprawozdania finansowe oraz sprawozdania statystyczne za wskazane przez nią okresy. Ponadto zgodnie z treścią § 5.2.13 umowy, odbiorcy byli również zobowiązani do przestrzegania polityki handlowej „Śnieżki” SA, a w szczególności zasad uczciwej konkurencji przejawiających się również w zakazie stosowania cen nieuczciwych, za które były uważane ceny, które w sposób znaczny odbiegają od cen cennikowych lub sugerowanych, za wyjątkiem okresów promocji. Ponadto § 10 umowy przewidywał wysokość upustów przyznawanych przez „Śnieżkę” SA

odbiorcom, podstawowego w zależności od jego aktywności oraz sposobów płatności. Jednakże w przypadku niestosowania się odbiorców do polityki handlowej „Śnieżki” SA, przedsiębiorca ten miał prawo do jednostronnej zmiany wcześniej ustalonych warunków handlowych. Umowy handlowe zawarte pomiędzy „Śnieżką” SA oraz odbiorcami zostały zawarte na 2006r. czyli do dnia 31.12.2006r. Jednakże postanowienia tych umów w § 13 przewidywały, iż rażące naruszenie ich postanowień przez odbiorców, a w szczególności w razie powtarzającego się niestosowania odbiorców do zasad uczciwej konkurencji lub polityki handlowej „Śnieżki” SA, upoważnia tego przedsiębiorcę do jej rozwiązania ze skutkiem natychmiastowym.

Do umowy tej „Śnieżka” SA oraz odbiorcy zawarli stosowne aneksy. Aneksy nr 1, nr 2 i nr 3 z dnia 02.01.2006r. dotyczyły zmiany wielkości opustów o jakich mowa w § 10 umowy handlowej, w zależności od wielkości sprzedaży. Aneks nr 1 ten przewidywał dodatkowo m.in., iż wszelkie opusty mogą zostać wstrzymane przez „Śnieżkę” SA w przypadku naruszenia zasad uczciwej konkurencji lub/i zasad polityki handlowej tego przedsiębiorcy opisanych w punktach 5.2.1-5.2.17 umowy. Ponadto w przypadku wątpliwości co do zasad przestrzegania umowy handlowej odbiorca winien poddać się kontroli odpowiednich dokumentów przez „Śnieżkę” SA. Z kolei aneks nr 2 z tego samego dnia przewidywał przyznanie odbiorcom dodatkowych opustów kwartalnych za należyte realizowanie przez odbiorcę polityki handlowej „Śnieżki” SA. Podstawowymi kryteriami oceny odbiorców w zakresie realizowania polityki handlowej „Śnieżka” SA było rzetelne realizowanie przede wszystkim umowy handlowej na rok 2006r. a zwłaszcza postępowanie zgodnie z postanowieniami punktów 5.2.1-5.2.17 tej umowy, czyli postanowień dotyczących m.in. polityki handlowej „Śnieżki” SA dot. cen odsprzedaży jej wyrobów.

Powyższy stan faktyczny w ocenie organu antymonopolowego dowodzi, iż pomiędzy „Śnieżką” SA a jej odbiorcami poprzez zawarcie w umowie handlowej oraz towarzyszącym jej aneksom powyższych zapisów doszło do ustalania cen minimalnych odsprzedaży wyrobów marki „Śnieżka” SA, co jest porozumieniem ograniczającym konkurencję o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zdaniem organu antymonopolowego świadczą o tym przede wszystkim zapisy umowy handlowej ale także i aneksy do tych umów oraz okoliczności towarzyszące tym umowom, które przedstawiono w dalszej części tej decyzji.

W ocenie organu antymonopolowego wszelkie umowy zawierane pomiędzy przedsiębiorcami powinny być analizowane całościowo z uwzględnieniem całościowego kontekstu i celu tych umów, a nie tylko poprzez interpretację słowną wybranych jej fragmentów. Wskazała na to również „Śnieżka” SA, która w swoim piśmie z dnia 27.12.2007r. stwierdziła, iż „cel porozumienia wynika zatem wprost z całokształtu albo przynajmniej z części postanowień umowy, przy czym dla jego oceny należy także uwzględnić okoliczności jego realizacji¹³”. Stąd też mając powyższe na uwadze, organ antymonopolowy uznał, iż umowa handlowa zawarta pomiędzy „Śnieżką” SA oraz odbiorcami tego przedsiębiorcy świadczy o zawarciu niedozwolonego porozumienia polegającego na ustaniu cen o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, o czym świadczą przedstawione poniżej argumenty.

Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na zapisy zawarte w umowach handlowych zawartych pomiędzy „Śnieżką” SA a odbiorcami tego przedsiębiorcy, a w szczególności na treść § 5 tych umów. W pierwszej kolejności należy wskazać, iż kwestionowany § 5 umowy został zamieszczony w części umowy dotyczącej obowiązków odbiorcy i reguluje do jakich zachowań jest zobowiązany odbiorca opisanych m.in. w § 5 pkt 5.2.6 umowy handlowej. Tym samym w § 5 umowy handlowej nie może być interpretowany, iż zawiera jak twierdzi „Śnieżka” SA rzekome zalecenia odbiorcy, ale musi być interpretowany jako część umowy regulująca obowiązki każdego z odbiorców, który podpisał kwestionowaną umowę. Jednym z obowiązków jest zobowiązanie przez „Śnieżkę” SA odbiorców w § 5 pkt 5.2.6 umowy, w pierwszej części tego punktu do działania zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji, co szczegółowo opisano w części tej decyzji dotyczącej stanu faktycznego. W dalszej części § 5 pkt 5.2.6 odbiorca został zobowiązany do uwzględnienia w swoich działaniach zaleceń wymienionych w zdaniach poprzednich oraz uprzedniego uzgadniania z dostawcą tj. „Śnieżką” SA stosowanych warunków przy wprowadzaniu jego wyrobów na niższe szczeble dystrybucji w zakresie ich zgodności z zasadami uczciwej konkurencji oraz polityki handlowej „Śnieżka” SA. W dalszej części tego punktu odbiorca został również zobowiązany do dołożenia

¹³ T.Skoczny, W .Szprinter „Zakaz porozumień ograniczających konkurencję” Urząd Antymonopolowy, Warszawa 1996r.

staranności aby sprzedaż detaliczna wyrobów „Śnieżki” SA odbywała się w sugerowanych cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem, o którym mowa w § 9 umowy. Powyższe zapisy w tej umowie świadczą o tym, iż odbiorcy zostali zobowiązani do tego, aby sprzedaż detaliczna wyrobów „Śnieżka” SA odbywała się w cenach nie niższych niż cena wynikająca z cennika o jakim mowa w § 9 tej umowy, co w ocenie organu antymonopolowego świadczy jednoznacznie o tym, iż odbiorcy zostali zobowiązani do stosowania cen nie niższych niż ceny cennikowe, a nie zostały im te ceny zasugerowane, rekomendowane czy też polecane.

Powyższej oceny zdaniem organu antymonopolowego nie może zmienić fakt, użycia w tym punkcie umowy handlowej takich słów jak „zaleca się” czy też „sugerowane ceny”, gdyż tak jak to wspomniano już powyżej o tym czy ceny są obowiązujące czy też rekomendowane, świadczy cała treść umowy, a nie tylko jej wybrane przez strony postępowania fragmenty, sformułowania czy też słowa.

Z tego też względu organ antymonopolowy pragnie wskazać również na inne fakty, które oprócz sformułowań zawartych w § 5 pkt 5.2.6 wskazują na to, iż odbiorcy zostali zobowiązani do stosowania cen nie niższych niż cena wynikająca z cennika o jakim mowa w § 9 tej umowy.

Przede wszystkim należy wskazać, iż co prawda ceny sugerowane, czy też inaczej mówiąc rekomendowane zgodnie z orzecznictwem antymonopolowym nie są zakazane, o ile nie mają one faktycznie cech cen sztywnych czy też minimalnych. Takie podejście znajduje swoje odzwierciedlenia nie tylko w świetle aktualnie obowiązującego rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 19.11.2007r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję oraz poprzednio obowiązującego rozporządzenia z dnia 13.08.2002r. w tym zakresie, ale również i w ustawodawstwie Komisji Europejskiej tj. Obwieszczeniu Komisji „Wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych” (Dz.Urz. WE 2000/C 291/01) oraz rozporządzeniu Komisji (WE) z dn. 22.12.1999r. w sprawie stosowania art. 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych (Dz.Urz. WE 1999/L 336/21). Konsekwencją tego, jest konieczność wykazania, iż określona cena jest ceną rekomendowaną a nie obowiązującą ceną sztywną czy też minimalną. Za cenę sugerowaną może być uznana jedynie cena, która jest wyłącznie propozycją czyli rekomendacją producenta czy też dostawcy ku swemu odbiorcy. Ten ostatni musi mieć natomiast pełną swobodę w zakresie stosowania się lub też nie do tej sugestii. Ponadto co jest w tej sprawie kluczowe, dostawca nie może w żaden sposób wywierać na odbiorcę bezpośrednio lub też pośrednio wpływu w zakresie cen. Wtedy bowiem cena staje się ceną narzuconą zaś jej określenie „cena sugerowana” jest jedynie „przykrywką” do cen narzuconych. Mechanizmów wpływania na odbiorców aby cena sugerowana była w rzeczywistości ceną narzuconą jest bardzo wiele. Przykładowo można wskazać na np.: zagrożenie odmowy dostaw czy też nawet zerwania umowy w przypadku niestosowania się do cen tzw. sugerowanych, uzależnienie przyznania dodatkowych rabatów, upustów czy też premii w przypadku zastosowania się do cen rekomendowanych przez producenta, co czyni cenę zwaną przez producenta „ceną rekomendowaną” - czy też „sugerowaną”, w istocie narzuconą ceną sztywną czy też minimalną.

Powyższe wynika również ze wspomnianych powyżej „Wytycznych w sprawie ograniczeń wertykalnych”. Zgodnie z tymi Wytycznymi w przypadku postanowień umownych lub uzgodnionych praktyk, które bezpośrednio ustalają cenę odsprzedaży ograniczenie jest niewątpliwe. Jednak kształtowanie cen odsprzedaży (zwane dalej KCO) można osiągnąć również dzięki środkom pośrednim takim jak np. uzależnienie wysokości rabatu lub zwrotu kosztów promocji przez dostawcę od przestrzegania danego poziomu cen, czy też poprzez zastosowanie pogroźek, zastraszania, kar, opóźnienia lub zawieszenia dostaw czy też poprzez nawet tak drastyczne metody jak rozwiązanie umów w związku z nieprzestrzeganiem danego poziomu cen.

W Wytycznych tych Komisja w zakresie KCO, uznała, iż bezpośrednie lub pośrednie środki służące ustalaniu cen mogą być skuteczniejsze w połączeniu ze środkami służącymi identyfikacji dystrybutorów obniżających ceny, takimi jak np. wprowadzenie systemu monitorowania cen. Zdaniem Komisji te działania „wspierające” mogą być wykorzystane do tego aby ceny zalecane działały w istocie jak ceny sztywne czy też minimalne. Ponadto zdaniem Komisji same środki pośrednie jak i wspierające mogą być wykorzystane do tego, aby ceny zalecane działały jak KCO czyli powodowały, iż ceny rekomendowane czy też maksymalne stają się de facto cenami obowiązującymi.

W świetle powyższego organ antymonopolowy oceniając materiał dowodowy zebrany w tym postępowaniu uznał, iż „Śnieżka” SA oprócz jednoznacznie wskazujących zapisów wynikających z umów handlowych zastosowała szereg narzędzi świadczących o tym, iż ceny o jakich mowa w umowie nie były cenami sugerowanymi lecz narzuconymi.

Przede wszystkim organ antymonopolowy pragnie wskazać, iż umowy handlowe § 5 pkt 5.2.8 zakładały, iż „Śnieżka” SA zastrzegła sobie prawo wglądu do dokumentów związanych ze sprzedażą przez odbiorcę wyrobów dostawcy. Ponadto w pkt 5.2.10 umowy, odbiorca był zobowiązany do przekazania „Śnieżce” SA sprawozdań finansowych i statystycznych za wskazane przez dostawcę czyli „Śnieżkę” SA okresy. Powyższe zapisy umowne wskazują jednoznacznie, iż „Śnieżka” SA w umowach handlowych przewidziała sobie prawo kontroli i monitoringu działalności odbiorcy na rynku w zakresie związanym ze sprzedażą jej wyrobów. Organ antymonopolowy pragnie ponadto wskazać, iż także dokumenty o jakich mowa w załączniku nr 1 do niniejszej decyzji (zawierającym tajemnicą przedsiębiorcy) przewidywały istnienie takiego systemu monitoringu (str. 3 tego załącznika). Tym samym z powyższego wynika, iż umowy handlowe zawarte pomiędzy „Śnieżką” SA oraz jej odbiorcami w jednoznaczny sposób wskazywały na istnienie systemu monitoringu i kontroli, czyli narzędzia za pomocą, którego „Śnieżka” SA w pośredni sposób chciała wpływać na decyzje cenowe swoich odbiorców.

Należy przy tym wskazać, iż nie jest konieczne przy tym, aby system monitoringu był realizowany. Wystarczające jest, iż odbiorcy zdają sobie sprawę z faktu istnienia w umowach takowego zapisu, w związku z czym przy swoich decyzjach cenowych musieli brać pod uwagę istnienie w umowach takiego uregulowania. Ponadto należy podkreślić, iż sam fakt braku kontroli ze strony „Śnieżki” SA, co do wysokości cen stosowanych przez odbiorców, czy też brak wyciągania konsekwencji za stosowanie cen w wysokości innej niż w umowie, nie oznacza, iż porozumienie rzeczywiście nie zostało przez tych przedsiębiorców zawarte, gdyż istnienie porozumienia nie musi zakładać istnienia systemu monitorowania i sankcji. Sam fakt braku kontroli ze strony „Śnieżki” SA co do wysokości cen stosowanych przez odbiorców, czy też brak wyciągania konsekwencji za stosowanie cen w wysokości innej niż w umowie nie oznacza, iż porozumienie to rzeczywiście nie zostało przez przedsiębiorców zawarte. Trybunał Sprawiedliwości w jednym z wyroków¹⁴ uznał, iż istnienie porozumienia nie musi zakładać istnienia systemu monitorowania i sankcji. Natomiast w rozpatrywanej sprawie umowy handlowe zawarte przez „Śnieżkę” SA z odbiorcami zawierały zapisy mówiące o możliwości wglądu do materiałów związanych ze sprzedażą przez odbiorcę jej wyrobów co oznacza, iż co najmniej teoretycznie istniała możliwość monitoringu przez „Śnieżkę” SA wysokości cen stosowanych przez odbiorców. Odbiorcy podejmując decyzję o wysokości stosowanych cen na wyroby „Śnieżki” SA musieli brać pod uwagę kwestionowane przez organ antymonopolowy zapisy w umowach, co jest wystarczającą przesłanką do uznania, iż przedsiębiorcy ci musieli być świadomi tych zapisów i rzeczywiście byli uczestnikami porozumienia, a ceny określone w umowie jako sugerowane były w istocie cenami narzuconymi.

Ponadto drugą przesłanką świadczącą o tym, iż ceny te były cenami narzuconymi, było uregulowanie w § 13 pkt 13.3 umowy, iż rażące naruszenie postanowień tej umowy przez odbiorcę, w szczególności w razie powtarzającego się niestosowania przez odbiorcę do zasad uczciwej konkurencji lub polityki handlowej „Śnieżka” SA (tj. uregulowań zawartych w szczególności w § 5 umowy), upoważnia dostawcę do jej rozwiązania ze skutkiem natychmiastowym. Paragraf 10 pkt 10.5 zawierał również uregulowanie, iż w przypadku niestosowania się odbiorcy do polityki handlowej Dostawcy, Dostawca ma prawo do jednostronnej zmiany wcześniej ustalonych warunków handlowych. Powyższe oznacza, iż „Śnieżka” SA przewidziała sobie prawo nie tylko do zmiany warunków handlowych ale i do rozwiązania umowy m.in. w przypadku powtarzających się przypadków sprzedaży detalicznej jej wyrobów po cenach niższych niż wynikających z cennika. Oznacza to, iż umowa przewidywała sankcję dla przedsiębiorców za powtarzające się niestosowanie do zalecanych cen tj. sprzedaży jej wyrobów poniżej cen cennikowych. Tym samym każdy z dystrybutorów musiał przy podejmowaniu swoich decyzji cenowych brać pod uwagę powyższe obostrzenia wynikające z umowy tj. co najmniej teoretyczną możliwość jej rozwiązania przez

¹⁴ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 6 stycznia 2004r. w sprawie C-2/01 P i C-3/01 P Bundesverband der Arzneimittel-Importeure eV p-ko Komisji Europejskiej (zob. Orz. 2004, I-23).

„Śnieżkę” SA, a tym samym zaprzestania dostaw jej wyrobów. Powyższa przesłanka świadczy o tym, iż „Śnieżka” SA poprzez takie zapisy w umowie chciała w pośredni sposób zapewnić sobie wpływ na wysokość cen kształtowanych przez odbiorców, co jest kolejnym dowodem na istnienie porozumienia polegającego na ustalaniu cen pomiędzy tymi przedsiębiorcami.

Ponadto o pośrednim wpływaniu przez „Śnieżkę” SA na kształtowanie cen odsprzedaży poprzez narzucanie cen minimalnych może świadczyć, w ocenie organu antymonopolowego istnienie systemu dodatkowych rabatów i premii za stosowanie się przez odbiorców do polityki handlowej „Śnieżka” SA. Mianowicie do umowy handlowej „Śnieżka” SA oraz odbiorcy zawarli stosowne aneksy. Aneksy nr 1, nr 2 i nr 3 z dnia 02.01.2006r. dotyczyły zmiany wielkości opustów o jakich mowa w § 10 umowy handlowej, w zależności od wielkości sprzedaży. Aneks nr 1 przewidywał dodatkowo m.in., iż wszelkie opusty mogą zostać wstrzymane przez „Śnieżka” SA w przypadku naruszenia zasad uczciwej konkurencji lub/i zasad polityki handlowej tego przedsiębiorcy opisanych w punktach 5.2.1-5.2.17 umowy, czyli również w zakresie sprzedaży jej wyrobów poniżej cen wynikających z cennika. Ponadto w przypadku wątpliwości co do zasad przestrzegania umowy handlowej odbiorca winien poddać się kontroli odpowiednich dokumentów przez „Śnieżkę” SA. Z kolei aneks nr 2 z tego samego dnia przewidywał przyznanie odbiorcom dodatkowych opustów kwartalnych za należyte realizowanie przez odbiorcę polityki handlowej „Śnieżki” SA. Podstawowymi kryteriami oceny odbiorców w zakresie realizowania polityki handlowej „Śnieżki” SA było rzetelne realizowanie przede wszystkim umowy handlowej na rok 2006r. a zwłaszcza postępowanie zgodnie z postanowieniami punktów 5.2.1-5.2.17 tej umowy, czyli postanowień dotyczących m.in. polityki handlowej „Śnieżka” SA dot. cen odsprzedaży jej wyrobów. Z powyższego wynika jednoznacznie, iż odbiorcy realizujący politykę handlową „Śnieżki” SA w zakresie m.in. sprzedaży jej wyrobów po cenach nie niższych niż ceny cennikowe, mogli liczyć na dodatkowe upusty o jakich mowa w aneksach nr 1 i 2 do umów handlowych. Na marginesie należy zauważyć, iż również i aneks nr 1 uzupełniający umowę handlową w § 10, w pkt 10.14 przewidywał możliwość kontroli dokumentów odbiorcy, jeśli „Śnieżka” SA miałyby wątpliwości co do zasad przestrzegania umowy handlowej. Z powyższego wynika, iż „Śnieżka” SA w aneksach nr 1 i 2 do umów handlowych zawarła narzędzia umożliwiające jej pośrednie wpływanie na kształtowanie cen odsprzedaży przez odbiorców, co jest dodatkową przesłanką świadczącą o narzucaniu cen i zawarciu przez „Śnieżkę” SA z odbiorcami niedozwolonego porozumienia polegającego na ustalaniu cen minimalnych.

Powyższe świadczy o tym, iż „Śnieżka” SA poprzez zakładanie w umowach handlowych oraz towarzyszących jej dokumentach systemu monitoringu i kontroli, groźby rozwiązania umowy w przypadku niestosowania się do jej polityki handlowej m.in. w zakresie ustalania cen odsprzedaży oraz przyznania systemu dodatkowych upustów za stosowanie się do jej polityki handlowej, w sposób bezpośredni i pośredni wpływała na kształtowanie przez odbiorców cen odsprzedaży jej wyrobów, co jednoznacznie świadczy o tym, iż ceny określone w umowie handlowej jako sugerowane były w rzeczywistości cenami narzuconymi odbiorcom.

Dodatkowo organ antymonopolowy pragnie wskazać na wprowadzony przez „Śnieżkę” SA system emisji obligacji z możliwością ich zamiany na akcje opisany szczegółowo w załączniku nr 1 do decyzji. Organ antymonopolowy pragnie w tym miejscu podkreślić, iż w jego ocenie emisja obligacji z możliwością ich zamiany na akcje „Śnieżka” SA skierowana m.in. do niektórych stron tego postępowania, była dla tych przedsiębiorców dodatkową zachętą-bodźcem finansowym do stosowania się do polityki handlowej tego przedsiębiorcy. Fakt, iż nie wszyscy przedsiębiorcy będący stronami tego postępowania byli posiadaczami najpierw tych obligacji a następnie akcji tego przedsiębiorcy, nie zmienia oceny organu antymonopolowego w zakresie zawarcia przez „Śnieżkę” SA z odbiorcami kwestionowanego przez organ antymonopolowy porozumienia. Fakt objęcia obligacji a następnie akcji „Śnieżka” SA przez niektóre strony tego postępowania jest jedynie dodatkowym dowodem na istnienie takowego porozumienia uzasadnionego przez organ antymonopolowy powyżej. Stąd też fakt nieuczestniczenia w tym programie przez pozostałych odbiorców w programie emisji obligacji z możliwością ich zamiany na akcje nie świadczy, o nie uczestniczeniu przez nich w tym porozumieniu.

Ponadto organ antymonopolowy pragnie odnieść się do faktu opracowania przez „Śnieżkę” SA „Deklaracji przestrzegania zasad sprzedaży” zawartej w umowie handlowej. Jak przedstawiono to na str. 21 decyzji, Deklaracja ta została najprawdopodobniej podpisana w 2005r. i obowiązywała jak twierdzi „Śnieżka” SA (karta nr 10 472) oraz niektóre ze stron postępowania tylko przez okres kilku dni w 2005r. i została przedstawiona przez „Śnieżkę” SA do podpisu tylko niektórym przedsiębiorcom. Pozostałe strony postępowania nie były w stanie przypomnieć sobie czy taką Deklarację w ogóle podpisywały.

Z kolei „Śnieżka” SA w zakresie dotyczącym okoliczności sporządzenia oraz podpisania powyżej wymienionej Deklaracji stwierdziła, iż dokument ten został opracowany jako towarzyszący umowie handlowej z 03.01.2005r. Dokument powtarzał niektóre zapisy z umowy handlowej z 03.01.2005r. Deklaracja została przedstawiona do podpisu niektórym odbiorcom, przy czym „Śnieżka” SA nie jest w stanie ze względu na upływ czasu szczegółowo odtworzyć okoliczności tej sytuacji, liczby i danych odbiorców. Wobec powzięcia istotnych wątpliwości co do zgodności z prawem niektórych jej zapisów oraz w konsekwencji zapisów wspomnianej Deklaracji, spółka zdecydowała się na niezwłoczne wycofanie umowy handlowej i zastąpienie jej nową z 10.01.2005r., która nie zawierała takich zapisów. Tym samym Deklaracja ta obowiązywała od 03.01.2005r. do 10.01.2005r. „Śnieżka” SA oświadczyła, iż ani w 2006r. ani w następnych latach nie opracowywała, ani nie przedstawiła do podpisu odbiorcom, ani w żaden inny sposób nie wykorzystwała „Deklaracji przestrzegania zasad sprzedaży”. Ponadto „Śnieżka” SA wskazała, iż w swojej dokumentacji nie posiada dokumentu Deklaracji ani w oryginale ani w kopiach, w związku z czym nie może go przedstawić.

Z treści tej Deklaracji posiadanej przez organ antymonopolowy (karta nr 10 382) wynika, iż podpisało ją pięciu przedsiębiorców tj. Ireneusz W. Sewera Polska Chemia w Katowicach, TIC SA, Arnold M. PHU „MALEX” w Strzelcach Opolskich, DIK Sp. z o.o. we Wrocławiu oraz AB Behcicki Sp. z o.o. we Wrocławiu. Treść tej Deklaracji wskazuje, iż osoby ją podpisujące zobowiązały się do przestrzegania zasad zawartych w umowie handlowej na rok 2005r. z „Śnieżką” SA, a w szczególności do sprzedawania wyrobów tego przedsiębiorcy z maksymalnym upustem 8% w detalu w okresach promocji oraz z maksymalnym 16% upustem dla sklepów (przy płatności gotówkowej 18% lub przelew 3 dni). Ponadto Deklaracja przewidywała, iż odbiorca sprzedający wyroby „Śnieżki” SA na niższe szczeble dystrybucji (podhurty) zobowiązany był do zapewnienia przestrzegania warunków wymienionych w pkt a i b (tj. maksymalnych upustów przekazywanych do detalu oraz minimalnych cen detalicznych w okresach promocji przez podhurty). Ponadto sprzedaż detaliczna wyrobów Dostawcy powinna odbywać się w cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem, o którym mowa w umowie handlowej. Deklaracja zabraniała również udzielania dodatkowych upustów „z dołu” (odroczone w czasie) punktom sprzedaży prowadzącym głównie sprzedaż detaliczną tj. sprzedaż do klienta ostatecznego.

Z powyższych informacji zdaniem organu antymonopolowego wynika, iż opracowanie przez „Śnieżka” SA powyżej opisanej Deklaracji miało na celu zobowiązanie tych odbiorców, którym została ona przedstawiona do podpisu, do ustalania i stosowania cen odsprzedaży ustalonych według reguł o jakich w niej mowa. Tym samym „Śnieżka” SA zobowiązała tych odbiorców do stosowania upustów nie wyższych niż określone w tej Deklaracji czym równocześnie wyznaczyła ceny minimalne jakie mogli stosować odbiorcy. Świadczy też o tym również zobowiązanie odbiorców do stosowania cen nie niższych niż ceny cennikowe. Powyższe uregulowania świadczą w ocenie organu antymonopolowego jednoznacznie o tym, iż opracowując powyższą Deklarację „Śnieżka” SA wyznaczyła odbiorcom ceny minimalne odsprzedaży jej wyrobów. Deklaracja ta pomimo, iż obowiązywała tylko przez kilka dni 2005r., i została podpisana tylko przez kilku odbiorców, może być dodatkowym dowodem podejmowania przez tego przedsiębiorcę działań zmierzających do ustania cen odsprzedaży. Organ antymonopolowy pragnie ponadto podnieść, iż nawet jeśli powyższa Deklaracja obowiązywała tylko przez kilka dni, to należy zauważyć, iż odbiorcy zgodnie z jej uregulowaniami byli zobowiązani do sprzedaży detalicznej czyli do klienta ostatecznego po cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem, o którym mowa w umowie handlowej na rok 2005r., która w zakresie uregulowań zawartych w § 5 (tj. dot. polityki handlowej oraz ustalania cen odsprzedaży) odpowiadała zapisom zawartym w umowie na rok 2006 (karty nr od 634 do nr 646 oraz karty od nr 506 do nr 516). Powyższe świadczy o tym, iż Deklaracja ta uszczegóławiała zapisy zawarte w zakresie umowy handlowej na rok 2005r. Stąd też odbiorcy którzy ją podpisali mieli świadomość zarówno w 2005r. jak i w 2006r., jakie oczekiwania „Śnieżka” SA posiada w zakresie

kształtowania przez nich cen odsprzedaży. Tym samym fakt opracowania przez „Śnieżka” SA powyższej Deklaracji i przedłożenia jej do podpisu nawet tylko niektórym odbiorcom, jest dodatkowym dowodem świadczącym o kształtowaniu przez tego przedsiębiorcę cen odsprzedaży wyrobów.

Ponadto o zawarciu niedozwolonego porozumienia polegającego na ustalaniu pomiędzy „Śnieżką” SA oraz jej odbiorcami cen odsprzedaży świadczą w ocenie organu antymonopolowego, kopie dokumentów będących korespondencją pomiędzy tym przedsiębiorcą a jedną ze stron tego postępowania tj. Tadeuszem Ć. z Dębicy, które to dokumenty przedsiębiorca ten przesłał organowi antymonopolowemu pismem z dnia 26.10.2009r. (karty od nr 10809 do nr 10 839).

Z kopii tych dokumentów wynika, iż warunkiem wyrażenia zgody przez „Śnieżkę” SA na uczestnictwo w promocji oraz partycypowania w części w jej kosztów, było uzgodnienie przez odbiorcę z tym przedsiębiorcą cen odsprzedaży. Z dokumentów tych wynika, iż „Śnieżka” SA wyrażała zgodę na przeprowadzenie promocji, ale równocześnie podawała minimalne ceny detaliczne wyrobów objętych promocją wskazane w gazetkach reklamowych (dowody pisma „Śnieżka” SA z do T.Ć.: e-mail z dnia 31.03.2005r. - karta nr 10 821, z dnia 08.02.2005r. - karta nr 10 823, pismo z dnia 22.09.2004r. – karta nr 10830, pismo z dnia 06.02.2004r. – karta nr 10 832 i 10 833). Ponadto z treści niektórych z tych pism wynika, iż „Śnieżka” prosiła o przesłanie projektu gazetki reklamowej do jej ostatecznej akceptacji (karta nr 10823). Nie zastosowanie się do tych uzgodnień mogło spowodować rozwiązanie współpracy (dowód pismo Śnieżka SA do T.Ć. z dnia 23.07.2004r. – karta nr 10 836).

Ewidentnym dowodem na ustalanie cen odsprzedaży może być również „Regulamin promocji – VIII 2006” (karty od nr 10 834 do nr 10 835), z którego wynika ustalanie ceny odsprzedaży niektórych jej wyrobów do sklepów po wskazanych przez „Śnieżkę” SA cenach.

Ponadto jak wynika z pisma „Śnieżki” SA z dnia 25.02.2005r. skierowanego do T.Ć. (karta nr 10 831), „Śnieżka” SA wprowadziła upusty maksymalne przy sprzedaży jej wyrobów do sieci sklepów patronackich. W piśmie tym „Śnieżka” SA wskazała temu przedsiębiorcy na obowiązek wypełnienia warunków umowy handlowej obowiązującej w 2005r. oraz związanych z nią deklaracji lojalnościowych (które jak twierdziła „Śnieżka” SA w tym postępowaniu obowiązywały tylko przez kilka dni stycznia 2005r. - karta nr 10 472) oraz, iż od dnia 01.03.2005r. będzie bardzo wnikliwie analizować przestrzeżenie zapisów umowy handlowej.

Z powyższych informacji wynika, iż „Śnieżka” SA uzależniła zwrot kosztów promocji dla tego odbiorcy od zastosowania się przez niego do zaproponowanych przez „Śnieżkę” SA cen minimalnych, co zgodnie z powołanymi powyżej Wytycznymi KE jest również narzędziem mającym na celu kształtowanie cen odsprzedaży. Jest to kolejnym dowodem na to, iż ceny rzekomo sugerowane przez „Śnieżkę” SA nie były cenami rekomendowanymi lecz narzuconymi przez tego przedsiębiorcę.

Przedstawione powyżej przez organ antymonopolowy argumenty świadczą w jego ocenie jednoznacznie o tym, iż „Śnieżka” SA oraz jej odbiorcy uczestniczyli w niedozwolonym porozumieniu ograniczającym konkurencję polegającym na ustaniu minimalnych cen odsprzedaży co w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest porozumieniem o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 tej ustawy. Dowodami świadczącymi o zawarciu tego porozumienia jest przede wszystkim treść umów handlowych zawartych pomiędzy „Śnieżką” SA oraz jej odbiorcami oraz treść aneksów jej towarzyszących oraz przedstawionych powyżej dowodów dodatkowych, z których wynika jednoznacznie fakt ustalania pomiędzy tymi przedsiębiorcami cen minimalnych odsprzedaży jej wyrobów zarówno w sposób bezpośredni jak i pośredni.

Na skutek zawartego porozumienia „Śnieżka” SA posiadała pewność co do wysokości cen minimalnych odsprzedaży jej wyrobów przez odbiorców odbiorcom detalicznym, co jak wynika z jej wyjaśnień złożonych w toku tego postępowania było też jej zamiarem tj. zapobieganie sprzedaży jej wyrobów po cenach nieuczciwych (dumpingowych).

Z kolei odbiorcy podpisując umowy handlowe zawierające takowe zapisy, zrezygnowali ze swobody ustalania stosowanych przez siebie cen gdyż nie mogli sprzedawać wyrobów „Śnieżki” SA poniżej cen minimalnych tj. cen wynikających z cennika. Mogli stosować jedynie ceny cennikowe lub wyższe. Tym samym została im ograniczona możliwość swobodnego ustalania cen sprzedawanych przez siebie wyrobów tego przedsiębiorcy oraz zdolność do bezpośredniego kształtowania w relacji z nabywcą, cen sprzedawanych przez siebie produktów. Zawarte porozumienie uniemożliwiło tym

przedsiębiorcom nieograniczone reagowanie na zaistniałą sytuację na rynku, dostosowywania stosowanych przez siebie cen w zależności od posunięć cenowych konkurentów.

Z drugiej strony natomiast zawarte porozumienie spowodowało, iż odbiorcy z dużą dozą prawdopodobieństwa mogli przewidzieć wysokość stosowanych cen przez innych przedsiębiorców sprzedających wyroby „Śnieżki” SA. Skutkiem tego doszło do ograniczenia rywalizacji cenowej na sprzedaż wyrobów tego przedsiębiorcy, czyli nastąpiło ograniczenie tzw. konkurencji „wewnątrzmarkowej”. „Ustalanie cen, nawet tych, które tylko stanowią cel, wpływa na konkurencję, ponieważ takie docelowe ceny umożliwiają wszystkim uczestnikom kartelu przewidywanie z dużą dozą pewności, jaka będzie polityka cenowa ich konkurentów”¹⁵. W ocenie organu antymonopolowego tego rodzaju porozumienia cenowe powodują bezpośrednie ingerowanie w istotne mechanizmy konkurencji na rozpatrywanym rynku. Jak orzekł Sąd Pierwszej Instancji w jednym ze swoich wyroków¹⁶ przedsiębiorcy wyrażając wspólny zamiar stosowania danego poziomu cen dla swoich towarów, porzucają swoją niezależną politykę cenową, a przez to naruszają reguły konkurencji. Oznacza to, iż każdy z odbiorców „Śnieżki” SA powinien mieć nieograniczoną możliwość swobodnego kształtowania wysokości stosowanych przez siebie cen. Natomiast uczestnicząc w tym porozumieniu ograniczyli oni możliwość swobodnego kształtowania przez siebie cen sprzedaży wyrobów „Śnieżki” SA. Tym samym nie tylko celem ale i skutkiem porozumienia było istotne ograniczenie konkurencji cenowej pomiędzy odbiorcami „Śnieżki” SA, gdyż uniemożliwiło tym przedsiębiorcom sprzedaż wyrobów tego przedsiębiorcy, poniżej cen określonych w umowach handlowych i tym samym ograniczyło możliwość swobodnego kształtowania cen wyrobów.

Należy również wskazać, iż wprowadzenie cen minimalnych powoduje, że ceny na dany produkt są wyższe, aniżeli w warunkach niezakłóconej konkurencji, inaczej bowiem nie byłoby ekonomicznego uzasadnienia ich wprowadzenia. Stąd też ceny stosowane przez odbiorców nie poddane mechanizmom konkurencji kształtowały się na dalszych etapach obrotu na poziomie wyższym, niż w przypadku ukształtowania ich wysokości przez swobodną grę rynkową przedsiębiorców. Tym samym ujemne skutki zawarcia porozumienia były odczuwalne przede wszystkim dla klientów odbiorców tj. hurtowni, sklepów i a także konsumentów, którzy byli zmuszeni do zakupu towarów tego przedsiębiorcy po ustalonych pomiędzy stronami porozumienia cenach. Skutkiem tego ceny uiszczane przez finalnych odbiorców tj. konsumentów, były na wyższym poziomie niż w przypadku poddania ich regulacji mechanizmów konkurencji. Należy w tym miejscu także wspomnieć o tym, iż jak wynika z wyjaśnień „Śnieżki” SA zamiarem tego przedsiębiorcy było właśnie utrzymanie cen na jej wyroby na odpowiednim poziomie tj. takim, który zapobiega „psuciu marki” i zrównania cen do poziomu cen farb jej zdaniem gorszych jakościowo marek.

Tym samym na skutek zawartego porozumienia odbiorcy nie mogli sprzedawać wyrobów „Śnieżki” SA odbiorcom detalicznym po cenach niższych niż wynikające z cennika. Sprzedaż wyrobów „Śnieżki” SA po cenach niższych, mogłaby spowodować utratę upustów w tym i dodatkowych za realizowanie polityki handlowej tego przedsiębiorcy, a nawet rozwiązanie umowy.

Należy również wskazać, iż „Śnieżka” SA w celu zapewnienia sobie pewności co do stosowania się przez odbiorców do zapisów umownych, zastrzegła sobie w umowie prawo monitoringu sprzedaży wyrobów i kontroli w przypadku wątpliwości co do zasad przestrzegania umowy handlowej. Powyższe uregulowania umowne w ocenie organu antymonopolowego dowodzą niezbicie, iż pomiędzy „Śnieżką” SA oraz jej odbiorcami, poprzez zawarcie w umowie handlowej kwestionowanego zapisu, doszło do ustalania cen minimalnych odsprzedaży wyrobów tego przedsiębiorcy, co jest porozumieniem ograniczającym konkurencję o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Powyżej przedstawione informacje i dokumenty potwierdzają powyżej przedstawione stanowisko organu antymonopolowego, iż zapisy zawarte w umowie handlowej świadczą o ustalaniu pomiędzy „Śnieżką” SA oraz odbiorcami tego przedsiębiorcy minimalnych cen odsprzedaży jej

¹⁵ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 17 października 1972r. w sprawie 8/72 Vereeniging van Cementhandelaren p-ko Komisji („Prawo konkurencji Wspólnoty Europejskiej. Orzecznictwo. Orzeczenia ETS z lat 1962-1989, str. 138).

¹⁶ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 9 lipca 2003r. w sprawie T-224/00 Archer Daniels (...) p-ko Komisji (zb. Orz. 2003, II-2597).

wyrobów i są dowodem na zawarcie przez tych przedsiębiorców niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu cen.

Organ antymonopolowy odnosząc się natomiast do argumentów przedstawionych przez strony tego postępowania uznał, iż nie mogą one być uwzględnione.

W tym miejscu organ antymonopolowy pragnie przede wszystkim ustosunkować się do argumentów przedstawionych w toku postępowania przez „Śnieżka” SA. W pierwszej kolejności organ antymonopolowy pragnie odnieść się do opinii prof. Jerzego B., którą „Śnieżka” SA przedstawiła w toku tego postępowania z własnej inicjatywy (karta nr 9526 i 9526a). Przede wszystkim organ antymonopolowy pragnie wskazać, iż Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 2 listopada 2005r. (sygn. akt XVII Ama 72/04) wskazał, iż „prywatne ekspertyzy sporządzone na zlecenie stron lub osób trzecich, przed lub w trakcie postępowania nie stanowią dowodu w sprawie, a jedynie mogą być uznane za wyjaśnienia stanowiące poparcie, z uwzględnieniem wiadomości specjalnych, stanowiska strony - wyrok SN z dnia 12.04.2002r. sygn. akt CKN 92/00 opubl. LEX nr 53932)”. Stąd też organ antymonopolowy przyjął, iż ww. opinia przedstawiona przez „Śnieżkę” SA jest prywatną ekspertyzą tego przedsiębiorcy, nie mniej jednak organ antymonopolowy postanowił ustosunkować się do tej opinii.

Przede wszystkim organ antymonopolowy pragnie wskazać, iż umowy handlowe są dokumentami prawnymi. Prawa i obowiązki stron oraz cel umowy, powinny być wysnuwane na podstawie całości treści umowy oraz dokumentów jej towarzyszących, a nie tylko interpretacji części jej zapisów. Również „Śnieżka” SA reprezentowała takie stanowisko aczkolwiek w kontekście innego problemu. Stąd też analiza czy przedsiębiorcy podpisując umowę handlową zawarli niedozwolone porozumienie ograniczające konkurencję powinna być dokonana mając na uwadze całość treści tej umowy oraz aneksów do niej zawartych, a nie tylko na podstawie jej fragmentu wyrwanego z kontekstu. Dlatego też pomimo niekwestionowanego autorytetu prof. Jerzego B., jego opinia mająca na celu głównie analizę językową części punktu 5.2.6 umowy handlowej nie może być dowodem na brak istnienia porozumienia.

W dalszej kolejności należy wskazać, iż z opinii tej nie wynika, iż dokonano w niej analizy umowy handlowej czy też jej części pod kątem celów zawarcia przedmiotowej umowy handlowej tj. określenia praw i obowiązków stron oraz innych ich zachowań wynikających z realizacji celów dla jakich została ona zawarta. Opinia ta jak zresztą wskazuje jej tytuł jest „Opinią językową dotyczącą znaczenia zapisów umownych” (zwana dalej Opinią). Oznacza to, iż dotyczy ona analizy językowej zapisów tej umowy czy też raczej tylko jej części, a pominięto cele jakie stawiały sobie jej strony podpisując umowę oraz dokumenty jej towarzyszące, w tym też pominięto jej interpretację w świetle uregulowań ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ponieważ z Opinii tej nie wynika jednoznacznie jaki był zakres tej analizy tj. całość czy też tylko fragment umowy, a jeżeli tak to który i rozpoczynający się od jakich słów, ogranicza to możliwość ustosunkowania się przez organ antymonopolowy do tej Opinii. Organ antymonopolowy analizując jednakże jej treść doszedł do wniosku, iż najprawdopodobniej jej przedmiotem była analiza językowa § 5 pkt 5.2.6 umowy handlowej z 2006r.

Według treści pierwszego oraz drugiego akapitu Opinii, przedmiotowy zapis ma w ścisłym sensie charakter raczej zalecenia niż bezwzględnej obligacji, o czym ma świadczyć użycie takich słów jak *zobowiązany jest do dołożenia starań, przejawiać się to powinno*, czy też użycie dwukrotne słowa *zalecenie*. Dalej w Opinii tej jest mowa, iż umieszczenie w końcowej części tekstu sformułowania *dołożenia staranności* może być interpretowane jako sugestia, nie nakaz. W ocenie sporządzającego Opinię, zapis ten dopuszcza uznanie realizacji zalecenia za w znacznym stopniu zależną od oceny sytuacji przez odbiorcę i od jego dobrej woli a nie jako bezwzględny zakaz. Według tej Opinii takiej interpretacji sprzyjają też typowe prawnicze „słabe” sformułowania jak w sposób znaczny (wiersz 4-5) i rażąco niskich (wiersz 8-9), czy też interpretacja dalszych wierszy zawartych na str. 1-2 Opinii. Dalej w opinii tej jest mowa o tym, iż dalsza część tego punktu, a w szczególności jego sformułowania, osłabiają raczej treść tego zobowiązania wobec odbiorcy.

Powyższe oznacza, iż Opinia dot. wybranego fragmentu umowy została sporządzona nie tylko w oderwaniu od celów jej zawarcia ale także została ograniczona tylko do jej fragmentu pomijając w ocenie organu antymonopolowego tak ważną okoliczność, iż fragment ten stanowi części umowy regulującej obowiązki odbiorcy (§ 5). Natomiast zgodnie z definicją wynikającą ze „Słownika języka

polskiego” obowiązek to „konieczność zrobienia czegoś wynikającą z nakazu moralnego lub prawnego; też: to co ktoś musi zrobić powodowany taką koniecznością”, a obowiązki to „czynności i zadania związane z piastowaniem jakiegoś stanowiska, urzędu itp.”¹⁷ Oznacza to, iż w § 5 określono obowiązki odbiorcy, czyli konieczność określonych działań, a nie zalecenia dla odbiorcy. Wynika to również z dalszej treści § 5 tj. pkt 5.2 poprzedzającym pkt 5.2.6 umowy, w którym jest mowa o tym, iż „Odbiorca zobowiązany jest” do określonych działań, czyli jest mowa o obowiązkach odbiorcy oraz sankcjach za ich niewykonanie. Tym samym pkt 5.2.1-5.2.14 umowy, są jedynie rozwinięciem i uszczegółowieniem myśli zawartej w § 5.2 poprzez uszczegółowienie czy też wyliczenia enumeratywne obowiązków odbiorcy. O tym, iż działania te musiał wykonać odbiorca świadczy użycie nie tylko w § 5.2, ale użycie w pkt 5.2.6 umowy sformułowania „odbiorca zobowiązuje się”, który to czasownik (tj. zobowiązać się) zgodnie z „Słownikiem języka polskiego”¹⁸ oznacza „wziąć na siebie jakiś obowiązek”.

Organ antymonopolowy pragnie w tym miejscu również wskazać, iż zdanie, w którym jest mowa o cenach rzekomo sugerowanych, rozpoczyna się od słów „...Odbiorca zobowiązuje się do...”, co dodatkowo wskazuje, iż odbiorca był zobowiązany do zachowania o jakim mowa w dalszej jego części.

Z powyższego wynika jednoznacznie iż, § 5 oraz pkt 5.2 regulują zachowania jakich musiał przestrzegać odbiorca, czyli do których był zobowiązany. Tymczasem przedstawiona przez „Śnieżkę” SA Opinia nie odnosi się w ogóle do całej treści umowy. Ponadto Opinia ta została sporządzona w oderwaniu od brzmienia całego jej § 5, a skupiła się jedynie na analizie językowej jej fragmentu tj. pkt 5.2.6, co wypacza prawdziwe znaczenie § 5 pkt 5.2.6 tej umowy, a użycie w tym punkcie sformułowania „w sugerowanych cenach” jest w istocie tylko „liskiem figowym” dla zawartego porozumienia cenowego.

Ponadto organ antymonopolowy pragnie jeszcze raz wskazać, iż dokonywanie interpretacji umowy handlowej tj. czy zawiera ona zapisy świadczące o zawarciu porozumienia, nie może ograniczyć się jedynie do interpretacji językowej całej czy też nawet tylko jej części. Istotna jest cała treść i kontekst umowy oraz dokumentów jej towarzyszących oraz celu jej zawarcia. Te natomiast tj. groźba rozwiązania umowy w przypadku nie stosowania się do polityki handlowej (§ 13), przewidzenie istnienia w niej systemu kontroli i monitoringu odbiorcy (np. aneks nr 1 pkt 10.14 czy też pkt 5.2.8 umowy), dodatkowe upusty za przestrzeganie polityki handlowej „Śnieżki” SA, czy też zwrot kosztów promocji w przypadku przestrzegania cen świadczą o tym, iż pomiędzy „Śnieżką” SA oraz jej odbiorcami doszło do faktycznego ustalania cen.

Należy w tym miejscu również wskazać, iż zmiana przez „Śnieżkę” SA w umowach obowiązujących na 2007r. brzmienia § 5 pkt 5.2.6, może świadczyć o tym, iż przedsiębiorca ten zdawał sobie sprawę z prawdziwego znaczenia tego zapisu umowy w brzemieniu umów z roku 2005 oraz 2006.

Podsumowując powyższe organ antymonopolowy nie może zgodzić się z przedstawioną Opinią, iż kwestionowany przez organ antymonopolowy zapis umowny ma charakter zalecenia a nie zobowiązania.

„Śnieżka” SA w toku postępowania stwierdziła ponadto, iż zapisy zawarte w umowie handlowej w praktyce nie wywarły żadnych negatywnych skutków na rynku, o czym jej zdaniem ma świadczyć opracowany na jej zlecenie raport rynkowy „Kompleksowa analiza cen w grupie dystrybutorów farb marki Śnieżka” (zwany dalej Raportem - karty od nr 10 289 do nr 10 336). Wnioski wynikające z tego raportu przedstawiono na str. 16 i 18 niniejszej decyzji.

W ocenie organu antymonopolowego ww. Raport sporządzony na zlecenie „Śnieżki” SA podobnie jak ww. Opinia językowa mogą być co najwyżej uznane za dodatkowe wyjaśnienia tego przedsiębiorcy.

Odnosząc się jednak do wyników ww. Raportu należy wskazać, iż jego treść i wyniki nie pozwalają na jednoznaczne wywnioskowanie czy przedsiębiorcy, którzy na jego potrzeby przekazali informacje, w praktyce realizowali zawarte porozumienie, czy też nie. Należy w pierwszej kolejności wskazać, iż w niniejszym postępowaniu postawiono „Śnieżce” SA oraz odbiorcom tego przedsiębiorcy zarzut ustalania cen odsprzedaży poprzez zamieszczenie w umowach handlowych zapisu, iż odbiorcy nie będą sprzedawali wyrobów tego przedsiębiorcy po cenach niższych niż cena

¹⁷ Źródło: <http://sjp.pwn.pl>

¹⁸ tamże

cennikowa. Z tego zapisu umownego wynika więc, iż odbiorcy „Śnieżki” SA zobowiązali się do sprzedaży wyrobów tego przedsiębiorcy po cenach nie niższych niż wynikających z aktualnego cennika.

Natomiast z treści przedstawionego przez „Śnieżkę” SA Raportu nie można wywnioskować, jaka była wysokość ceny sprzedaży przez poszczególnych dystrybutorów tj. czy była poniżej, na poziomie czy powyżej ceny cennikowej.

Raport ten skupia się na analizie średnich marż doliczanych do cen zakupu. Marże są analizowane w tym raporcie w różnym ujęciu i ukazywane są różne tendencje w wysokości ich stosowania. Ponadto raport ten przedstawia procentowe zmiany cen przez poszczególnych dystrybutorów w danych miesiącach, wykazuje brak korelacji pomiędzy zmianami cen poszczególnych odbiorców oraz pokazuje zróżnicowanie cen dystrybutorów w relacji do cen cennikowych.

Wyniki tego raportu wskazują w ocenie organu antymonopolowego jedynie na to, iż odbiorcy ustalali marże i ceny w zróżnicowanej wysokości. Z raportu tego nie wynika natomiast jaka była cena sprzedaży stosowana przez poszczególnych odbiorców tj. czy była niższa, wyższa czy też na poziomie ceny cennikowej. Tym samym z treści Raportu nie można wywnioskować czy kwestionowane przez organ antymonopolowy porozumienie pomiędzy „Śnieżką” SA a jej odbiorcami było faktycznie realizowane czy też nie.

Należy jednak zauważyć, iż nawet jeśli część odbiorców „Śnieżki” SA sprzedawała jej wyroby poniżej cen cennikowych, to nie oznacza to, iż analizowane porozumienie nie zostało zawarte, strony umów nie były jego uczestnikami oraz, że porozumienie to nie miało wpływu na rynek. Raport ten może co najwyżej oznaczać, iż porozumienie to nie było realizowane przez wszystkich jego uczestników czy też, że zachodziły przypadki sprzedaży wyrobów „Śnieżki” SA poniżej cen cennikowych. Stąd też pomimo tego, iż ww. Raport może nam przekazać pewne informacje dotyczące polityki cenowej stron porozumienia, to nie obala jednakże faktu, iż porozumienie to zostało zawarte i było realizowane.

Ponadto jak organ antymonopolowy przedstawił to na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji, o zawarciu niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję świadczy sam fakt podpisania umowy z odbiorcami. Brak stosowania się przez odbiorców do kwestionowanego zapisu w umowie, nie oznacza, że do zawarcia tego porozumienia faktycznie nie doszło, gdyż podpisanie umowy umożliwiałoby przewidzenie polityki cenowej konkurentów. Z tego też względu organ antymonopolowy nie może zgodzić się z twierdzeniem większości stron tego postępowania, iż z racji tego, że nie stosowali w praktyce zapisów umowy to nie uczestniczyli w niedozwolonym porozumieniu ograniczającym konkurencję. Jak wskazała Komisja w decyzji w sprawie przeciwko *Yamaha*, stwierdzającej uczestnictwo tego przedsiębiorcy w porozumieniu ograniczającym konkurencję, fakt istnienia w danym dokumencie klauzuli ograniczającej bezpośrednio lub pośrednio swobodę dystrybutora do ustalania cen odsprzedaży już samo w sobie jest naruszeniem konkurencji.¹⁹ Tym samym brak realizacji porozumienia mógłby mieć co najwyżej wpływ na ocenę szkodliwości zawartego porozumienia, nie może natomiast prowadzić do stwierdzenia, iż w sprawie nie doszło do zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję.

Organ antymonopolowy pragnie również odnieść się do podnoszonej przez „Śnieżkę” SA kwestii, iż powodem wprowadzenia do umowy zapisu aby sprzedaż detaliczna jej wyrobów odbywała się w sugerowanych cenach nie niższych niż cena cennikowa, było zapobieżenie sprzedaży jej wyrobów po cenach nieuczciwych tj. dumpingowych co mogłoby być czynem nieuczciwej konkurencji, oraz w celu tzw. zapobieżenia „psuciu marki” poprzez sprzedaż jej wyrobów po cenach odpowiadających cenom gorszym jakościowo wyrobom.

Odnosząc się do powyższego organ antymonopolowy pragnie wskazać, iż działa przede wszystkim w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Nie oznacza to bynajmniej, iż zmierza do narzucania przedsiębiorcom zachowań sprzecznych z zapisami innych ustaw w tym m.in. z przepisami ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst. jedn. Dz.U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 ze zmian.) czyli np. do odsprzedaży towarów poniżej kosztów ich zakupu. Stosowanie się jednakże przez przedsiębiorców do przepisów tej ustawy nie może skutkować podejmowaniem działań, które mogą świadczyć o naruszeniu przepisów innych ustaw, w tym ustawy

¹⁹ Decyzja w sprawie *Yamaha* (COMP/37.975/PO)

o ochronie konkurencji i konsumentów, takich jak np. zawieranie niedozwolonych porozumień polegających na ustalaniu cen. Każdy przedsiębiorca jest zobowiązany do stosowania się do wszelkich ustaw i nie może podejmować działań zapobiegających naruszeniom jednej ustawy a z drugiej strony powodować naruszenia przepisów innej ustawy tak jak w tym przypadku ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przewiduje środki, które mogą być przez przedsiębiorców podejmowane w przypadku, jeśli uznają oni, iż inny przedsiębiorca mógł dopuścić się naruszenia przepisów tej ustawy. Podejmowanie jednakże takich działań, czy też zapobieganie czynom nieuczciwej konkurencji nie może skutkować zawieraniem niedozwolonych porozumień zakazanych w świetle ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym usprawiedliwieniem zawarcia przez „Śnieżkę” SA z jej odbiorcami niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję nie może być zapobieganie naruszeniu przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. „Śnieżka” SA w przypadku gdyby uznała, iż jej odbiorca naruszył przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji mogła złożyć odpowiedni pozew do sądu powszechnego.

Z kolei odbiorcy „Śnieżki” SA jako profesjonalni uczestnicy rynku, powinni mieć świadomość, zarówno uregulowań zawartych w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jak i w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów tj. jakich działań na rynku nie mogą podejmować aby nie dopuścić się naruszenia przepisów tej ustawy.

W dalszej kolejności organ antymonopolowy pragnie wskazać, iż brak wiedzy o tym, iż ustalanie cen odsprzedaży jest działaniem bezprawnym, czy też niedopatrzenie faktu istnienia w umowie kwestionowanego przez organ antymonopolowy zapisu, nie może usprawiedliwiać działań tych przedsiębiorców. Należy również mieć na uwadze, iż zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny były przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Należy wskazać, iż odbiorcy „Śnieżki” SA mieli możliwość zapoznania się z projektem umowy handlowej. Podpisując umowę przedsiębiorcy zaakceptowali warunki na jakich miała odbywać się współpraca handlowa pomiędzy nimi a „Śnieżką” SA, nie zależnie od tego, że wzór tej umowy został opracowany przez tego przedsiębiorcę. Trzeba również wskazać, iż po podpisaniu umowy, zdecydowana większość przedsiębiorców (za wyjątkiem TIC SA) nie zdystansowała się w jednoznaczny sposób od jej treści, co jedynie potwierdza ich udział w porozumieniu. W opinii Prezesa Urzędu przyzwolenie na zawarcie porozumienia może mieć również charakter milczący. Przedsiębiorca, który ewidentnie nie uczestniczy w niezgodnym z prawem porozumieniu powinien dowieść, że otwarcie zdystansował się od porozumienia. Jak zauważył Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 10 maja 2006 r.: „Przedsiębiorca, który nie tylko otwarcie nie dystansuje się od porozumienia, które ma na celu zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji, ale wręcz stosuje się do jego treści, staje się jego rzeczywistym uczestnikiem. Stwarza w ten sposób, przynajmniej wrażenie, że jego nastawienie jest analogiczne jak konkurentów”²⁰. Podobne stanowisko zajął Sąd Pierwszej Instancji, który w wyroku²¹ rozpatrującym odwołanie od decyzji Komisji Europejskiej uznał, iż porozumienie opiera się na istnieniu zgodności i chęci przynajmniej dwóch stron. Dalej w wyroku tym Sąd uznał, iż jednostronna decyzja przedsiębiorstwa dotycząca jego zachowania nie jest porozumieniem o ile nie uzyska wyraźniej lub domyślnej zgody dystrybutorów na zachowanie producenta. Tym samym podpisanie przez odbiorców treści umowy, nawet jeśli jej postanowienia nie były stosowane w praktyce, należy uznać, za przystąpienie oraz uczestnictwo odbiorców w tym porozumieniu.

²⁰ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 10 maja 2006 r. XVII AmA 13/05

²¹ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 03.12.2003r. w sprawie T-208/01 Volkswagen AG p-ko Komisji (zb.orz. 2003, II-5141)

Organ antymonopolowy pragnie również odnieść się do twierdzenia Polskich Składów Budowlanych SA (zwane dalej PSB SA), iż nie uczestniczyła ona w niedozwolonym porozumieniu ograniczającym konkurencję polegającym na ustalaniu cen, gdyż nie zajmuje się sprzedażą detaliczną tych wyrobów, a sprzedaje je wyłącznie swoim akcjonariuszom, którymi są małe i średnie przedsiębiorstwa z branży budowlanej. W ocenie organu antymonopolowego okoliczność ta nie ma w niniejszej sprawie większego znaczenia. PSB SA podpisując umowę handlową z „Śnieżką” SA zawierającą kwestionowane zapisy, stała się uczestnikiem tego porozumienia. Kwestia, czy w rzeczywistości przedsiębiorca ten dokonuje i realizuje rozważane porozumienie tj. dokonuje sprzedaży detalicznej czy też nie, jest sprawą drugorzędą. Należy w tym miejscu wskazać, iż podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 6 października 2008r. (sygn. akt XVII AmA 92/07), rozpatrującym odwołanie tego przedsiębiorcy od decyzji Prezesa Urzędu stwierdzającej jego udział w porozumieniu wertykalnym z ZTS „GAMRAT” w Jaśle, stwierdził, iż „okoliczność, że akcjonariuszami powoda są przedsiębiorcy prowadzący małe i średnie przedsiębiorstwa w branży budowlanej i osoby fizyczne, sprzedaż tym akcjonariuszom stanowi sprawę powoda. W wyroku tym Sąd uznał, iż udział powoda w porozumieniu umożliwił w sposób pośredni kształtowanie cen na krajowym rynku dystrybucji systemu rynnowego poprzez wzmocnienie siły rynkowej grupy przedsiębiorców, którzy zawarli porozumienie. Z tych względów okoliczności dotyczące tzw. wewnętrznej sytuacji powoda nie mają wpływu na rozstrzygnięcie w sprawie”.

Odnosząc się z kolei do kwestii poruszonej przez „Śnieżka” SA w piśmie z dnia 26.06.2009r., w którym wskazała, iż w 2005r. otrzymała od Delegatury UOKiK w Katowicach obszerne pismo zawierające wezwanie do udzielenia odpowiedzi na ok. 55 szczegółowych pytań w tym m.in. prośbę o przesłanie kopii trzech przykładowych umów dla każdego z kanału dystrybucji. W odpowiedzi na to pismo „Śnieżka” SA przesłała kopie trzech przykładowych umów obowiązujących w 2005r. wraz z aneksami zawartych z odbiorcami i dystrybutorami. Zatem organ antymonopolowy miał wiedzę o treści zapisów umownych występujących w umowie handlowej już w 2005r., jednakże „Śnieżka” SA nie otrzymała wówczas żadnego pisma w tej sprawie, informującego o zaistnieniu jakichkolwiek wątpliwości w odniesieniu do stosowanych wzorców umów. W związku z tym „Śnieżka” SA pozostawała w tamtym okresie w uzasadnionym przeświadczeniu, iż organ antymonopolowy zapoznał się z stosowanym w spółce wzorem umowy handlowej i zaakceptował go jako nie naruszający przepisów prawa. W konsekwencji „Śnieżka” SA w dalszej praktyce zawierania umów handlowych według przyjętego wzoru działała w pełnym zaufaniu do organu państwa jakim jest Prezes UOKiK oraz do instytucji demokratycznego państwa. W ocenie „Śnieżka” SA brak jakichkolwiek działań w okresie niemal dwóch lat tj. od czerwca 2005r. do kwietnia 2007r. jest zdaniem przedsiębiorcy bardzo zastanawiający. Tego rodzaju praktyka narusza podstawowe zasady wyrażone w k.p.a.

W ustosunkowaniu się do powyższego organ antymonopolowy pragnie wskazać, iż kompetencje Prezesa Urzędu wynikają z przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z przepisów tej ustawy, a w szczególności z jej art. 31 (oraz art. 28 uprzednio obowiązującej) wynika, iż do zadań Prezesa Urzędu należy m.in. sprawowanie kontroli przestrzegania przez przedsiębiorców przepisów ustawy, wydawanie decyzji w sprawach m.in. praktyk ograniczających konkurencję, prowadzenie badań stanu koncentracji gospodarki oraz zachowań rynkowych przedsiębiorców. W celu realizacji tych zadań Prezes Urzędu, zgodnie z ustawą może przeprowadzać postępowania wyjaśniające oraz tzw. postępowania sformalizowane. Postępowania wyjaśniające mogą dotyczyć np. badań rynku czy też uprawdopodobnienia naruszenia przepisów ustawy. Badania rynku są zwykle prowadzone przez organ antymonopolowy w celu prowadzenia stanu konkurencji i koncentracji poszczególnych sektorów gospodarki i stanowią instrument realizacji zadań Prezesa UOKiK wskazanych w art. 31 ustawy. Wyniki tych badań mogą być wykorzystywane w konkretnych działaniach orzeczniczych, a także mogą ujawniać określone stany faktyczne, które są niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów np. w przypadku gdy badanie rynku objęło analizy umów, a te z kolei zawierają postanowienia niezgodne z art. 6 tej ustawy.

Postępowania wyjaśniające prowadzone są w sprawie a nie przeciwko konkretnemu przedsiębiorcy. Stąd też brak jest stron w tego rodzaju postępowaniach, a przedsiębiorcy do których organ antymonopolowy zwrócił się o przekazanie informacji w toku postępowania, nie korzystają z uprawnień strony przewidzianych w k.p.a, w tym nie są informowani o ustaleniach poczynionych w ich toku.

W nawiązaniu do powyższego organ antymonopolowy pragnie wskazać, iż organ antymonopolowy istotnie w 2005r. zwrócił się do tego przedsiębiorcy o udzielenie pewnych informacji oraz przekazanie kopii kilku przykładowych umów handlowych wówczas obowiązujących. Wezwanie do udzielenia tych informacji zostało przez organ antymonopolowy wystosowane m.in. do „Śnieżki” SA w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku krajowego produkcji i sprzedaży farb i lakierów. Celem tego badania było ustalenie stanu koncentracji na rynku krajowym produkcji i dystrybucji farb i lakierów, o czym przedsiębiorcy objęci badaniem byli informowani w treści wezwań do udzielenia informacji. Badanie to było przeprowadzane w okresie od maja 2005r. do lipca 2006r. Ponieważ w efekcie tego badania organ antymonopolowy ustalił, iż m.in. „Śnieżka” SA może stosować praktyki ograniczające konkurencję, w kwietniu 2007r. organ antymonopolowy w celu uprawdopodobnienia powyższego wszczął postępowanie wyjaśniające w tej sprawie, które zakończyło się w październiku 2007r. Ustalenia tego postępowania dały postawę do wszczęcia w grudniu 2007r. niniejszego postępowania antymonopolowego.

Ponieważ jak wskazano to powyżej, badanie rynku jest prowadzone w formie postępowania wyjaśniającego, w którym nie ma stron postępowania, organ antymonopolowy ani nie miał obowiązku ani też nie posiadał uprawnień wynikających zarówno z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jak i k.p.a. do informowania „Śnieżki” SA o ustaleniach poczynionych w toku tego badania, w tym też do informowania tego przedsiębiorcy, czy zapisy stosowanych przez niego umów handlowych naruszają przepisy tej ustawy czy też są z nią zgodne.

Trzeba również wskazać, iż nawet w przypadku postępowań, w których występują strony postępowania, obowiązek informowania przez organ administracji stron i uczestników postępowania wynikający z art. 9 k.p.a. jest w orzecznictwie sądowym interpretowany wąsko w przypadku tzw. profesjonalistów-przedsiębiorców. Art. 9 k.p.a. nie zwalnia tych podmiotów od dołożenia należytych starań, aby zapoznać się z przepisami regulującymi ich uprawnienia i obowiązki wynikające z prowadzenia tej działalności²². „Śnieżka” SA w celu ustalenia czy zapisy jej umów handlowych są zgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, mogła zlecić wykonanie takiej analizy profesjonalnie obsłudze prawnej lub też dokonać takiej analizy samodzielnie. Organ antymonopolowy nie jest natomiast ani uprawniony ani też zobowiązany do udzielania porad prawnych, co znajduje potwierdzenie w orzecznictwie Naczelnego Sadu Administracyjnego. Obowiązek taki nie wynika również z przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Biorąc powyższe ustalenia pod uwagę, organ antymonopolowy zawarcie porozumienia o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznał za udowodnione.

Zgodnie z art. 10 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli organ antymonopolowy stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 6 tej ustawy, wydaje decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję i nakazuje zaniechanie jej stosowania. Jednocześnie art. 11 ust. 2 przedmiotowej ustawy stanowi, że powyższej decyzji nie wydaje się w przypadku, gdy zachowanie rynkowe przedsiębiorcy przestało naruszać zakazy określone w art. 6. W takim przypadku wydaje się decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję i stwierdza zaniechanie jej stosowania.

W okolicznościach przedmiotowej sprawy jak wykazano powyżej zachodzą przesłanki pozwalające na stwierdzenie, iż przedsiębiorcy, wyszczególnieni w punkcie I.a niniejszej decyzji, naruszyli art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez zawarcie niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej farb, lakierów i wyrobów pomocniczych, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży towarów, poprzez ustalanie w umowach handlowych dotyczącymi sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA w Lubzinie, cen sprzedaży tych towarów przez przedsiębiorców. Uregulowania te obowiązywały do końca 2006r.

Jak wskazano powyżej z wzoru umowy handlowej obowiązującej od 2007r. zawieranej pomiędzy „Śnieżka” SA oraz jej odbiorcami (karty od nr 484 do nr 492) wynika, iż jej treść była w zdecydowanej większości tożsama w uregulowaniach zawartymi w umowie obowiązującej w 2006r. Nieznacznie zmieniono jedynie brzmienie § 5 tej umowy. W szczególności „Śnieżka” SA w tym

²² M.Jaśkowska, A.Wróbel. Kodeks postępowania administracyjnego. Komentarz. LEX, 2009r. Wyd. III.

paragrafie umowy zobowiązała odbiorców do dołożenia staranności aby sprzedaż detaliczna jej wyrobów odbywała się w sugerowanych cenach, które w sposób znaczny i nieuzasadniony nie będą odbiegać od ceny cennikowej wyrobu zgodnie z cennikiem, o którym mowa w § 9 tej umowy, tj. cennikiem z dnia wskazanego w tym przepisie umowy. Zgodnie z § 13 wzoru umowy, została ona zawarta na okres od 02.01.2007r. do 31.12.2007r. W oparciu o powyższy wzór zostały podpisane umowy obowiązujące w 2007r. (karta od nr 327 do nr 483).

Tym samym „Śnieżka” SA w umowach handlowych obowiązujących w 2007r. w porównaniu do roku 2006r. i 2005r. zobowiązała odbiorców do stosowania cen nie odbiegających znacznie od cen cennikowych, zrezygnowała natomiast z zapisu, iż zobowiązuje odbiorcę do dołożenia staranności aby sprzedaż detaliczna jej wyrobów odbywała się w sugerowanych cenach nie niższych niż cena cennikowa wyrobu zgodnie z cennikiem o jakim mowa w § 9 umowy tj. z cennikiem aktualnym w momencie podpisania umowy, który wszedł w życie w dniu wskazanym w tym punkcie umowy obowiązującej w 2007r. To oznacza w ocenie organu antymonopolowego, iż „Śnieżka” SA oraz odbiorcy tego przedsiębiorcy w umowach handlowych obowiązujących na 2007r. zaprzestali ustalania cen minimalnych odsprzedaży wyrobów „Śnieżka” SA. Stąd też należy przyjąć, iż zarzucane tym przedsiębiorcom porozumienie przestało obowiązywać z dniem 01.01.2007r.

Jedynie w przypadku jednego przedsiębiorcy tj. Przedsiębiorstwa Handlowego „Kontrakt” Bernard Dyka, Łukasz Dyka sp.j. w Toruniu, zaniechanie kwestionowanej praktyki nastąpiło z dniem 06.05.2006r. tj. z chwilą rozwiązania umowy z „Śnieżką” SA (karta nr 1368).

Oznacza to, iż z datą tą wymienieni przedsiębiorcy, zaprzestali stosowania niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku sprzedaży hurtowej farb, lakierów i wyrobów pomocniczych, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży towarów, poprzez ustalanie w umowach handlowych dotyczących sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżka” SA w Lubzinie, cen sprzedaży tych towarów przez przedsiębiorców wskazanych w punkcie I.a sentencji niniejszej decyzji, co stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stąd też należało orzec jak w punkcie I.a sentencji niniejszej decyzji.

b) Po przeprowadzeniu niniejszego postępowania organ antymonopolowy uznał za uzasadnione umorzenie na podstawie art. 105 k.p.a., niniejszego postępowania w stosunku do Towarzystwa Jednolitych Cen SA w Katowicach.

W przedmiotowym postępowaniu TIC SA jako odbiorcy „Śnieżki” SA został również postawiony zarzut naruszenia art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez ustalanie wraz z „Śnieżką” SA cen minimalnych odsprzedaży wyrobów tego przedsiębiorcy.

Zgodnie z art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi podstawę powyższego zarzutu, zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające w szczególności na ustalaniu bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów.

Warunkiem dla stwierdzenia naruszenia powyższego zakazu jest dowiedzenie, że przedsiębiorcy którym stawia się zarzut, zawarli między sobą „porozumienie”. Porozumienie takie zgodnie z przepisami ustawy antymonopolowej może przybierać różne formy. Zgodnie z art. 4 pkt 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez porozumienia rozumie się:

- a) umowy zawierane między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami oraz niektóre postanowienia tych umów,
- b) uzgodnienia dokonane w jakiegokolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub ich związki,
- c) uchwały lub inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych.

Niezależnie od formy, w jakiej dochodzi do zawarcia porozumienia oraz od tego, czy porozumienie ma charakter horyzontalny, czy – jak w przedmiotowej sprawie – wertykalny, o jego istnieniu decyduje zgodność woli dwóch lub więcej podmiotów gospodarczych wyrażona bądź to poprzez zawarcie umowy w sensie cywilnoprawnym, bądź poprzez określone zachowania faktyczne. Porozumieniem są zatem skoordynowane zachowania podejmowane w jakikolwiek sposób, które

charakteryzuje dobrowolne ograniczenie pełni swobody decyzyjnej w zakresie kształtowania przez uczestników rynku własnej i powiązanej z ryzykiem strategii rynkowej.

W ocenie organu antymonopolowego w odniesieniu do zachowań będących przedmiotem niniejszego postępowania nie doszło do zawarcia porozumienia w powyższym znaczeniu pomiędzy „Śnieżką” SA a TIC SA.

Postawienie TIC SA przez organ antymonopolowy zarzutu zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję wynikało z faktu, iż w toku postępowania wyjaśniającego poprzedzającego niniejsze postępowanie ustalono, iż przedsiębiorca ten tak jak i pozostali przedsiębiorcy wyszczególnieni w punkcie I sentencji niniejszej decyzji podpisał umowę handlową z „Śnieżką” SA zawierającą takie same postanowienia dotyczące cen minimalnych odsprzedaży towarów jak w przypadku pozostałych stron tego postępowania, szczegółowo opisanych na stronach od 22 do 27 niniejszej decyzji.

Jednakże TIC SA w toku postępowania antymonopolowego, pismem z dnia 27.04.2009r. (karta nr 9615) przesłał kopię pisma z dnia 23.03.2005r. skierowanego do „Śnieżki” SA, podpisanego przez członków zarządu TIC SA i złożonego osobiście w dniu 24.03.2005r. w siedzibie „Śnieżka” SA (karta nr 9617), co poświadcza podpis członka zarządu tego przedsiębiorcy. W treści tego pisma TIC SA poinformował „Śnieżkę” SA, iż umowa z dnia 03.01.2005r. nr 10/2005 w części objętej § 5 ustęp 5.2 jest sprzeczna z obowiązującymi przepisami prawa tj. art. 5 ust. 1 obowiązującej wówczas ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym to przepisem zakazane są porozumienia polegające na ustalaniu bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów. Tego rodzaju porozumienie nie jest w drodze rozporządzenia wyłączeniem spod zakazu stosowania niedozwolonych porozumień ograniczających konkurencję. Ponadto TIC SA w piśmie tym zajął stanowisko, iż tego rodzaju uregulowania pomiędzy przedsiębiorcami mogą stanowić naruszenie art. 81 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską z dnia 25 marca 1957 (tekst jedn. DZ.Urz. UE.C Nr 325, poz. 33). Dlatego też w tej sytuacji uchyla się od wykonywania § 5 ust. 5.2 wskazanej umowy handlowej oraz towarzyszącej jej Deklaracji Przestrzegania Zasad Sprzedaży (karta nr 9616). Na dowód niestosowania się do tego porozumienia TIC SA przesłało przykładowe faktury poświadczające niestosowanie się do zawartego porozumienia (karty od nr 9618 do nr 9644).

Z kolei w zakresie umowy handlowej zawartej ze „Śnieżką” SA obowiązującej w 2006r. TIC SA (karty od nr 716 do nr 723) co prawda podpisał tą umowę lecz, zawarł w niej dodatkowy zapis „Nie stosować § 5 pkt 5.2.6 w zakresie w jakim narusza przepisy ustawy z 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (art. 5 ust. 1)” (karta nr 718 verte).

Jak uzasadnił to już powyżej organ antymonopolowy przedsiębiorca, który ewidentnie nie uczestniczy w niezgodnym z prawem porozumieniu powinien dowieść, że otwarcie zdystansował się od porozumienia. Podobnie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 10 maja 2006 r. stwierdził iż „Przedsiębiorca, który nie tylko otwarcie nie dystansuje się od porozumienia, które ma na celu zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji, ale wręcz stosuje się do jego treści, staje się jego rzeczywistym uczestnikiem. Stwarza w ten sposób, przynajmniej wrażenie, że jego nastawienie jest analogiczne jak konkurentów”²³. Tożsame stanowisko zajął również Sąd Pierwszej Instancji, który w wyroku²⁴ rozpatrującym odwołanie od decyzji Komisji Europejskiej uznał, iż porozumienie opiera się na istnieniu zgodności i chęci przynajmniej dwóch stron. Dalej w wyroku tym Sąd uznał, iż jednostronna decyzja przedsiębiorstwa dotycząca jego zachowania nie jest porozumieniem o ile nie uzyska wyraźniej lub domyślnej zgody dystrybutorów na zachowanie producenta.

W okolicznościach niniejszej sprawy, jak wykazano powyżej TIC SA co prawda podpisał umowy handlowe opracowane przez „Śnieżka” SA zarówno za rok 2005 jak i 2006, jednakże krótko po ich podpisaniu czy też nawet w ich treści oświadczył, iż nie będzie stosował zapisów mówiących o obowiązku odsprzedaży towarów „Śnieżka” SA po cenach nie niższych niż wynikające z cennika, gdyż zapisy te naruszają przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie zakazu ustalania cen odsprzedaży.

²³ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 10 maja 2006 r. XVII AmA 13/05

²⁴ Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z dnia 03.12.2003r. w sprawie T-208/01 Volkswagen AG p-ko Komisji (zb.orz. 2003, II-5141)

Oznacza to, iż zapisy zawarte w umowie handlowej na rok 2005 i 2006 opracowanej przez „Śnieżkę” SA nie uzyskały akceptacji ze strony TIC SA. Tym samym przedsiębiorca ten w jednoznaczny sposób zdystansował się od porozumienia. W konsekwencji powyższego należy uznać, iż TIC SA nie był uczestnikiem porozumienia ograniczającego konkurencję o jakim mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i tym samym nie naruszył tego przepisu ustawy.

Stosownie do art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w sprawach w niej nieuregulowanych, do postępowania przed organem antymonopolowym stosuje się – z wyłączeniem spraw dotyczących dowodów (art. 84 tej ustawy) – przepisy ustawy Kodeks postępowania administracyjnego. Art. 105 K.p.a. stanowi, że gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania. „...Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a wobec tego nie można wydać decyzji załatwiającej sprawę przez rozstrzygnięcie co do istoty. Przesłanka umorzenia postępowania może istnieć jeszcze przed wszczęciem postępowania, co zostanie ujawnione dopiero w toczącym się postępowaniu, a może ona powstać także w czasie trwania postępowania, a więc w sprawie już zawisłej przed organem administracyjnym” (B. Adamiak i J. Borkowski – Kodeks postępowania administracyjnego – Komentarz, C.H. BECK, Warszawa 1996, str. 462).

Ponieważ jak uzasadnił to powyżej organ antymonopolowy na podstawie zebranych w tym postępowaniu informacji, TIC SA nie był uczestnikiem rozważanego porozumienia, postawienie mu zarzutu naruszenia art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest bezprzedmiotowe.

Z uwagi na powyższe postępowanie w sprawie zawarcia przez TIC SA z „Śnieżka” SA niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję należy uznać za bezprzedmiotowe i umorzyć postępowanie w tym zakresie.

Stąd też orzeczono jak w punkcie I.b sentencji niniejszej decyzji.

c) Artykuł 106 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, iż organ antymonopolowy może nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu określonego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 6 tej ustawy, w zakresie niewyłączonym na podstawie art. 7 i 8. Rozstrzygnięcie w przedmiocie nałożenia administracyjnej kary pieniężnej posiada więc fakultatywny charakter.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniana jest wysokość nakładanych na przedsiębiorców kar. Jednakże art. 111 tej ustawy stanowi, że przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych o których mowa w art. 106-108, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie jej przepisów. Jest rzeczą oczywistą, iż na wysokość kary musi mieć także wpływ stopień zagrożenia lub naruszenia interesu publicznoprawnego stosowanymi praktykami ograniczającymi konkurencję. Ponadto w orzecznictwie wskazuje się, że w przypadku kar za stosowanie praktyk ograniczających konkurencję przesłankami, które należy brać pod uwagę są: potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy, skutki praktyki dla konkurencji lub kontrahentów, dopuszczalny poziom kary wynikający z przepisów ustawy oraz cele, jakie kara ma osiągnąć²⁵. Nałożona przez organ antymonopolowy kara pieniężna powinna pełnić przy tym funkcję represyjną tj. stanowić dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a także prewencyjną czyli dyscyplinującą (tj. zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości).

W pkt I sentencji niniejszej decyzji uznano za praktykę ograniczającą konkurencję i naruszającą zakaz, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zawarcie przez strony niniejszego postępowania porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku krajowym sprzedaży hurtowej farb, lakierów i wyrobów pomocniczych, polegającego na bezpośrednim ustalaniu cen sprzedaży towarów, poprzez ustalanie pomiędzy „Śnieżką” SA oraz

²⁵ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 27.06.2000 r., I CKN 793/98.

wskazanymi w punkcie I.a sentencji niniejszej decyzji odbiorcami, z którymi przedsiębiorca ten zawarł umowy handlowe dotyczące sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA w Lubzinie, cen sprzedaży tych towarów przez wyszczególnionych w tym punkcie decyzji, przedsiębiorców.

Ustalając wysokość kary pieniężnej organ antymonopolowy w pierwszej kolejności dokonał oceny natury stwierdzonego w niniejszej decyzji naruszenia. Ponieważ przedmiotowe porozumienie ograniczające konkurencję zawiązane zostało między podmiotami działającymi na różnych szczeblach obrotu czyli było porozumieniem tzw. „wertykalnym” a przedmiotem tego porozumienia było ustalanie cen odsprzedaży wyrobów „Śnieżki” SA przez jej odbiorców, w ocenie organu antymonopolowego zawarcie tego porozumienia stanowi poważne naruszenie prawa konkurencji. Na skutek niniejszego porozumienia „Śnieżka” SA umożliwiła sobie utrzymanie cen na sprzedaż jej wyrobów na odpowiadającym jej poziomie. Ponadto na skutek tego porozumienia ograniczono odbiorcom możliwość swobodnego ustalania cen wyrobów „Śnieżki” SA i tym samym możliwość bezpośredniego kształtowania w relacji z nabywcą, cen sprzedawanych przez siebie produktów. Tym samym zawarte porozumienie uniemożliwiło odbiorcom „Śnieżki” nieograniczone reagowanie na zaistniałą sytuację na rynku oraz dostosowywania stosowanych przez siebie cen w zależności od posunięć cenowych konkurentów tj. innych odbiorców. Oznacza to, iż bezpośredni skutek tego porozumienia był odczuwalny przede wszystkim dla klientów tych odbiorców w tym i indywidualnych konsumentów.

Stąd też organ antymonopolowy kwestionowane porozumienie zaliczył do poważnego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przy ustalaniu kary pieniężnej wzięto również w dalszej kolejności pod uwagę specyfikę rynku, na którym doszło do zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję oraz specyfikę działalności „Śnieżki” SA. Rozważając powyższe organ antymonopolowy uznał, iż pomimo tego że farby i lakiery aczkolwiek są produktami istotnymi dla odbiorców, to nie stanowią artykułu pierwszej potrzeby i nie można im przypisać cechy niezbędności. Ponadto organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż rynek farb, lakierów i wyrobów pomocniczych jest rynkiem, na którym nie występują istotne bariery rozpoczęcia działalności. Organ antymonopolowy uwzględnił również fakt, iż skutki zawartego porozumienia są odwracalne, o czym świadczy zaniechanie stosowanej praktyki i wykreślenie z umów handlowych zapisów świadczących o zawartym porozumieniu.

Ponadto organ antymonopolowy wziął pod uwagę strukturę rynku krajowego tj. iż jest to rynek konkurencyjny, aczkolwiek „Śnieżka” SA jest bardzo znacznym uczestnikiem tego rynku, a jej marka jest rozpoznawalna wśród konsumentów.

Organ antymonopolowy wziął również pod uwagę negatywne skutki stwierdzonego porozumienia, które wynikają nie tylko z stosowania w praktyce cen na poziomie wynikającym z umowy handlowej, ale z samego faktu zawarcia w umowie handlowej zapisu na skutek którego uległa zmniejszeniu niepewność co do poczynań konkurentów w zakresie ustalania cen, co jest wystarczającą przesłanką do uznania, iż porozumienie wywołało na rynku niekorzystne skutki.

Biorąc jednakże pod uwagę specyfikę rynku krajowego sprzedaży hurtowej farb, lakierów i wyrobów pomocniczych, organ antymonopolowy uznał, iż zawarte porozumienie nie wpłynęło w bardzo negatywny sposób na stan konkurencji na tym rynku, dlatego też konkurencyjny charakter tego rynku, miał wpływ na obniżenie kwoty kary pieniężnej ustalonej na poprzednim etapie.

Ponadto na wymiar kary pieniężnej miał wpływ fakt, iż porozumienie to miało długotrwały charakter tj. w zdecydowanej większości przedsiębiorców trwało co najmniej rok co znalazło też odzwierciedlenie w wysokości kary pieniężnej przyjętej do dalszych wyliczeń. Natomiast przedsiębiorcom, którzy uczestniczyli w tym porozumieniu krócej niż rok nie podwyższano kary pieniężnej z tytułu długotrwałości porozumienia.

Indywidualizując na dalszym etapie ustalania kar ich wysokość dla poszczególnych stron tego postępowania, organ antymonopolowy uznał, iż zgromadzony w tym postępowaniu materiał dowodowy oraz dokonana jego ocena, a w szczególności antykonkurencyjny skutek stwierdzonej praktyki, w pełni uzasadnia nałożenie na strony tego postępowania kar pieniężnych w poniżej przedstawionej wysokości.

Z uwagi na ten sam przedmiot porozumienia oraz podobne przesłanki łagodzące oraz obciążające odbiorców „Śnieżka” SA, uzasadnienia kar dla tych przedsiębiorców są podobne. Nie oznacza to jednakże, iż wysokość kar nie została zindywidualizowana. W przypadku każdej strony tego porozumienia kary były ustalane na podstawie wysokości ich przychodów. Szczegółowy sposób ustalania wysokości kar jest przedstawiony w załącznikach od nr 2 do nr 7 niniejszej decyzji. Załączniki te zawierają informacje stanowiące tajemnice przedsiębiorców, do których zostało stronom tego postępowania ograniczone prawo wglądu na wcześniejszych etapach postępowania. Przedstawienie szczegółowych wyliczeń kar pieniężnych oraz algorytmu ich ustalania także w przypadku przedsiębiorców, których przychody nie zostały utajnione, oznaczałoby ujawnienie w sposób pośredni informacji, do których ograniczono prawo wglądu. Stąd też organ antymonopolowy ograniczył się w uzasadnieniu wysokości nakładanych kar do wskazania przesłanek mających wpływ na ich wysokość.

1. Postanawiając o wysokości kary pieniężnej nakładanej na „Śnieżkę” SA, organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca ten uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez tego przedsiębiorcę, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia a w szczególności to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze wytwarzane przez „Śnieżkę” SA na skutek czego ceny kształtowały się na rynku na poziomie wyższym niż w przypadku podania ich swobodnemu mechanizmowi konkurencji.

Za okoliczność obciążającą tego przedsiębiorcę uznano przede wszystkim to, iż przedsiębiorca był inicjatorem porozumienia, gdyż to „Śnieżka” SA opracowała wzór umowy handlowej oraz załączników, które były następnie przedkładane do podpisu odbiorcom. Zatem to właśnie ten przedsiębiorca jest przede wszystkim odpowiedzialny za zawarte porozumienie.

Oceniając stopień zawinienia „Śnieżki” SA organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż przedsiębiorca ten prowadzi od wielu lat działalność gospodarczą oraz dysponuje wystarczająco długim doświadczeniem wynikającym z działalności na rynku, aby zdawać sobie sprawę z ograniczeń jakie nakłada na przedsiębiorców ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Celem działania „Śnieżki” SA było posiadanie wpływu na wysokość cen odsprzedaży stosowanych przez jej odbiorców na dalszych etapach dystrybucji, co daje podstawę do uznania, iż jej działanie miało charakter umyślny i było świadome antykonkurencyjnych skutków takiego zachowania. Jak słusznie wskazał Europejski Trybunał Sprawiedliwości w wyroku z dnia 11.07.1989r. w sprawie 246/86 S.C. Belasco i inni p-ko Komisji Wspólnot Europejskich (Zb.Orz. 1989, 2117), aby naruszenie było traktowane jako popełnione umyślnie nie jest konieczne aby „przedsiębiorstwo było świadome naruszenia reguł konkurencji, wystarcza natomiast aby nie mogło być nieświadome, że sporne zachowanie miało na celu ograniczenie konkurencji”.

Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „Śnieżkę” SA organ antymonopolowy wziął również pod uwagę okoliczność łagodzącą w postaci zaniechania stosowania porozumienia co prawda przed wszczęciem postępowania antymonopolowego ale po wszczęciu postępowania wyjaśniającego w sprawie badania rynku farb i lakierów oraz przekazaniu na wezwanie tego organu kilku przykładowych umów handlowych. Było to z pewnością powodem zweryfikowania przez „Śnieżkę” SA zapisów jej umów handlowych pod kątem zgodności z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz w konsekwencji zmiany z jej inicjatywy kwestionowanych przez organ antymonopolowy zapisów, w umowach obowiązujących w 2007r.

Ponadto za okoliczność łagodzącą organ antymonopolowy uznał brak stosowania w praktyce przez tego przedsiębiorcę środków odwetowych za ewentualną sprzedaż jej wyrobów po cenach innych niż wynikające z jej cennika, o czym świadczy stanowisko zdecydowanej większości odbiorców w tym postępowaniu.

Należy również zauważyć, iż miarkując wymiar kary pieniężnej w niniejszej sprawie, organ antymonopolowy miał także na względzie pogląd wyrażony przez Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 08.11.2004r., zgodnie z którym przy przesadnym uwzględnianiu w uzasadnieniach decyzji organu antymonopolowego okoliczności

łagodzących, nakładane na przedsiębiorców kary pieniężne mogą nie osiągnąć skutku prewencyjnego, zwłaszcza w zakresie prewencji ogólnej²⁶.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na „Śnieżka” SA kary pieniężnej w wysokości 854 531 PLN (słownie: osiemset pięćdziesiąt cztery tysiące pięćset trzydzieści jeden złotych), stanowiącej ok. (...%) kary maksymalnej (tajemnica przedsiębiorcy – załącznik nr 2 do niniejszej decyzji) jaka mogłaby być na nią nałożona za udział w tym porozumieniu.

2. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na AB Bechcicki Sp. z o.o. we Wrocławiu organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 303 247 PLN (słownie: trzysta trzy tysiące dwieście czterdzieści siedem złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

3. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Dariusza M. P.H.U Art-Decor w Białej-Podlaskiej organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż

²⁶ Wyrok SOKIK z dnia 08.11.2004r. sygn. akt XVII Ama 81/03.

doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości: 12 507 PLN (słownie: dwanaście tysięcy pięćset siedem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

4. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowo-Produkcyjne „KIM” Sp. z o.o. w Warszawie organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 147 936 PLN (słownie: sto czterdzieści siedem tysięcy dziewięćset trzydzieści sześć złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

5. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „JASAM” Sp. z o.o. w Olsztynie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 171 800 PLN (słownie: sto siedemdziesiąt jeden tysięcy osiemset złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

6. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „Remont” Przedsiębiorstwo Zaopatrzeniowe M.Markiewicz, A.Markiewicz, M.Markiewicz sp.j. w Słupsku, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która

to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 11 337 PLN (słownie: jedenaście tysięcy trzysta trzydzieści siedem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

7. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „Elektro-Merc” Andrzej i Maria Rzepeccy sp.j. w Lublinie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod

uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 25 968 PLN (słownie: dwadzieścia pięć tysięcy dziewięćset sześćdziesiąt osiem złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

8. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Kwasek i spółka sp.j. w Sandomierzu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 10 122 PLN (słownie: dziesięć tysięcy sto dwadzieścia dwa złote), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

9. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Firmę Handlową „Katpol” K.Chwałek i T.Chwałek sp.j. w Szczucinie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która

to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 28 430 PLN (słownie: dwadzieścia osiem tysięcy czterysta trzydzieści złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

10. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „Firmę Handlowo-Usługowa Mak-Chemia, M.Osiński i B.Półtorak-Osińska spółka jawna” w Elblągu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod

uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 103 457 PLN (słownie: sto trzy tysiące czterysta pięćdziesiąt siedem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 2 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

11. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Włodzimierza M. Handel Hurtowy s.c. „Z.W. M.” w Zawierciu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1 678 PLN (słownie: tysiąc sześćset siedemdziesiąt osiem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu, za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Zofia Mizera.

12. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Zofię M. Handel Hurtowy s.c. „Z.W. M.” w Zawierciu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym

na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1 678 PLN (słownie: tysiąc sześćset siedemdziesiąt osiem złotych, stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu, za które to zobowiązanie odpowiada solidarnie Włodzimierz Mizera.

13. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Mirosława K. P.H.U. „EKO-CHEM” w Gorzowie Wielkopolskim, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod

uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 2 269 PLN (słownie: dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt dziewięć złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

14. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Marka M. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe – Marek M. w Łodzi, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 84 348 PLN (słownie: osiemdziesiąt cztery tysiące trzysta czterdzieści osiem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

15. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Marka W. Firma Handlowo-Produkcyjna „CHEMPAK” Skład Chemiczno-Budowlano-Metalowy w Brzesku, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 44 021 PLN (słownie: czterdzieści cztery tysiące dwadzieścia jeden złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

16. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Leszka Ć. Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe „Wellman” w Sławkowie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1000 PLN (słownie: tysiąc złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

17. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Danutę Beatę W. Firma Handlowo-Usługowa „Erfarb” w Jaworznie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 12 278 PLN (słownie: dwanaście tysięcy dwieście siedemdziesiąt osiem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

18. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorstwo Handlowe „Contrakt” Bernard Dyka, Łukasz Dyka sp.j. w Toruniu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów. W przypadku tego przedsiębiorcy organ antymonopolowy jako przesłankę łagodzącą uwzględnił również fakt zaniechania przedmiotowego porozumienia wcześniej niż w przypadku pozostałych odbiorców, co wskazano w sentencji niniejszej decyzji.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1 348 PLN (słownie: tysiąc trzysta czterdzieści osiem złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

19. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „FARBUD” Sp. z o.o. w Lublinie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 77 756 PLN (słownie: siedemdziesiąt siedem tysięcy siedemset pięćdziesiąt sześć złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

20. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Stanisława O. Firma „FARBOL” w Nowym Sączu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 10 164 PLN (słownie: dziesięć tysięcy sto sześćdziesiąt cztery złote), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 3 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

21. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Grupę Polskie Składy Budowlane SA w Wełeczcu, poczta: Busko-Zdrój, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 2 069 810 PLN (słownie: dwa miliony sześćdziesiąt dziewięć tysięcy osiemset dziesięć złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

22. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Tadeusza Ć. Przedsiębiorstwo-Produkcyjno-Handlowo-Usługowe „CHEMA-POL” w Dębicy, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

W przypadku ustalania wysokości kary pieniężnej na T.Ć. organ antymonopolowy uwzględnił jako przesłankę łagodzącą, mającą wpływ na zmniejszenie kary pieniężnej, fakt aktywnego współdziałania tego przedsiębiorcy w organem antymonopolowym w toku postępowania. Wpływ na dodatkowe zmniejszenie kary nakładanej na tego przedsiębiorcę miało m.in. przekazanie przez T.Ć. kopii dokumentów, które zostały wykorzystane przez organ antymonopolowy przy uzasadnianiu praktyki o jakiej mowa w pkt. I.a tej decyzji.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 3 197 PLN (słownie: trzy tysiące sto dziewięćdziesiąt siedem złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

23. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „BAWA” Sp. z o.o. w Poznaniu organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalenie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 125 091 PLN (słownie: sto dwadzieścia pięć tysięcy dziewięćdziesiąt jeden złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

24. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe „PROMESA” Sp. z o.o. w Kielce, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 96 686 PLN (słownie: dziewięćdziesiąt sześć tysięcy sześćset osiemdziesiąt sześć złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

25. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na BENMAR Sp. z o.o. w Białymstoku, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być

usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 125 004 PLN (słownie: sto dwadzieścia pięć tysięcy cztery złote), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

26. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „DOMEX” Tkaczyk i Tkaczyk sp.j.w Radomiu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 10 357 PLN (słownie: dziesięć tysięcy trzysta pięćdziesiąt siedem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

27. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Arnolda Piotra M. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe „MALEX” w Strzelcach Opolskich, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 24 406 PLN (słownie: dwadzieścia cztery tysiące czterysta sześć złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

28. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Grażynę S. Hurtownia Materiałów Budowlanych i Chemicznych w Bukownie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o

zawarcia porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 2 537 PLN (słownie: dwa tysiące pięćset trzydzieści siedem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

29. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Piotra G. Przedsiębiorstwo Handlowo Usługowe PIONEX w Bielsku-Białej, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 42 017 PLN (słownie: czterdzieści dwa tysiące siedemnaście złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

30. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Hurtownię Farb i Lakierów „CHEMAL” Sp. z o.o. w Dębicy, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 27 680 PLN (słownie: dwadzieścia siedem tysięcy sześćset osiemdziesiąt złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 4 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

31. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na TAHEMA Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe Sp. z o.o. w Tarnowskich Górach, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być

usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 17 365 PLN (słownie: siedemnaście tysięcy trzysta sześćdziesiąt pięć złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

32. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Sebastiana Stanisława Z. Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe „EKO-FARB”, w Nowych Skalmierzycach, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1 643 PLN (słownie: tysiąc sześćset czterdzieści trzy złote), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

33. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Anitę Izabelę Sz. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe MARDOM Anita Sz., w Gorzowie Wielkopolskim, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 5 432 PLN (słownie: pięć tysięcy czterysta trzydzieści dwa złote), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

34. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorstwo „JURECZEK” Sp. z o.o. w Janowie Podlaskim, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być

usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 5 191 PLN (słownie: pięć tysięcy sto dziewięćdziesiąt jeden złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

35. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „BAUSTOFF+METALL COLOR” Sp. z o.o. w Bydgoszczy, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 65 451 PLN (słownie: sześćdziesiąt pięć tysięcy czterysta pięćdziesiąt jeden złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

36. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na CHEMIK J.D. Krieger sp.j., w Poznaniu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 508 659 PLN (słownie: pięćset osiem tysięcy sześćset pięćdziesiąt dziewięć złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

37. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Ryszarda Bogdana M. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe „MIZERA” w Pruszczu Gdańskim, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma

obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 2 201 PLN (słownie: dwa tysiące dwieście jeden złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

38. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na ADAMEK BUD-CHEM PLUS sp.j., w Rudzie Śląskiej, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 2 621 PLN (słownie: dwa tysiące sześćset

dwadzieścia jeden złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

39. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Piotra K. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „PANDA” Piotr K. w Mrągowie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 6 417 PLN (słownie: sześć tysięcy czterysta siedemnaście złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

40. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Ewę Ź. PPHU „TĘCZA” Hurtownia Artykułów Budowlanych w Koszalinie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma

obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 46 618 PLN (słownie: czterdzieści sześć tysięcy sześćset osiemnaście złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 5 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

41. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „FARBEX” K.Tarkowski i Wspólnicy sp.j. w Ciechanowie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 128 567 PLN (słownie: sto dwadzieścia osiem

tysięcy pięćset sześćdziesiąt siedem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

42. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „FARBACOL NORD” Sp. z o.o. w Zamościu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 33 086 PLN (słownie: trzydzieści trzy tysiące osiemdziesiąt sześć złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

43. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorstwo Handlowe „CHEMIA” Sp. z o.o. w Gdańsku, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania

prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 202 316 PLN (słownie: dwieście dwa tysiące trzysta szesnaście złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

44. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Halinę D. „MAL-OREX” Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowo-Produkcyjne, w Kraśniku, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 2 442 PLN (słownie: dwa tysiące czterysta

czterdzieści dwa złote), stanowiącej ok. (...)%) (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

45. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Zakład Usługowo-Handlowy MARIA Bogusław Krawczak i Maria Krawczak sp.j. w Szczecinie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 13 879 PLN (słownie: trzynaście tysięcy osiemset siedemdziesiąt dziewięć złotych), stanowiącej ok. (...)%) (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

46. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „ZINO” Sp. z o.o. w Ząbkach, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania

prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 167 668 PLN (słownie: sto sześćdziesiąt siedem tysięcy sześćset sześćdziesiąt osiem złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

47. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Aleksandrę M. „MALUŚ” w Pionkach, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 1 775 PLN (słownie: tysiąc siedemset

siedemdziesiąt pięć złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

48. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Romana B. w Katowicach, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 4 369 PLN (słownie: cztery tysiące trzysta sześćdziesiąt dziewięć złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

49. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „LAWA” – Firma Handlowa, B.Gortat, K.Gortat, spółka jawna w Łodzi, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego

postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 21 960 PLN (słownie: dwadzieścia jeden tysięcy dziewięćset sześćdziesiąt złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

50. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „Mróz-Chemal” Sp. z o.o. w Rzeszowie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 39 852 PLN (słownie: trzydzieści dziewięć tysięcy osiemset pięćdziesiąt dwa złote), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 6 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

51. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Ireneusza W. Sewera Polska Chemia w Katowicach, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 397 049 PLN (słownie: trzysta dziewięćdziesiąt siedem tysięcy czterdzieści dziewięć złotych), stanowiącej ok. (...) % (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 7 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

52. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na HEBAN-STEINHOF sp.j. w Krakowie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konsytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane

przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 258 036 PLN (słownie: dwieście pięćdziesiąt osiem tysięcy trzydzieści sześć złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 7 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

53. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorstwo Handlu Chemikaliami „CHEMIA” SA w Poznaniu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA.

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 35 759 PLN (słownie: trzydzieści pięć tysięcy siedemset pięćdziesiąt dziewięć złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 7 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

54. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „KOSTA” Sp. z o.o. w Ustroniu, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 57 487 PLN (słownie: pięćdziesiąt siedem tysięcy czterysta osiemdziesiąt siedem złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 7 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

55. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na „ZACISZE” SA w Warszawie, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 269 245 PLN (słownie: dwieście sześćdziesiąt dziewięć tysięcy dwieście czterdzieści pięć złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 7 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

56. Miarkując wysokość kary pieniężnej nakładanej na Tadeusza M. Hurt i Detal „MALUX” w Dębica, organ antymonopolowy wziął pod uwagę następujące okoliczności.

Postanawiając o wysokości kary pieniężnej organ antymonopolowy wziął pod uwagę przede wszystkim fakt, iż przedsiębiorca uczestniczył w porozumieniu ograniczającym konkurencję mającym na celu ustalanie cen sprzedaży wyrobów produkowanych i sprzedawanych przez „Śnieżkę” SA, która to praktyka jest uznawana za jedno z poważniejszych naruszeń prawa konkurencji. Miarkując karę pieniężną uwzględniono również skutki zawartego porozumienia, a przede wszystkim to, iż doprowadziło ono do ograniczenia konkurencji tzw. „wewnątrzmarkowej” na farby, lakiery i wyroby pomocnicze „Śnieżki” SA .

Wymierzając karę pieniężną wzięto również pod uwagę, iż przedsiębiorca ten mógł co prawda nie posiadać wiedzy, iż postanowienia zawarte w umowie handlowej z „Śnieżką” SA świadczą o zawarciu porozumienia polegającego na ustalaniu cen, niemniej jednak nie może to być usprawiedliwieniem dla tych partnerów handlowych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach rynku, takich jak uczestnicy niniejszego postępowania. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidzieć, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez organ antymonopolowy za niezgodne z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Decydując o wymiarze kary pieniężnej organ antymonopolowy uwzględnił jednakże pewne przesłanki łagodzące wymiar kary pieniężnej. Przede wszystkim organ antymonopolowy wziął pod uwagę, iż inicjatorem tego porozumienia tak jak to wskazano na wcześniejszych stronach niniejszej decyzji była „Śnieżka” SA.

Ponadto organ antymonopolowy uwzględnił okoliczność, iż zarzucane stronom tego postępowania porozumienie zostało przez tych przedsiębiorców zaniechane jeszcze przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, aczkolwiek po uzyskaniu przez organ antymonopolowy informacji o zawarciu porozumienia w toku postępowania wyjaśniającego dotyczącego badania rynku farb i lakierów.

Mając na uwadze powyżej wskazane okoliczności organ antymonopolowy postanowił o nałożeniu na tego przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości 6 065 PLN (słownie: sześć tysięcy sześćdziesiąt pięć złotych), stanowiącej ok. (...)% (tajemnica przedsiębiorcy - załącznik nr 7 do decyzji), kary maksymalnej jaka mogłaby być na niego nałożona za udział w porozumieniu.

Stąd też orzeczono jak w punkcie I.c sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

d) Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, organ antymonopolowy rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 tej ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku organ antymonopolowy stwierdził naruszenie przepisów tejże ustawy, przedsiębiorca lub związek przedsiębiorców, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania.

Niniejsze postępowanie antymonopolowe zostało wszczęte z urzędu. W jego wyniku organ antymonopolowy w punkcie I.a sentencji przedmiotowej decyzji stwierdził naruszenie art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez strony postępowania wymienione w tym punkcie decyzji. Kosztami niniejszego postępowania są dla organu antymonopolowego wydatki związane z doręczaniem stronom pism w toku postępowania. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć każdego z przedsiębiorców wymienionego w punkcie I.d sentencji niniejszej decyzji kwotą kosztów w wysokości 45 PLN (słownie: czterdzieści pięć złotych).

W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie I.d sentencji.

Koszty niniejszego postępowania, przedsiębiorcy wymienieni w punkcie I.d niniejszej decyzji, obowiązane są wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 Kpc – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie I.d. niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479³² § 1 i 2 Kpc, przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Maciej Frągsztajn
Dyrektor Delegatury