



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
TOMASZ CHRÓSTNY**

Kraków, 28 grudzień 2022 r.

RKR.410.2.2021.BR

**DECYZJA Nr RKR- 2/2022**

- I. Na podstawie art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) oraz art. 3 ust. 1 i art. 5 Rozporządzenia Rady UE nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji określonych w art. 81 i 82 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (Dz. Urz. UE L 1 z 04.01.2003, wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.06.2009 r.), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę ograniczającą konkurencję i naruszającą zakazy, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. U. z 2009 r., nr 203, poz. 1569, wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE C 202 z 07.06.2016 r.), ustalanie przez przedsiębiorcę Kärcher sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie z dystrybutorami tworzącymi jego sieć dealerską urządzeń czyszczących marki Kärcher cen odsprzedaży tych produktów, co stanowi porozumienie o jakim mowa w art. 4 pkt 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), a zarazem porozumienie lub praktykę uzgodnioną w rozumieniu art. 101 ust. 1 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. U. z 2009 r., nr 203, poz. 1569, wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE C 202 z 7.6.2016 r.) zawarte na krajowym rynku wprowadzania do obrotu urządzeń czyszczących, a ograniczające konkurencję na krajowym rynku detalicznej sprzedaży urządzeń czyszczących.
- II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 i 2 w zw. z art. 113c ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 poz. 275) oraz na podstawie art. 5 Rozporządzenia Rady UE nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji określonych w art. 81 i 82 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (Dz. Urz. UE L 1 z 04.01.2003, wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE L 148 z 11.06.2009 r.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z tytułu naruszenia zakazów, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 poz. 275) oraz w art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. U. z 2009 r., nr 203, poz. 1569, wersja skonsolidowana Dz. Urz. UE





C 202 z 07.06.2016 r.) w sposób określony w pkt. I sentencji niniejszej decyzji, nakłada na Karcher sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie karę pieniężną w wysokości **26 127 023 PLN** (słownie: dwadzieścia sześć milionów sto dwadzieścia siedem tysięcy dwadzieścia trzy złote), płatną do budżetu państwa.

- III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w zw. z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2022 poz. 2000) w związku z art. 83 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża Karcher sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie kosztami postępowania w wysokości **67,20 PLN** (słownie: sześćdziesiąt siedem złotych 20/100) i zobowiązuje do ich uiszczenia na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się decyzji.

## UZASADNIENIE

### 1. PRZEBIEG POSTĘPOWANIA

- (1) W dniu 6 maja 2021 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes UOKiK”) wszczął postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy w związku z dystrybucją produktów marki Kärcher mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275 - dalej „ustawy okik”) uzasadniającego wszczęcie postępowania antymonopolowego, w tym czy sprawa ma charakter antymonopolowy (RKR.400.3.2021).
- (2) W ramach ww. postępowania przeprowadzono między innymi przeszukanie w siedzibie Karcher sp. z o.o. w Krakowie (dalej również „Karcher” lub „Spółka”) w dniach 22-29 czerwca 2021 r.
- (3) W dniu 6 lipca 2021 r. Karcher złożyła wniosek, o jakim mowa w art. 113a ustawy okik, tj. wniosek o odstąpienie od wymierzenia kary pieniężnej lub jej obniżenie. Uzupelnienie wniosku nastąpiło w dniu 10 listopada 2021 r. po przeprowadzeniu w spółce audytu pozwalającego na ustalenie pełnego okresu trwania porozumienia oraz zasad jego funkcjonowania. Do uzupełnienia wniosku dołączone zostały wyjaśnienia i dokumenty dotyczące przebiegu procesu ustalania cen odsprzedaży oraz okresu w jakim dochodziło do ustaleń.
- (4) W toku postępowania wyjaśniającego Prezes UOKiK zebrał informacje i dokumenty, na podstawie których wszczął w dniu 23 grudnia 2021 r. postanowieniem nr RKR-76/2021 postępowanie antymonopolowe w sprawie naruszenia przez Karcher art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy okik oraz art. 101 ust. 1 lit. a) Traktatu, o czym zawiadomił Spółkę.
- (5) Karcher w dniu 22 lutego 2022 r. złożyła wniosek dotyczący przystąpienia do procedury dobrowolnego poddania się karze, o której mowa w art. 89a ustawy okik i procedura została rozpoczęta.
- (6) W toku procedury dobrowolnego poddania się karze, w dniu 2 sierpnia 2022 r. Prezes UOKiK poinformował Spółkę o wstępnych ustaleniach postępowania





antymonopolowego oraz o przewidywanej treści decyzji, w tym o wysokości kary pieniężnej wskazując, że dokument ten spełnia jednocześnie wymogi określone w art. 9 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2022 r. poz. 2000. - dalej „K.p.a.”) w zakresie zasady informowania stron o okolicznościach faktycznych i prawnych, które mogą mieć wpływ na ustalenie ich praw i obowiązków będących przedmiotem postępowania, a tym samym stanowi Szczegółowe Uzasadnienie Zarzutów, określone w *Wyjaśnieniach z dnia 3 czerwca 2019 r. dotyczących przedstawiania Szczegółowego uzasadnienia zarzutów w postępowaniach w sprawach: 1. praktyk ograniczających konkurencję oraz 2. nakładania kar pieniężnych jeżeli podstawa nałożenia tych kar związana jest ze sprawami z zakresu ochrony konkurencji.*

- (7) Stosownie do przedstawionych przez Karcher w dniu 12 września 2022 r., dodatkowych informacji i dowodów zmodyfikowany został dokument Wstępne Ustalenia Postępowania Antymonopolowego i ponownie przedstawione Spółce, zgodnie z art. 89a ust. 6 ustawy okik, stanowisko Prezesa UOKiK.
- (8) W odpowiedzi z dnia 12 października 2022 r. Spółka przedstawiła dodatkowe materiały dowodowe i swoje stanowisko dotyczące wysokości kary pieniężnej jaką Prezes UOKiK planował nałożyć na Karcher, które to stanowisko w zakresie wysokości kary pieniężnej nie zostało uwzględnione przez Prezesa UOKiK, o czym Karcher została poinformowana pismem z dnia 25 października 2022 r.
- (9) Karcher pismem skierowanym do Prezesa UOKiK z dnia 10 listopada 2022 r., działając na podstawie art. 89a ust. 11 ustawy okik, odstąpiła od uczestnictwa w procedurze dobrowolnego poddania się karze
- (10) W dniu 24 listopada 2022 r. Spółka została poinformowana o zakończeniu zbierania materiału dowodowego i możliwości zapoznania z aktami. Karcher nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

## 2. USTALENIA FAKTYCZNE

### 2.1 STRONA POSTĘPOWANIA

- (11) Karcher sp. z o.o. została utworzona we wrześniu 1991 r. i zgłoszona - zgodnie z obowiązującymi w tej dacie przepisami - do rejestru handlowego Sądu Rejonowego dla m. st. Warszawy Wydział Gospodarczy Rejestrowy w listopadzie 1991 r. Dnia 17 maja 2002 r. Spółka - w związku ze zmianą przepisów - została wpisana do Rejestru Przedsiębiorców - Krajowego Rejestru Sądowego (dalej „KRS”) pod nr KRS: 0000113551. Do 2004 roku działała ona pod nazwą Karcher Poland Ltd. Sp. z o.o.
- (12) Zgodnie z informacjami zamieszczonymi w Krajowym Rejestrze Sądowym, przedmiotem działalności Karcher jest między innymi sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana, naprawa i konserwacja maszyn, instalowanie maszyn przemysłowych, sprzętu i wyposażenia, pozostała sprzedaż detaliczna.





- (13) Kärcher sp. z o.o. należy do niemieckiej grupy kapitałowej o globalnym zasięgu, założonej w latach 30-tych XX wieku przez Alfreda Kärchera i nadal należącej do rodziny Kärcher. Na czele tej grupy stoi spółka Alfred Kärcher SE & Co. KG. Kärcher sp. z o.o., jest spółką córką Kärcher Beteiligungs GmbH i odpowiada za dystrybucję produktów marki Kärcher na terenie Polski.
- (14) Struktura kapitałowa grupy Kärcher oraz polityka zarządcza w ramach grupy opierają się na znacznej autonomii spółek grupy Kärcher w poszczególnych krajach. Decyzje co do stosowanych modeli dystrybucji, warunków sprzedaży do odbiorców produktów marki Kärcher lub sposobu współpracy z partnerami handlowymi (w tym Dealerami) podejmowane są lokalnie, bez angażowania lub zatwierdzania przez Kärcher Beteiligungs GmbH. Centralizacji i nadzorowi Kärcher Beteiligungs GmbH podlegają kwestie finansowe (w szczególności badanie i potwierdzanie zgodności z zasadami i polityką rachunkowości oraz weryfikacja rentowności działalności Kärcher w danym kraju), warunki zakupów produktów przez Kärcher od spółek z grupy kapitałowej, koordynacja logistyki oraz kwestie prezentacji publicznej (w szczególności branding, spójność prezentacji produktów, stosowanych grafik oraz treści merytorycznej reklam i materiałów promocyjnych).

Dowody:

1. Informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców wg. stanu na dzień 10.11.2022 r. (k.2381-2395)
2. pismo Kärcher z [...] (k.2350-2372)
3. pismo Kärcher z [...] (k.2376-2380)

## 2.2 PRODUKTY OBJĘTE PRAKTYKĄ

- (15) Grupa Kärcher zajmuje się produkcją urządzeń i systemów czyszczących sprzedawanych pod marką Kärcher. Flagowym produktem Grupy Kärcher są myjki ciśnieniowe. Poza myjkami ciśnieniowymi w ofercie Kärcher sp. z o.o. znajdują się różnego rodzaju urządzenia czyszczące takie jak m.in. myjki, urządzenia wysokociśnieniowe, odkurzacze, mopy, zamiatarki, szczotki elektryczne, parownice, froterki, odpylacze, szorowarki, urządzenia do czyszczenia wykładzin tekstylnych itd.
- (16) Asortyment produktów marki Kärcher podzielony jest na dwie linie produktowe: „Dom i ogród” („Home and garden”), która jest przeznaczona dla odbiorcy indywidualnego oraz „Professional”, którą stanowią urządzenia czyszczące do profesjonalnego zastosowania. Urządzenia „Dom i ogród” utrzymane są w żółtej kolorystyce, zaś profesjonalne w szarej. Zasadniczo w obu liniach produktowych znajdują się produkty tego samego rodzaju, które różnią się parametrami technicznymi decydującymi o ich zastosowaniu (domowym lub profesjonalnym), a co za tym idzie różnią się również ceną.

\* [...] tajemnica przedsiębiorstwa i inne informacje podlegające ochronie





Dowody:

1. wydruk ze strony <https://www.kaercher.com/pl/poznaj-firme-kaercher/firma/informacje-o-firmie-kaercher.html> data otwarcia 09.03.2022 r.
2. pismo Kärcher z [...] (k.1740-2347)

### 2.3 ZASADY DYSTRYBUCJI URZĄDZEŃ MARKI KÄRCHER

- (17) Kärcher prowadzi dystrybucję obu linii produktowych urządzeń marki Kärcher między innymi za pośrednictwem sieci niezależnych dealerów (tj. przedsiębiorców prowadzących sprzedaż urządzeń w ramach salonów własnych, salonów autoryzowanych i innych niezależnych od Kärcher placówek handlowych) (dalej zwanych „Dealerami”).
- (18) Sieć dealerską, na dzień 12 listopada 2021 r. tworzyło [...] przedsiębiorców (Dealerów): [...]
- (19) Dystrybucja obu kategorii urządzeń, tj. Home & Garden (dalej również „H&G”) i Professional na rzecz Dealerów odbywa się na zbliżonych warunkach formalnych, finansowych i komercyjnych. [...].
- (20) W dystrybucji urządzeń marki Kärcher znaczącą rolę odgrywa sprzedaż stacjonarna, aczkolwiek produkty dystrybuowane są również za pośrednictwem Internetu. Ze względu na specyfikę sprzedawanych towarów, nabywcy cenią sobie możliwość zapoznania się z zasadami działania, funkcjami urządzeń, czy wręcz szkoleniami - jak w przypadku linii Professional. [...].
- (21) W przypadku urządzeń marki Kärcher [...].
- (22) Oferty internetowe dla produktów marki Kärcher, w szczególności udostępniane w serwisach Allegro, Ceneo lub innych platformach handlowych - w ocenie Spółki - stanowią kluczowy kanał dotarcia do klienta i skupienia jego uwagi, jako że najczęściej wybiera on ofertę z najniższą ceną jako ceną referencyjną dla dalszych decyzji zakupowych. Oferty internetowe budują oczekiwania cenowe klientów odnośnie do produktów.
- (23) Współpraca pomiędzy Kärcher a Dealerami odbywa się na podstawie pisemnych umów. Oprócz umów, zasady współpracy Dealerów z Kärcher określają również postanowienia „Ogólnych Warunków Współpracy Handlowej”. Dodatkowo sprzedaż ta regulowana jest regulaminami dla Dealerów.
- (24) W okresie trwania zarzucanej praktyki odbywały się ponadto spotkania wyjazdowe, na których Kärcher z Dealerami omawiali między innymi politykę cenową obowiązującą w danym okresie.

Dowody:

1. wyjaśnienia [...] (k. 63-66 + płyta DVD)
2. wyjaśnienia [...] (k.130-132 + płyta DVD)





3. pismo Karcher z [...] wraz z załącznikami nr 1, 6 ,7, 8, 11, 12 (k.1740-1758, k. 1759-1802, k.1809-1817, 1832-1985)
4. „[...] stanowiące załącznik do pisma Karcher z [...] (k. 246-345, k.1818-1930)
5. Zestawienie dotyczące Działu [...] na dzień [...] (k.61-62)
6. Wzór umowy o [...] (k.1787-1802)
7. Regulamin [...] (k.1813-1817)
8. Pismo z dnia [...] podpisane przez [...] skierowane do [...] (k.1807-1808)
9. Agenda spotkania [...] (k.479-482)
10. mail z [...] od pracownika Karcher do innych pracowników Karcher [...] (k.640)
11. Informacje dot. spotkania [...] (k. 477-478)
12. Informacje dot. spotkania [...]
13. Materiały szkoleniowe ze szkolenia [...] (k. 483-487)

## 2.4 POLITYKA CENOWA KARCHER

- (25) Zgodnie z oświadczeniem Karcher z 10 listopada 2021 r. w okresie od końca lat 90 XX w. (dokładna data jest niemożliwa do ustalenia na podstawie dokumentów posiadanych aktualnie przez Spółkę) do lipca 2021 r. Karcher prowadziła politykę cenową, której celem było stosowanie jednolitych cen odsprzedaży urządzeń marki Kärcher przez Dealerów, na poziomie ustalonym przez Spółkę. Jak oświadczyła Karcher, nie zachowały się ani w formie papierowej, ani też elektronicznej umowy i regulaminy pochodzące z pierwszych lat działalności Spółki, tj. od roku 1991 do roku 2001. Stosowanie praktyki w okresie od końca lat 90 XX w. do roku 2001 potwierdzają wyjaśnienia pracownika Spółki, który był w niej zatrudniony w roku 1999.
- (26) Na przestrzeni lat polityka cenowa Karcher uległa niewielkim modyfikacjom, co do swojego zakresu, tj. dotyczyła bądź wszystkich cen, bądź samych cen w sprzedaży internetowej, lub cen promocyjnych w sprzedaży internetowej.
- (27) Od końca lat 90 XX w. do roku 2005 umowy zawierane z Dealerami były podstawowym dokumentem dotyczącym zasad ustalania cen odsprzedaży, obowiązującym zarówno Dealerów, jak i pracowników Karcher - w zakresie nadzoru nad przestrzeganiem tej polityki. Określane przez Karcher ceny minimalne, jakie mieli stosować Dealerzy w odsprzedaży przedstawiane były Dealerom w formie cenników. Informacje dotyczące polityki cenowej zawarte były również w Ogólnych warunkach współpracy handlowej w ramach sieci dystrybucyjnej Karcher Poland Ltd. spółka s o.o. Polityka cenowa Spółki w tym okresie dotyczyła wszystkich cen stosowanych przez Dealerów, a więc regularnych cen sprzedaży urządzeń marki Kärcher, jak i cen promocyjnych, w tym cen stosowanych w sprzedaży internetowej. Handel internetowy w tym okresie był mniej rozwinięty i mniej popularny niż w kolejnych latach obowiązywania porozumienia.
- (28) Ceny stosowane przez Dealerów podlegały stałej kontroli, zarówno ze strony Karcher, poprzez między innymi kontrolę faktur wystawianych przez Dealerów, jak i przez innych Dealerów. Kontrolą objęte były ceny stosowane przez Dealerów we wszystkich kanałach sprzedaży detalicznej.





(29) W umowach zawartych do 2005 r. z przedsiębiorcami tworzącymi Sieć Dealerką (bez względu na nazwy tych podmiotów zastosowane w umowach, [...]) znalazły się następujące postanowienia, określające minimalny poziom cen jaki mieli stosować Dealerzy w odsprzedaży oraz zasady nadzoru i karania za nieprzestrzeganie polityki cenowej Kärcher. Najcięższą karą za nieprzestrzeganie polityki cenowej Kärcher było [...].

a) Umowa o [...]  
[...], „Art.1.

Art. 3 ust. 3.1.3 [...]

Art. 3 ust. 3.1.4[...].

b) Umowa o [...]  
„Art.1. [...]  
Art. 3 ust. 3.1.4.[...].

Art. 11 ust. 11.4. [...].

c) Zawierana z [...]  
[...].”

(30) We wskazanych w ww. [...].

(31) Od końca lat 90 XX w. do roku 2005, w dokumencie [...], zostały określone również zasady [...] sprzedaży dokonywanej przez Dealerów. Załącznikiem do wskazanego [...] był „[...]:

„3. [...]

4.[...].

7.[...]

(32) Raport [...].

Dowody:

1. Pismo Kärcher z [...] (k. 1740-1758)
2. Umowa o ustanowieniu [...] (k.1759-1768)
3. Umowa o ustanowieniu [...] (k. 1769 - 1786)
4. Wzorzec [...] Kärcher (k.1787-1794)
5. Umowa o [...] (k.1795-1802)
6. Regulamin [...] (k.1813-1814),
7. Ogólne [...] (k.1818-1823),
8. Regulamin [...] (k.1815-1817),
9. Załącznik do pisma Kärcher z [...].

(33) W roku [...] zmianie uległa treść [...].





(34) Ceny jakie mieli [...] W ww. dokumencie znalazły się postanowienia o następującej treści:

[...].

(35) W analizowanym okresie nadzór [...].

Dowody:

1. mail z [...] od pracownika r [...] do: [...] (k.2179)
2. Ogólne Warunki [...] (k.1832-1839)
3. mail z [...] od [...] do [...]: [...] (k. 2185),
4. mail z [...] od [...]do [...] (k. 2186)
5. telefax z [...]. od [...] do „Firm [...] (k.2188)
6. mail z [...] od pracownika [...] do pracowników [...] (k.2193)
7. mail z [...] od pracownika [...] do [...].
8. mail z [...] od [...] do [...] (k.2194)
9. mail z [...] [...] (k.2202)
10. mail z [...] od pracownika [...] do pracowników [...] (k.2197)

(36) W roku [...] w związku z [...] Spółka położyła [...]. Uznała, że [...].

(37) Również w [...] powstał [...].

Dowody:

1. pismo Karcher z [...] wraz z załącznikiem nr 3 (k. 1740-1758, k.1803-1806)
2. „Raport [...] (k.1803)
3. „Ceny [...] (k. 1804 - 1806)
4. mail z [...] od [...] do (k.2205)

(38) W roku [...] wprowadzono nowe [...] „w których zapisy [...]. Zmianie uległa w głównej mierze [...].

(39) Nadzorowi podlegały w głównej mierze [...].

Dowody:

1. pismo Karcher z [...] wraz z załącznikiem nr 3 (k.1740-1758, k.1803-1806)
2. „Ogólne [...] (k.1824-1831)
3. mail z [...] od [...] do [...] (k.2211)
4. korespondencja mailowa z [...] od [...] do [...] (k.2216 - 2217)
5. mail z [...] od [...] do [...] (k.2212)
6. korespondencja mailowa z [...] od [...] do [...] (k.2213-2214)
7. mail z [...] od [...] do [...] (k.2208)
8. mail z [...] od [...] do [...] (k.2219)
9. mail z [...] od [...] do [...] (k.222)
10. mail z [...] od [...] do [...] (k.2223)



(40) W roku 2011 w praktyce nadzór Spółki nad cenami odsprzedaży dotyczył akcji promocyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem ofert zamieszczanych w Internecie na urządzenia z serii Professional.

Dowody:

1. mail z [...] od [...] do [...] (k.2229)
2. mail z [...] od [...] do [...]: [...] (k.2234)
3. mail z [...] od [...] do [...] (k.2233)
4. mail z [...] od [...] do [...] (k.2230)
5. mail z [...] od [...] do [...] (k.2231)
6. mail z [...] od [...] do [...] (k.2232)
7. Plik z elektronicznego rejestru pism wychodzących z [...] (k.1314 - 1316)
8. mail z [...] od [...] do [...] (k.2233)
9. Oświadczenie Karcher z [...] (k.1740-1758)

(41) W roku [...] Karcher wprowadził i stosował [...]”. W przypadku, gdy [...].

(42) W kolejnych latach Karcher podjęła ponadto działania dążące do aktualizacji warunków współpracy [...]

(43) W [...] znajdował się również zapis dotyczący możliwości [...]

(44) Zapisy [...] odzwierciedlały poszczególne pozycje [...].

(45) Załącznikiem do [...] był wzór [...].

(46) Dealerzy uzyskali w tym okresie [...].

(47) W latach 2015-2021 postanowienia OWW nie uległy istotnej zmianie i zachowały przedstawione powyżej brzmienie przez cały wskazany okres obowiązywania.

(48) We wskazanym okresie prowadzony był [...].

Dowody:

1. Ogólne warunki [...] (k.1840-1864)
2. Ogólne warunki [...] (k.1865-1890)
3. Ogólne warunki [...] (k.1801-1910)
4. Ogólne warunki [...] (k.1911-1930)
5. mail z [...] dot. spotkania [...] (k.640)
6. mail z [...] od [...] do [...] (k.586)
7. mail z [...] od [...] do [...] (k.652)
8. mail z [...] od [...] do [...] (k.650)
9. mail z [...] od [...] do [...] (k.602)
10. mail z [...] od [...] do [...] (k.617-620)
11. mail z [...] przekazanie [...] (k.622)
12. mail z [...] od [...] do [...] (k.738)





13. mail z [...] od [...] do [...] (k. 2300).
14. Mail z [...] od [...] do [...] (k.663)
15. mail z [...] od [...] do [...] (k.508)
16. Pismo Karcher do [...] (k.498, k.514)
17. mail z [...] od [...] do [...] (k. 515)
18. mail z [...] od [...] do [...] (k.496)
19. mail z [...] od [...] do [...] (k.589-596)
20. mail z [...] od [...] do [...] (k. 546)
21. mail z [...] od [...] do [...] (k.676)
22. mail z [...] od [...] do [...] (k. 597-598)
23. mail z [...] od [...] do [...] (k. 1012)
24. Pismo Karcher z [...] (k.1740-1758)

(49) W lipcu 2021 r. - zgodnie z oświadczeniem złożonym przez Spółkę - Karcher zaprzestała ustalania cen odsprzedaży. W celu eliminacji tego zjawiska przeprowadziła rozmowy z pracownikami Działu Sprzedaży do Sieci Dealerskiej. Rozesłane zostały ponadto wiadomości mailowe ze wskazówkami i instrukcjami postępowania do pracowników Karcher. Identyczna procedura została zastosowana wobec Dealerów. Dodatkowo do Dealerów rozesłana została pisemna informacja dotycząca nowej polityki cenowej Karcher.

Dowody:

1. Pismo Karcher z [...] (k.1740-1758)
2. „Plan [...]” (k.2076-2078)
3. maile [...] wysłane sukcesywnie do [...] (k. 2079-2173)

### 3. OCENA PRAWNA

#### 3.1 INTERES PUBLICZNY

(50) Zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy okik ustawa ta określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Prezes UOKiK jest rzecznikiem tego interesu, co wynika z jego zadań w strukturze administracji rządowej. Działając w interesie publicznym, Prezes Urzędu podejmuje działania, gdy konieczna jest ochrona konkurencji jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym. Dobrem chronionym przez przepisy ustawy okik jest samo istnienie konkurencji jako atmosfery, w jakiej prowadzona jest działalność gospodarcza. Jedynie w warunkach nieznieskształconej konkurencji przedsiębiorcy i konsumenci mają gwarancje realizacji konstytucyjnej wolności gospodarczej. Ustawa okik chroni istnienie konkurencji jako optymalnego sposobu podziału dóbr, zatem działania wymierzone w ten mechanizm, godzą w interes publiczny.

(51) Prezes UOKiK uznał, że w niniejszej sprawie została spełniona przesłanka naruszenia interesu publicznego. Porozumienia cenowe pomiędzy kontrahentami działającymi na różnych szczeblach obrotu (tj. w relacji wertykalnej), zaliczają się do poważnych naruszeń konkurencji, które





niekorzystnie wpływają na rynek zniekształcając go i ograniczając albo eliminując na nim konkurencję. Działania te naruszają zatem interes ogólnospołeczny, niezależnie od wielkości udziałów rynkowych przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu.

- (52) Działania Karcher zakłócały konkurencję poprzez uniemożliwianie lub utrudnianie konkurowania ceną pomiędzy członkami sieci Dealerskiej. Działania Spółki ograniczały poziom niepewności między uczestnikami porozumienia i tym samym uderzały w istotę konkurencji rynkowej. Te działania miały przełożenie rynkowe na sytuację kontrahentów Dealerów - końcowych odbiorców urządzeń.
- (53) Działania podejmowane przez Karcher bezpośrednio odnosiły się do szerokiego kręgu podmiotów, tj. Dealerów urządzeń marki Kärcher i ich kontrahentów - nabywców końcowych. Prezes UOKiK uznał, że zachowania Spółki podejmowane w niniejszej sprawie miały realny i bezpośredni wpływ na interes ekonomiczny szerokiego kręgu uczestników rynku, a w efekcie na szerokie grono odbiorców końcowych.
- (54) W związku z powyższym, Prezes UOKiK uznał, że w sprawie miało miejsce naruszenie interesu publicznego, gdyż uzgodnienia dokonywane przez Karcher z Dealerami zaburzały prawidłowość funkcjonowania mechanizmu konkurencji jako optymalnego sposobu podziału dóbr w społecznej gospodarce rynkowej.

### 3.2 ZAKAZ POROZUMIEŃ OGRANICZAJĄCYCH KONKURENCJĘ

- (55) Prezesa UOKiK uznał, że Karcher stosowała praktykę ograniczającą konkurencję od końca lat 90 XX w. i zakończyła jej stosowanie dopiero w 2021 roku, tj. pod rządami obecnie obowiązującej ustawy okik. Naruszenie miało charakter jednolity i ciągły, co zostanie uszczegółowione w dalszej części decyzji. W okresie trwania porozumienia antykonkurencyjne praktyki w postaci porozumień cenowych były zakazane i podlegały karom pieniężnym zarówno na podstawie ustawy z dnia 24 lutego 1990 r. o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym (Dz. U. z 1999 r. Nr 14 poz.88), jak i ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2000 r. Nr 122 poz. 1319) i z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50 poz. 331). Niemniej, z uwagi na fakt, że porozumienie zostało zakończone pod rządami ustawy okik, uwzględniając zasadę bezpośredniego działania ustawy nowej w przypadku trwających zdarzeń prawnych, jako podstawę prawną należało wskazać ustawę okik, mając jednocześnie na uwadze ustawowo zakazany charakter praktyki przez cały okres jej trwania.
- (56) Z kolei przepisy unijne mają zastosowanie do oceny omawianej praktyki w odniesieniu do okresu liczonego od momentu przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, tj. od dnia 1 maja 2004 r. Ponadto w dniu 13 grudnia 2007 r. został podpisany Traktat zmieniający Traktat o Unii Europejskiej i Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską (Dz. Urz. UE z dnia 17 grudnia 2007 r. nr C 306/51). Na jego podstawie dokonana się zmiana nazewnictwa TWE na Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej. Zmieniła się też numeracja artykułów traktatowych odnoszących się do ochrony konkurencji na rynku wewnętrznym Unii Europejskiej. Art. 81 TWE odpowiada obecnie art. 101 Traktatu. Zmiana ta nie ma jednakże wpływu na ocenę praktyki.





- (57) Art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu zakazuje jako niezgodnych z rynkiem wewnętrznym porozumień między przedsiębiorstwami, decyzji związków przedsiębiorstw i uzgodnionych praktyk, które mogą wpływać na handel między państwami członkowskimi i których celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego, a w szczególności tych, które polegają na ustalaniu w sposób bezpośredni lub pośredni cen zakupu lub sprzedaży albo innych warunków transakcji.
- (58) Art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy okik zakazuje porozumień, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegających w szczególności na ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów.
- (59) Adresatami zakazów unijnego prawa konkurencji są „przedsiębiorstwa”. Pojęcie to obejmuje każdy podmiot zaangażowany w działalność gospodarczą niezależnie od jego formy prawnej i sposobu finansowania<sup>1</sup>. Za działalność gospodarczą uznaje się oferowanie na rynku dóbr i usług<sup>2</sup>.
- (60) Natomiast adresatami zakazów krajowego prawa konkurencji są „przedsiębiorcy”. Pojęcie to na potrzeby stosowania ustawy okik zostało zdefiniowane w art. 4 pkt. 1 tej ustawy. W zakres tej definicji wchodzi między innymi przedsiębiorcy w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2021 r. poz.162).
- (61) Zgodnie z art. 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców: „Przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą”. Działalnością gospodarczą jest zgodnie z art. 3 tej ustawy „zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły”.
- (62) Karcher jest przedsiębiorcą w rozumieniu prawa krajowego działającym w formie spółki prawa handlowego, wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego - Rejestru Przedsiębiorców pod nr KRS 0000113551.
- (63) Kontrahentami Karcher są między innymi Dealerzy prowadzący detaliczną sprzedaż urządzeń marki Kärcher. Działają oni w różnych formach prawnych od jednoosobowych działalności gospodarczych, po spółki prawa handlowego.
- (64) Tym samym ww. podmioty są zarówno przedsiębiorstwami w rozumieniu prawa unijnego, jak i przedsiębiorcami w rozumieniu prawa krajowego.

<sup>1</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 23 kwietnia 1991 r. w sprawie C-41/90, Höfner, EU:C:1991:161, akapit 21.

<sup>2</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 12 września 2000 r. w sprawie C-180/98, Pavlov, U:C:2000:428, akapit 75.





- (65) Odnosząc się do samej praktyki to w niniejszej sprawie Prezes UOKiK uznał, że Karcher i jej Dealerzy byli stronami porozumienia o charakterze wertykalnym, tj. porozumienia pomiędzy podmiotami działającymi na różnych szczeblach obrotu.
- (66) Przez „porozumienia” zgodnie z art. 4 pkt. 5 ustawy okik rozumie się: (i) umowy zawierane między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami albo niektóre postanowienia tych umów; (ii) uzgodnienia dokonane w jakiegokolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub ich związki; (iii) uchwały lub inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych.
- (67) W prawie unijnym mamy do czynienia z pojęciem „uzgodnionych praktyk” (ang. concerted practices) i z pojęciem porozumienia.
- (68) Dla istnienia porozumienia (w prawie unijnym) wystarczające jest, aby między przynajmniej dwoma przedsiębiorstwami istniała zgodność woli, przy czym sposób w jaki się ona objawia pozostaje nieistotny. Z kolei dla istnienia praktyki uzgodnionej (prawo unijne) wystarczające jest, aby bez dojścia do fazy, w ramach której porozumienie (prawo unijne) zostaje właściwie zawarte, strony świadomie zastąpiły ryzyko wynikające z konkurencji praktyczną współpracą.
- (69) To samo zachowanie może jednocześnie zawierać zarówno elementy porozumienia i praktyki uzgodnionej. Organ ochrony konkurencji nie jest zobowiązany do przesądzania o tym, w jaki dokładnie sposób, w którym momencie i w jakim zakresie określone działania stanowiły porozumienie, a w jakim praktykę uzgodnioną<sup>3</sup>.
- (70) Odnosząc powyższe do niniejszej sprawy Prezes UOKiK uznał, że opisane zachowania Karcher świadczą o tym, że uczestniczyła ona w porozumieniu lub uzgodnionych praktykach w rozumieniu art. 101 ust. 1 Traktatu oraz porozumieniu w rozumieniu art. 6 ust. 1 ustawy okik.
- (71) Dokonane przez Prezesa UOKiK ustalenia faktyczne, co do podejmowanych przez Karcher i Dealerów działań takich, jak:  
[...]  
pozwalają mówić o istnieniu woli skoordynowania działań rynkowych Karcher z Dealerami oraz o fakcie, że oczekiwania formułowane przez Karcher spotykały się z akceptacją ze strony Dealerów.
- (72) W świetle dokonanych ustaleń Prezes UOKiK uznał, iż Karcher był uczestnikiem działań rynkowych mających formę porozumienia. Działania podejmowane przez Karcher dotyczyły ustalania cen odsprzedaży produktów marki Kärcher. Powyższe działania naruszają zakazy, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt. 1 ustawy okik oraz art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu.

<sup>3</sup> Wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 20 kwietnia 1999 r. w sprawie T-305/94, Limburgse Vinyl Maatschappij, EU:T:1999:80, akapit 696.





- (73) Zakazy określone w art. 101 Traktatu oraz art. 6 ustawy oikik dotyczą porozumień, które ze względu na swój cel lub skutek zapobiegają, ograniczają lub zakłócają konkurencję (w prawie unijnym) oraz eliminują, ograniczają lub naruszają konkurencję w inny sposób (w prawie polskim). W powyższym kontekście należy rozróżnić dwie formy naruszeń, tj. naruszenia „ze względu na cel” i „ze względu na skutek”.
- (74) W przypadku, gdy analiza wskazuje, że określone porozumienie ze względu na swój cel (przedmiot) zapobiegało, ograniczało lub zakłócało konkurencję, nie jest konieczne badanie skutków porozumienia. Tym samym zakwalifikowanie danego porozumienia jako ograniczenia konkurencji ze względu na cel znacznie ogranicza zakres postępowania dowodowego, które musi przeprowadzić podmiot zarzucający naruszenie. Jeżeli bowiem z zawartego porozumienia wynika jego antykonkurencyjny cel, to nie ma potrzeby badania skutków porozumienia. Wniosek taki wynika z orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej, w którym wskazano, między innymi, że: „w wypadku gdy udowodnione zostanie, że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji, nie zachodzi potrzeba określania rzeczywistych jego skutków”<sup>4</sup>.
- (75) Przy czym ustalając, że konkretne porozumienie ograniczało konkurencję ze względu na cel należy wziąć pod uwagę jego prawny oraz gospodarczy kontekst. Jednocześnie, mimo że zamiar (cel subiektywny) stron nie stanowi koniecznej (samoistnej) przesłanki ustalenia ograniczającego konkurencję charakteru porozumienia, nic nie stoi na przeszkodzie, aby element ten został uwzględniony przy stwierdzaniu takiego ograniczenia<sup>5</sup>.
- (76) Do kategorii porozumień, które ze względu na swój cel ograniczają konkurencję, zalicza się porozumienia ograniczające konkurencję cenową - między innymi takie, jak zachowania podlegające analizie w niniejszej decyzji, polegające na ustalaniu cen odsprzedaży. Są to porozumienia, których bezpośrednim lub pośrednim celem jest ustanowienie ceny odsprzedaży. Ze względu na zaliczanie porozumień pomiędzy producentami/wprowadzającymi do obrotu towary na dany rynek krajowy a dystrybutorami produktów dotyczących ograniczenia samodzielności kształtowania cen odsprzedaży przez dystrybutorów i ustalania tych cen do poważnych ograniczeń konkurencji, taka praktyka uznawana jest za naruszenie konkurencji „ze względu na cel”. W przypadku cenowych porozumień wertykalnych restrykcyjne podejście w analizie i konieczność zakwalifikowania ich jako porozumień zakazanych „ze względu na cel” wynika z faktu, że istotą tych porozumień jest uderzenie w podstawowy aspekt konkurencji na rynku, tj. cenę. Cena stanowi zasadniczy czynnik, który jest brany pod uwagę przez nabywców przy wyborze oferty. Ustalanie detalicznych cen odsprzedaży powoduje, że cena sprzedaży detalicznej zostaje ukształtowana na innym, z reguły wyższym, poziomie niż w

<sup>4</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 13 lipca 1966 r. w połączonych sprawach 56 i 58/64, Consten Grundig. Podobnie w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 30 czerwca 1966 r. w sprawie 56/65, Société Technique Minière przeciwko Maschinenbau Ulm oraz w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 27 stycznia 1987 r. w sprawie 45/85, Verband der Sachversicherer przeciwko Komisji.

<sup>5</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 4 czerwca 2009 r. w sprawie C-8/08, T-Mobile Netherlands, EU:C:2009:343, akapit 27





przypadku braku takiego ograniczenia, kiedy to jej poziom kształtowany byłby przez sprzedawcę, w tym w sposób odpowiadający jego planom i oczekiwaniom gospodarczym, intensywności popytu oraz rozwojowi konkurencji ze strony innych sprzedawców. Tym samym poprzez porozumienie w zakresie ustalania cen odsprzedaży producent ogranicza bodźce i zdolność do oferowania przez przedsiębiorców zajmujących się dystrybucją (hurtową lub detaliczną) ich kontrahentom lub konsumentom określonych produktów na korzystnych dla nich warunkach. Takie ustalenie cen eliminuje niepewność dystrybutorów co do ich wzajemnego zachowania na rynku, powodując ograniczenie rywalizacji cenowej między nimi. Dodatkowo, pomimo że porozumienia dotyczące ustalania cen odsprzedaży stanowią porozumienia wertykalne, to w praktyce mogą one oddziaływać na rynek, w taki sposób, jak porozumienia horyzontalne między dystrybutorami.

- (77) Na gruncie orzecznictwa przyjmuje się, że porozumienie cenowe nie traci zakazanego charakteru przez to, że niedotrzymanie zobowiązania o cenach nie wiąże się z żadnymi negatywnymi konsekwencjami dla przedsiębiorcy, ani nawet przez to, że uzgodnione ceny nie są stosowane w praktyce. Istota ochrony konkurencji przed niedozwolonymi porozumieniami cenowymi, w tym dotyczącymi ustalania cen odsprzedaży, polega bowiem na tym, że zakazane są właśnie porozumienia o samym antykonkurencyjnym celu, niezależnie od osiągniętego przez nie skutku<sup>6</sup>. Innymi słowy, jeżeli zostanie wykazane, że celem porozumienia jest ograniczenie konkurencji, to nie ma znaczenia, czy cel ten został osiągnięty<sup>7</sup>.
- (78) Stanowisko, że porozumienia ustalające ceny odsprzedaży stanowią poważne ograniczenia konkurencji, wobec czego sam fakt ich zawarcia pozwala przyjąć, że celem ich (przedmiotem) było ograniczenie konkurencji, pojawiało się wielokrotnie w wyrokach Sądu Apelacyjnego w Warszawie<sup>8</sup>. W wyroku z dnia 15 marca 2017 r.<sup>9</sup>, Sąd ten wskazał, że zmony cenowe zawsze są zakazane, ponieważ ze swej natury zawsze są szkodliwe dla konkurencji. W innych wyrokach<sup>10</sup> Sąd Apelacyjny w Warszawie stwierdził, że: *Rozróżnienie naruszenia ze względu na cel i naruszeń ze względu na skutek jest związane z tym, że pewne formy zmony między przedsiębiorcami można uznać, z uwagi na sam ich charakter, za szkodliwe dla prawidłowego funkcjonowania normalnej konkurencji. Taki charakter „naruszenia ze względu na cel” ma właśnie porozumienie cenowe*.
- (79) Ocena wertykalnych porozumień cenowych dotyczących ustalania minimalnych lub sztywnych cen odsprzedaży produktów jako ograniczających konkurencję ze względu na cel jest również aktualna w orzecznictwie Sądu Najwyższego<sup>11</sup>. Podobnie, zgodnie z unijnym dorobkiem orzecznictwem,

<sup>6</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 29 maja 2012 r., sygn. XVII AmA 179/11

<sup>7</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 7 lipca 2004 r., sygn. akt: XVII Ama 65/03.

<sup>8</sup> Tak np. w wyrokach: z dnia 20 marca 2017 r. sygn. akt: VI Aca 1227/15, z dnia 28 lipca 2015 r., sygn. akt: VI Aca 1007/14, z dnia 18 lutego 2015 r., sygn. akt: VI Aca 1719/13.

<sup>9</sup> wyrok z dnia 15 marca 2017 r., sygn. akt: VI Aca 1228/15

<sup>10</sup> wyrok z dnia 18 lutego 2015 r. sygn. akt.: VI Aca 1719/13 i z dnia 31 marca 2015 r. sygn. akt: VI Aca 623/14

<sup>11</sup> Tak np. w wyrokach dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt: I NSK 10/18, z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt.: I NSK 11/18, z dnia 15 maja 2014 r., sygn. akt.: SK 44/13, z dnia 23 listopada 2011 r., sygn. akt.: III SK 21/11.





porozumienia ustalające sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży są konsekwentnie traktowane jako zakazane ze względu na cel i jako jedne z najpoważniejszych (zasadniczych) naruszeń unijnego porządku prawa konkurencji<sup>12</sup>.

- (80) Zgodnie z rozstrzygnięciami Trybunału Sprawiedliwości nie jest konieczna analiza skutków porozumień ustalających sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży<sup>13</sup>. Aktualność powyższego podejścia potwierdziły decyzje Komisji Europejskiej dotyczące porozumień ustalających sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży, wydane w następujących sprawach: AT.40465 - ASUS, AT.40469 Denon & Maranz, AT.40181 Philips, AT.40182 Pioneer.
- (81) Odnosząc powyższe do niniejszej sprawy, Prezes UOKiK uznał, że działania podejmowane przez Karcher dotyczące ustalania cen odsprzedaży produktów marki Kärcher stanowią ograniczenie konkurencji ze względu na cel. Działania te miały za swój przedmiot zakłócenie konkurencji na rynku. Między Dealerami zmniejszeniu ulegała niepewność, co do cen na rynku, będąca naturalnym elementem istnienia konkurencji.
- (82) Zgodnie z dokonanymi przez Prezesa UOKiK ustaleniami w początkowym okresie obejmującym koniec lat 90 XX w. do roku 2005 porozumienie ograniczające konkurencję działało w ten sposób, że Karcher określała zarówno ceny regularne, jak również ceny promocyjne wszystkich produktów dostępnych w sprzedaży stacjonarnej i internetowej. Ceny odsprzedaży nie mogły być niższe od cen wskazanych przez Spółkę w „Cennikach Użytkownika”. Po roku 2005 ceny odsprzedaży ustalane były przez Spółkę w głównej mierze dla produktów objętych promocją w danym okresie i zaczęły dotyczyć w głównej mierze cen w sprzedaży internetowej.
- (83) Ponadto Karcher prowadziła monitoring cen stosowanych przez Dealerów polegający na odbieraniu przez Spółkę sygnałów od Dealerów dotyczących nieprzestrzegania ustaleń w zakresie cen odsprzedaży produktów w Internecie. Otrzymanie informacji od Dealerów powodowało podejmowanie działań ukierunkowanych na dostosowanie cen odsprzedaży produktów do wymaganych poziomów. Brak dostosowania się Dealerów do polityki cenowej Spółki mimo upomnień skutkowało odbieraniem rabatów, brakiem dostępu do kolejnych akcji promocyjnych.
- (84) Od roku 2005 do roku 2021 Karcher wraz z Dealerami wprowadziła w zależności od okresu minimalne lub sztywne ceny odsprzedaży na swoje produkty z oferty specjalnej i promocyjnej, które obowiązywały Dealerów (postanowienie OWWH z 2005 i 2009 r). Polityka cenowa Spółki w poszczególnych latach wynikała nie

<sup>12</sup> Art. 4 Rozporządzenia 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych; Dz. Urz. UE 2010 /L 102/1.

<sup>13</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 3 czerwca 1985, w sprawie Binon v AMP, 243/83, EU:C:1985:284, akapit 43,44; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 1 października 1987, w sprawie VVR v Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten, 311/8, EU:C: 1987:418, akapit 17; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 28 stycznia 1986 r., w sprawie Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis, ECLI:EU:C: 1986:4, akapit 25.





- tylko z postanowień umów i OWW, czy też OWWH, ale również na jej aktualny charakter wpływ wywierały na bieżąco działania pracowników Karcher, co wynika z korespondencji pracowników Karcher z Dealerami.
- (85) Od roku 2005 do roku 2021 polityka cenowa Karcher i Dealerów dotyczyła w głównej mierze cen odsprzedaży produktów objętych promocją w Internecie.
- (86) Pracownicy Karcher, w całym okresie trwania porozumienia, ustalali wraz z Dealerami poprzez zawarte w umowach postanowienia, ustnie, e-mailowo, telefonicznie, w czasie spotkań indywidualnych czy wyjazdowych grupowych, że mają oni stosować ceny odsprzedaży określone przez Spółkę oraz wzywali do stosowania ustalonych cen. Ponadto pracownicy Karcher monitorowali stosowanie przez Dealerów ustaleń cenowych samodzielnie w Internecie i za pomocą skarg otrzymywanych od Dealerów.
- (87) Dealerzy Karcher akceptowali ustalenia co do stosowania określonych poziomów cen zgadzając się z tym, że stosowanie przez Dealerów innych cen odsprzedaży niż ustalone w danym okresie obowiązywania porozumienia jest w świetle przyjętych ustaleń niedopuszczalne. Przez cały okres trwania praktyki również samodzielnie monitorowali ceny odsprzedaży przekazując do Spółki informacje o przypadkach nieprzestrzegania przez innych Dealerów ustaleń dotyczących cen odsprzedaży, w tym również prosili pracowników Karcher o podjęcie interwencji w zakresie odstępstw cenowych.
- (88) Od roku [...] w zależności od obowiązujących w tym czasie sposobów karania.
- (89) Przywołane okoliczności sprawy, w tym działania podejmowane przez Karcher i Dealerów wskazują, że doszło do uzgadniania cen odsprzedaży produktów marki Kärcher przez Spółkę i Dealerów.
- (90) Tym sposobem uczestnicy porozumienia dążyli do ograniczenia konkurencji cenowej między Dealerami i stosowania określonych przez Spółkę cen odsprzedaży produktów marki Kärcher, wyłączając możliwość swobodnego kształtowania polityki cenowej przez każdego z Dealerów. Cel ten był faktycznie realizowany, z uwagi na fakt, iż ceny odsprzedaży określone przez Karcher były stosowane przez Dealerów (Dealerzy informowali Spółkę, że dostosowali odpowiednio swoje ceny lub też żądali wyegzekwowania, by inni Dealerzy zrobili to samo).
- (91) Kontrahenci [...] zostali pozbawieni możliwości zakupu towarów objętych porozumieniem po niższych cenach, które mogłyby zostać zaproponowane w przypadku nieustalania cen. Porozumienie takie ze względu na swój cel ograniczało skłonność Dealerów do reagowania na impulsy rynkowe i do niezależnego dostosowywania swoich cen do sytuacji panującej na rynku.
- (92) Oceniając analizowaną praktykę Prezes UOKiK zwrócił uwagę na znaczenie handlu elektronicznego (e-commerce), w którym to kanale sprzedaży wraz z jego rozwojem nastąpiło główne oddziaływanie Karcher na stosowanie ustalonego poziomu cen.
- (93) Cechą e-commerce jest wysoka transparentność cen. Internet umożliwia konsumentom łatwe porównywanie cen różnych sprzedawców i wynajdywanie





tych, którzy oferują najniższe ceny. Identyfikację najniższych cen ułatwiają narzędzia służące do porównywania cen, które umożliwiają natychmiastowe zestawienie cen oferowanych przez wielu sprzedawców.

- (94) Biorąc pod uwagę łatwość, z jaką klienci mogą kupować online, wyszukiwać w Internecie, porównywać ceny za pośrednictwem porównywarek cenowych, konkurencja cenowa w Internecie w odniesieniu do poszczególnych produktów tej samej marki może być szczególnie intensywna. Cena na stronie internetowej sprzedawcy ma przy tym kluczowe znaczenie w przyciąganiu klientów do danego sprzedawcy. Już samo dokonywanie zakupów odbywa się bądź w systemie sprzedaży internetowej, bądź stacjonarnej. Sprzedaż stacjonarna jest preferowana przez klientów wybierających najtańszego sprzedawcę w Internecie, a dokonujących zakupu wyspecjalizowanych urządzeń. Sprzedaż stacjonarna powiązana jest bowiem z prezentacją zasad funkcjonowania i krótkim kursem obsługi.
- (95) Ponadto kontrahenci używają Internetu jako narzędzia umożliwiającego wyszukanie produktu i porównanie cen bez względu na to, gdzie ostatecznie dokonają zakupu, co miało miejsce w niniejszej sprawie. Internet pozwala bowiem na łatwe porównanie cen dużej liczby dostawców. Wysoka transparentność cen w Internecie sprawia, że Internet faktycznie wyznacza swoistą cenę referencyjną produktu, nie tylko dla sprzedaży online, ale i offline. Wzmacnia to pozycję kontrahentów względem sprzedawców prowadzących sprzedaż offline przykładowo poprzez możliwość oczekiwania dostosowania oferty do poziomu cen w Internecie.
- (96) Co istotne, sprzedawcy prowadzący głównie sprzedaż internetową z uwagi na niższe koszty działania - mają możliwość oferowania niższych cen, ale ze względu na ograniczenie ich swobody w zakresie kształtowania cen analizowanym porozumieniem nie dokonują tego.
- (97) Ograniczanie swobody sprzedawców detalicznych do samodzielnego ustalania cen sprzedaży online może prowadzić do wzrostu cen w sprzedaży online. Wzrost cen w sprzedaży internetowej zmniejsza presję cenową ze strony tego kanału sprzedaży na tradycyjny kanał sprzedaży w salonach stacjonarnych, co w konsekwencji może prowadzić do wzrostu cen także w sprzedaży offline. Tak jak bowiem wskazano ceny w sprzedaży internetowej są wyznacznikiem cen dla wszystkich kanałów sprzedaży.
- (98) Prezes UOKiK w niniejszej sprawie ustalił, że celem analizowanego porozumienia zawartego pomiędzy Kärcher a jej Dealerami było ustabilizowanie cen odsprzedaży produktów marki Kärcher na określonym przez Spółkę poziomie, prowadzące do zaburzeń konkurencji wewnątrzmarkowej.
- (99) Porozumienie między Kärcher a Dealerami polegające na ustalaniu cen odsprzedaży produktów marki Kärcher na określonym przez Spółkę poziomie stanowiło porozumienie ograniczające konkurencję ze względu na cel.





### 3.3 JEDNOLITE I CIĄGŁE NARUSZENIE

- (100) Naruszenia art. 101 Traktatu wynikają z koordynacji między dwoma lub więcej przedsiębiorstwami, które są współsprawcami naruszenia, ale których uczestnictwo w naruszeniu może przyjmować różne formy, w szczególności w związku z charakterem rynku, którego dotyczy to naruszenie, pozycją przedsiębiorstw na rynku, zamierzonych celów naruszenia oraz zastosowanych lub przewidzianych środków jego realizacji.<sup>14</sup> W konsekwencji naruszenie takie może wynikać nie tylko z pojedynczego działania, ale również z serii działań lub działania o charakterze ciągłym, nawet jeżeli jeden lub kilka aspektów tego rodzaju działań mogłyby same w sobie i w oderwaniu od innych działań, stanowić naruszenie tego przepisu.<sup>15</sup> Innymi słowy możliwe jest uznanie, że kilka działań lub działanie ciągłe stanowi samo w sobie (w całości) naruszenie reguł konkurencji, nawet jeżeli jego poszczególne elementy mogłyby stanowić odrębne naruszenia i stać się przedmiotem odrębnych postępowań. Nie jest przy tym konieczne, aby każde działanie składające się na jednolite i ciągłe naruszenie stanowiło samodzielne naruszenie.<sup>16</sup>
- (101) Jeżeli przedsiębiorstwo uczestniczyło w jednolitym i ciągłym naruszeniu poprzez własne zachowanie, które stanowiło porozumienie i które przyczyniało się do realizacji naruszenia jako całości, to możliwe jest przypisanie mu odpowiedzialności za całość naruszenia w odniesieniu do okresu, w którym uczestniczyło w tym naruszeniu.<sup>17</sup> Powyższe ma miejsce, gdy przedsiębiorstwo zamierzało własnym zachowaniem przyczynić się do realizacji celów naruszenia, a zarazem znało działania planowane lub wdrażane przez innych uczestników naruszenia lub mogło je przewidzieć.<sup>18</sup> W każdym razie jednak przedsiębiorstwo ponosi odpowiedzialność za tę część naruszenia, w której uczestniczyło.<sup>19</sup>
- (102) Mając na względzie zasadniczą równoważność art. 6 ustawy okik oraz art. 101 Traktatu należy stwierdzić, że koncepcja jednolitego i ciągłego naruszenia znajduje zastosowanie również w prawie polskim.
- (103) Prezes UOKiK uznał w niniejszej sprawie, że działania Karcher składały się na jednolite i ciągłe naruszenie. Koncepcja ta zakłada, że w zмовach trwających wiele lat, w których różne uzgodnione praktyki i porozumienia stanowią część całego ciągu działań podejmowanych przez przedsiębiorców w wykonaniu

<sup>14</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Anic Participazioni*, EU:C:1999:356, akapit 79.

<sup>15</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Anic Participazioni*, EU:C:1999:356, akapit 81; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 czerwca 2015 r. w sprawach połączonych C-293/13 P oraz C-294/13 P, *Fresh Del Monte*, EU:C:2015:416, akapit 156.

<sup>16</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 1 lipca 2010 r. w sprawie C-407/08 P, *Knauf Gips*, EU:C:2010:389, akapit 48.

<sup>17</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 czerwca 2015 r. w sprawach połączonych C-293/13 P oraz C-294/13 P, *Fresh Del Monte*, EU:C:2015:416, akapit 157.

<sup>18</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 8 lipca 1999 r. w sprawie C-49/92 P, *Anic Participazioni*, EU:C:1999:356, akapit 87; Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 7 stycznia 2004 r. w sprawach połączonych C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P oraz C-219/00 P, *Aalborg*, akapit 83.

<sup>19</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 czerwca 2015 r. w sprawach połączonych C-293/13 P oraz C-294/13 P, *Fresh Del Monte*, EU:C:2015:416, akapit 159.





wspólnego celu w postaci ograniczenia konkurencji, możliwe jest przyjęcie, iż stanowią one jedno, ciągłe naruszenie. Oznacza to, że zgrupowaniu podlega wiele działań zmierzających do realizacji tego samego celu i że traktowane są one jako przejaw funkcjonowania tego samego porozumienia.

- (104) W niniejszej sprawie w ocenie Prezesa UOKiK dochodziło do ustalania cen odsprzedaży produktów marki Kärcher na przestrzeni ponad 21 lat (od końca lat 90 XX wieku do lipca 2021 r.). Był to ciąg zaplanowanych działań mających założony antykonkurencyjny cel. W okresie ponad 21 lat zmieniał się zakres ustalanych cen i kanał dystrybucji, którego te ustalenia dotyczyły, ale istota tych działań pozostawała ta sama - było nią ograniczenie konkurencji w zakresie cen detalicznych między Dealerami produktów marki Kärcher, którym Kärcher dostarczała te produkty. W początkowej fazie porozumienia były nim objęte wszystkie ceny w sprzedaży stacjonarnej i internetowej. W późniejszym okresie ustalone przez Kärcher ceny dotyczyły głównie sprzedaży internetowej, ze szczególnym uwzględnieniem cen w czasie trwania ogłoszonych przez Kärcher kampanii promocyjnych. Do roku 2005 ustalone ceny miały charakter cen minimalnych, w latach 2005-2021 były to w zależności od okresu i promocji ceny minimalne lub sztywne na urządzenia sprzedawane w organizowanych przez Kärcher promocjach ogólnopolskich i akcjach specjalnych. Natomiast cel porozumienia pozostawał tożsamy i niezmienny.
- (105) W odniesieniu do Kärcher spełnione zostały zatem wszystkie przesłanki, dające podstawy do uznania, że omówione działania Kärcher składały się na jednolite i ciągłe naruszenie. W odniesieniu do szerokiej gamy produktów Kärcher stosowała sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży i istota tych działań pozostawała wspólna: prowadziły one do oddziaływania na poziom tych cen w antykonkurencyjny sposób. Ustalanie cen wynikało z polityki rynkowej określonej przez Kärcher, co sprawiało, że Spółka miała na nią decydujący wpływ. Jako podmiot odpowiadający za tę politykę handlową, Kärcher miała też świadomość zakresu naruszenia.

### 3.4 OKRES FUNKCJONOWANIA POROZUMIENIA

- (106) Zgodnie z dokonanymi ustaleniami działania Kärcher polegające na określaniu cen odsprzedaży produktów marki Kärcher podejmowane były od końca lat 90 XX w.
- (107) W trakcie trwania porozumienia zmianie ulegał zakres ustalanych cen (ceny sztywne, ceny minimalne, ceny na wszystkie produkty marki Kärcher, ceny urządzeń promocyjnych) oraz kanały sprzedaży, w których ceny miały być stosowane (od sprzedaży stacjonarnej i internetowej po głównie sprzedaż internetową). Okoliczność ta nie ma jednak znaczenia z punktu widzenia oceny czasu trwania porozumienia.
- (108) Kwestionowane działania Kärcher były podejmowane od końca lat 90 XX w. do lipca 2021 roku. Praktyka została zaniechana w lipcu 2021 r. po przeprowadzeniu szkoleń pracowników Kärcher, przygotowaniu wzorów odpowiedzi dla pracowników Spółki w przypadku wpływania od Dealerów, mimo zmiany polityki





cenowej, korespondencji dotyczącej tego problemu. Niezależnie od powyższego w lipcu 2021 r. przeprowadzono rozmowy z Dealerami i dodatkowo od lipca 2021 r. rozpoczęto wysyłkę do Dealerów korespondencji opisującej szczegółowo aktualne zasady sprzedaży.

### 3.5 STATUS ORGANIZATORA POROZUMIENIA

- (109) W celu ustalenia, czy w danej sprawie dany podmiot może być uznany za organizatora porozumienia, w przypadku porozumień wertykalnych, organ ochrony konkurencji musi ocenić znaczenie i aktywność dostawcy i dystrybutorów w organizowaniu i realizowaniu sieci dystrybucyjnej.
- (110) Za organizatora porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustalaniu cen odsprzedaży produktów można uznać ten podmiot, który jako lider pełni w nim decydującą rolę, wypracowując i wprowadzając w życie koncepcję jego funkcjonowania<sup>20</sup>. Ten podmiot ustala warunki cenowe, które są akceptowane milcząco lub wyraźnie przez pozostałe strony porozumienia. Jest on także strażnikiem porozumienia, w tym przykładowo tworzy i stosuje system monitorowania cen. Od tego podmiotu przede wszystkim zależy stosowanie ewentualnych środków represyjnych w celu zmuszenia pozostałych uczestników do stosowania uzgodnionych cen.
- (111) W świetle zgromadzonego materiału dowodowego Prezes UOKiK uznał, że Kärcher była organizatorem porozumienia polegającego na ustalaniu cen odsprzedaży produktów marki Kärcher.
- (112) Spółka pełniła decydującą rolę we współpracy z Dealerami polegającą na ustalaniu cen odsprzedaży produktów marki Kärcher. Kärcher tworzyła koncepcję funkcjonowania porozumienia i nadawała mu określone ramy funkcjonowania (modyfikowane przez Spółkę w trakcie trwania porozumienia).
- (113) Kärcher organizowała ponadto system kontroli przestrzegania cen odsprzedaży produktów marki Kärcher. Następowo to poprzez stały monitoring cen, na podstawie wyników którego kierowano do Dealerów wezwania do stosowania cen określonych przez Spółkę, wezwania do przesyłania sygnałów o odstępstwach cenowych, jak również poprzez podejmowanie określonych działań przeciwko Dealerom. Nadzór w pierwszych etapach funkcjonowania porozumienia polegał na upominaniu, dyscyplinowaniu, kontroli faktur sprzedaży wystawianych przez Dealerów, wystawianiu faktur korygujących w zakresie wcześniej przyznanych rabatów. W ostatnim okresie trwania porozumienia niestosowanie się do polityki cenowej Kärcher wiązało się dla Dealerów z nieco zmienionymi konsekwencjami finansowymi - odbieraniem dodatkowego wynagrodzenia/rabatów na poziomie 1-4% z obrotu dotyczącego akcji promocyjnych. W konsekwencji regularnego niestosowania przez Dealerów polityki cenowej Kärcher możliwe było wypowiedzenie umowy

<sup>20</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z 16 kwietnia 2019 r., sygn. akt I NSK 10/18.





współpracy, pozbawienie Dealera możliwości zakupu urządzeń w ramach promocji.

- (114) Podkreślenia wymaga fakt, że jedynie od Karcher zależało zastosowanie ewentualnych środków represyjnych w celu zmuszenia pozostałych uczestników (Dealerów) do stosowania uzgodnionych cen i tylko Spółka posiadała narzędzia dyscyplinujące.
- (115) Poszczególni Dealerzy nie mieli natomiast podobnych instrumentów w stosunku do Dealerów, którzy nie stosowali się do ustalonego poziomu cen. Oznacza to, że Karcher była strażnikiem kwestionowanego porozumienia.
- (116) Postępowanie antymonopolowe zostało wszczęte jedynie wobec Karcher jako organizatora porozumienia. Takie podejście w odniesieniu do porozumień wertykalnych jest zgodne z praktyką Komisji Europejskiej i zostało zaaprobowane w krajowym orzecznictwie sądowym<sup>21</sup>. Podejmując decyzję o postawieniu zarzutów jedynie Karcher Prezes UOKiK uwzględnił bierną postawę Dealerów, która przeważała w czasie trwania porozumienia i polegała na przyjmowaniu polityki Karcher jako obowiązującej.

### 3.6 RYNEK WŁAŚCIWY

- (117) Koncepcja rynku właściwego stanowi narzędzie analityczne służące weryfikowaniu, czy w kontekście określonej teorii szkody może dochodzić do zapobieżenia, ograniczenia lub zakłócenia konkurencji.
- (118) W orzecznictwie unijnym przyjęto, że obowiązek określenia rynku właściwego w kontekście stosowania art. 101 Traktatu występuje jedynie, gdy bez zdefiniowania takiego rynku niemożliwe jest stwierdzenie, czy rozpatrywane porozumienie, decyzja związku przedsiębiorstw lub uzgodniona praktyka mogą mieć wpływ na handel między państwami członkowskim Unii Europejskiej oraz czy ich celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego.<sup>22</sup>
- (119) Rynek właściwy posiada wymiar produktowy i geograficzny. Rynek właściwy produktowo obejmuje produkty lub usługi, które są substytucyjne lub w wystarczającym stopniu zamienne, nie tylko z uwagi na swoje obiektywne cechy, które sprawiają, że są one w stanie zaspokajać określone potrzeby konsumentów, ale także przy uwzględnieniu warunków konkurencji lub struktury podaży i popytu na danym rynku.<sup>23</sup> Rynek właściwy geograficznie to rynek

<sup>21</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z 04.10.2017 r., sygn. akt: III SK 47/16; wyrok Sądu Apelacyjnego z 25.01.2017 r., sygn. akt: VI ACa 1673/15; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16.04.2019 r., sygn. akt: I NSK 10/18; wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 07.04.2017 r., sygn. akt.: XVII AmA 33/15, wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 04.11.2014 r., sygn. akt: XVII AmA 90/12

<sup>22</sup> Wyrok Sądu Unii Europejskiej z 16 września 2013 r. w sprawie T-396/10, *Zucchetti Rubinetteria SpA przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:2013:446; wyrok Sądu Unii Europejskiej z 25 października 2005 r. w sprawie T-38/02, *Groupe Danone przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:2005:367; wyrok Sądu Unii Europejskiej z 15 września 1998 r. w sprawach połączonych T-374/94, T 375/94, T-384/94 oraz T-388/94, *European Night Services i inni przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:1998:198; wyrok Sądu Unii Europejskiej z 6 lipca 2000 r. w sprawie T-62/98, *Volkswagen przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:2000:180.

<sup>23</sup> Wyrok Sądu Unii Europejskiej z 12 czerwca 1997 r. w sprawie T-504/93, *Tiercé Ladbroke przeciwko Komisji Europejskiej*, EU:T:1997:84, akapit 81.





obejmujący określony obszar, na którym produkt jest sprzedawany i na którym występują wystarczająco homogeniczne warunki konkurencji.<sup>24</sup>

- (120) Ustawodawca polski przez „rynek właściwy” rozumie - zgodnie z art. 4 pkt. 9 ustawy oik - 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.
- (121) Prezes UOKiK uznał w odniesieniu do prawa unijnego, że naruszenie miało charakter naruszenia ze względu na cel i wpływało na handel między Państwami Członkowskimi. Naruszenie to dotyczyło rynku produktowego urządzeń czyszczących.
- (122) Na potrzeby oceny praktyki opisanej w kontekście prawa polskiego, Prezes UOKiK uznał, że rynek właściwy w wymiarze produktowym, zarówno na szczeblu wprowadzania do obrotu, na którym zawarto porozumienie, jak i na szczeblu detalicznej sprzedaży, na który porozumienie oddziałuje, obejmuje szeroką gamę urządzeń czyszczących do wykorzystania domowego i profesjonalnego (jak np.: myjki, urządzenia wysokociśnieniowe, odkurzacze, mopy, zamiatarki, szczotki elektryczne, parownice, froterki, odpylacze, szorowarki, urządzenia do czyszczenia wykładzin tekstylnych) ujmowane łącznie.
- (123) Prezes UOKiK uznał, że urządzenia czyszczące mieszczą się w jednym rynku właściwym ze względu na przyjęty system dystrybucji oraz zastosowanie tych urządzeń w procesie utrzymania czystości. Produkty sprzedawane są bowiem na obszarze Polski w ramach jednolitego systemu sprzedaży bez różnicowania sposobu dystrybucji poszczególnych grup produktowych. Wszystkie urządzenia czyszczące służą do utrzymania porządku. Należy podkreślić, iż traktowanie wszystkich kategorii urządzeń czyszczących jako jednej grupy towarów jest zjawiskiem typowym. Podobne systemy dystrybucji urządzeń czyszczących są stosowane przez innych producentów<sup>25</sup>.
- (124) Ponadto w sprawach dotyczących zakazanych porozumień o charakterze antykonkurencyjnym, zachowania przedsiębiorców będących uczestnikami tego rodzaju porozumień, same de facto wskazują granice rynku, w ramach którego, w przypadku braku zawarcia antykonkurencyjnego porozumienia, przedsiębiorcy ci rywalizowaliby ze sobą nawzajem. Kwestionowane ustalenia między Kärcher a Dealerami dotyczyły wszystkich urządzeń czyszczących marki Kärcher wprowadzanych do obrotu przez Spółkę w celu dalszej odsprzedaży przez Dealerów na rynku detalicznym.
- (125) Analizując okoliczności niniejszej sprawy, Prezes UOKiK uznał, że zarówno rynek, na którym zawarto porozumienie, jak i rynek, na którym porozumienie ograniczało konkurencję, mają wymiar krajowy i obejmują obszar Polski.
- (126) Na krajowy wymiar rynków wprowadzania do obrotu i detalicznej sprzedaży urządzeń czyszczących wskazuje przyjęty przez grupę kapitałową Kärcher

<sup>24</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 31 marca 1998 r. w sprawie C-68/94, *Kali und Salz*, EU:C:1998:148, akapit 143

<sup>25</sup> opracowanie UOKiK „RAPORT Z BADANIA RYNKU PROFESJONALNYCH MASZYN CZYSZCZĄCYCH W LATACH 2013-2018” marzec 2021





model dystrybucji zorganizowany odrębnie dla poszczególnych krajów, z przyznaną samodzielnością spółkom działającym na terenie danego kraju w zakresie jego organizowania.

- (127) Wyodrębniając wymiar krajowy rynku wprowadzania do obrotu i sprzedaży detalicznej urządzeń czyszczących wzięto pod uwagę, że Dealerzy zaangażowani w podejmowanie kwestionowanych zachowań pochodzą z terenu całej Polski. Sieć Dealerska obejmuje terytorium całej Polski i brak jest podstaw, aby móc uznać, że rynek właściwy w aspekcie geograficznym ma węższy zakres mając na uwadze, że Dealerzy prowadzą również sprzedaż internetową.
- (128) Niezależnie od powyższego Prezes UOKiK uwzględnił, że w kontekście charakteru praktyki zdefiniowanie rynku właściwego nie może wpływać na konkluzję co do samej legalności lub nielegalności tego rodzaju porozumienia.
- (129) W przedmiotowej sprawie Prezes UOKiK uznał, że porozumienie jest zakazane ze względu na cel oraz nie podlega wyłączeniu spod zakazu w oparciu o zasadę de minimis, a więc definiowanie rynku właściwego może być przeprowadzone w sposób uproszczony.

### 3.7 WPŁYW NA HANDEL UE

- (130) Prawo unijne znajduje zastosowanie w odniesieniu do spraw, w których występuje wpływ na handel między Państwami Członkowskimi. Pojęcie wpływu na handel nie zostało zdefiniowane w aktach prawodawczych Unii Europejskiej. Zagadnienie wpływu na handel zostało opisane przez Komisję Europejską w komunikacie „Wytyczne w sprawie pojęcia wpływu na handel zawartego w art. 81 i 82 Traktatu” (Dz.U. C 101 z 27.4.2004, s. 81-96)<sup>26</sup>.
- (131) Przyjmuje się, że pojęcie wpływu na handel ma charakter szeroki, tj. obejmuje różne sposoby wpływu na ten handel (bezpośredni lub pośredni, rzeczywisty lub potencjalny). W ocenie sądów unijnych w większości spraw wykazanie w należyтым stopniu, że wpływ na handel rzeczywiście wystąpił może nie być możliwe i w związku z tym wystarczające jest wskazanie na zdolność praktyki do wpływania na handel. Wpływ powinien mieć charakter odczuwalny. Ograniczenie geograficzne praktyki do terytorium jednego Państwa Członkowskiego nie wyklucza istnienia odczuwalnego wpływu na handel. Sądy unijne przyjmują, że istnieje „mocne domniemanie” istnienia wpływu na handel, jeżeli naruszenie odnosi się do całego obszaru Państwa Członkowskiego<sup>27</sup>.
- (132) Zgodnie z art. 3 ust. 1 zd. 1 Rozporządzenia Rady UE 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie stosowania reguł konkurencji określonych w art. 81 i 82 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską, w przypadkach, gdy organy

<sup>26</sup> Obwieszczenie Komisji Europejskiej - Wytyczne w sprawie koncepcji wpływu na handel zawartej w art. 81 i 82 Traktatu, Dz. Urz. UE C 101 z 27.04.2004 r., str. 81-96, (wersja polska Addendum do Dziennika Urzędowego Unii Europejskiej C 291 z dnia 30.11.2006 r., Dz. Urz. UE C 384 z 18.10.2016 r., str. 22-37), dalej jako: „Wytyczne w sprawie wpływu na handel”.

<sup>27</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 24 września 2009 r. w sprawach połączonych C-125/07 P, C-133/07 P, C-135/07 P i C-137/07 P, Erste Grup Bank, EU:C:2009:576, akapit 38-39.





ochrony konkurencji państw członkowskich lub krajowe sądy stosują krajowe prawo konkurencji do praktyk zakazanych przez art. 101 Traktatu, stosują również art. 101 Traktatu.

- (133) W celu ustalenia istnienia wpływu danego porozumienia na handel między Państwami Członkowskimi należy w szczególności przeanalizować pojęcia „handlu między Państwami Członkowskimi”, „wpływu” na handel oraz „odczuwalności” wpływu na handel.
- (134) Pojęcie „handlu między Państwami Członkowskimi” należy interpretować szeroko jako wszystkie formy transgranicznej działalności przedsiębiorców. Przez określenie to należy rozumieć wszelkiego rodzaju wymianę dóbr w ramach swobód rynku wewnętrznego, obrót towarami, usługami lub kapitałem. Pojęcie handlu w rozumieniu art. 101 Traktatu obejmuje również możliwość podjęcia działalności gospodarczej na terytorium objętym porozumieniem przez przedsiębiorstwo z innego Państwa Członkowskiego, również w postaci oddziału lub spółki zależnej<sup>28</sup>.
- (135) Kwestia występowania handlu między Państwami Członkowskimi pozostaje niezależna od zdefiniowania rynku właściwego w wymiarze geograficznym. Handel między Państwami Członkowskimi może występować również w przypadku, gdy rynkiem właściwym jest rynek krajowy jednego Państwa Członkowskiego<sup>29</sup>. Nawet bowiem przy tak zakreślonym rynku geograficznym, badana praktyka może np. prowadzić do utrwalenia się odrębności takiego rynku geograficznego i utrudniać dostęp przedsiębiorcom z innych Państw Członkowskich.
- (136) Określenie „wpływ na handel” oznacza, że musi istnieć możliwość przewidzenia z wystarczającym stopniem prawdopodobieństwa, na podstawie obiektywnych przesłanek prawnych lub faktycznych, że zakazana praktyka może mieć wpływ, pośredni lub bezpośredni, rzeczywisty lub potencjalny, na handel między Państwami Członkowskimi<sup>30</sup>. Przy czym, nie jest konieczne rzeczywiste istnienie wpływu na handel, wystarczy sama możliwość jego wystąpienia, a więc wystarczającym jest, że działania polegające na zawarciu antykonkurencyjnego porozumienia są w stanie wywołać takie skutki, bez względu na to czy rzeczywiście je wywołują<sup>31</sup>. Liczy się więc zdolność danej praktyki do wywierania wpływu na handel między Państwami Członkowskimi, a nie to, czy taki wpływ ma rzeczywiście miejsce w danym momencie.
- (137) Obok pozycji rynkowej przedsiębiorców uczestniczących w zakazanym porozumieniu w przypadku wpływu na handel pomiędzy państwami członkowskimi, znaczenie ma również charakter danej praktyki i rodzaj produktu objętego praktyką.
- (138) Prezes UOKiK uznał, że działania Karcher polegające na ustalaniu cen odsprzedaży produktów marki Kärcher miały wpływ na handel między Państwami

<sup>28</sup>Wytyczne w sprawie wpływu na handel, pkt 30.

<sup>29</sup>Ibidem, pkt 22.

<sup>30</sup>Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 30 czerwca 1966 r. w sprawie *Société Technique Mini re przeciwko Maschinenbau*, 56/65, EU:C:1966:38.

<sup>31</sup>Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 14 lipca 1981 r., w sprawie *Gerhard Z chner przeciwko Bayerische Vereinsbank AG*, 172/80, EU:C:1981:178; wyrok Trybunału Sprawiedliwości z dnia 14 grudnia 1983 r., w sprawie *Kerpen & Kerpen*, 319/82, EU:C:1983:374; Wytyczne w sprawie wpływu na handel, pkt 26.





Członkowskimi i wpływ ten miał charakter przynajmniej potencjalnie odczuwalny. Działania Spółki odnosiły się bowiem do obszaru całego terytorium Rzeczypospolitej, tj. obszaru stanowiącego istotną część rynku wewnętrznego Unii Europejskiej.

- (139) Spółka należy do międzynarodowej grupy kapitałowej, działającej w wielu Państwach Członkowskich. Jak zauważyła Komisja Europejska w sprawie *Industrial and medical gases*<sup>32</sup>, sytuacja taka sprawia, że wszelkie zmiany pozycji konkurencyjnej w jednym Państwie Członkowskim będą miały wpływ na pozycję grupy jako całości. W ocenie Komisji, poprawa rentowności oddziały przedsiębiorcy w jednym kraju może wpływać na handel między Państwami Członkowskimi, w szczególności poprzez zmiany w wypłacanych dywidendach oraz zapotrzebowaniu na środki inwestycyjne.
- (140) Wymiana handlowa w zakresie urządzeń czyszczących marki Kärcher jest ściśle powiązana z okolicznościami rynkowymi w innych Państwach Członkowskich. Unia Europejska dąży do rozwoju jednolitego rynku znosząc różnego rodzaju bariery na nim funkcjonujące, w szczególności bariery dotyczące możliwości transgranicznego nabycia produktów przez konsumentów w kanale internetowym.
- (141) Zgodnie z dokonanymi ustaleniami okoliczności rynkowe pozwalają stwierdzić, że na rynku sprzedaży produktów marki Kärcher konsumenci mają szeroką możliwość porównywania cen, w szczególności online.
- (142) Ponadto produkty marki Kärcher nabywane są między innymi przez przedsiębiorców działających w ramach międzynarodowych koncernów, co również należy uznać za przesłankę pozwalającą na stwierdzenie, że przedmiotowe porozumienie miało wpływ na handel między Państwami Członkowskimi.
- (143) Prezes UOKiK uznał, że działalność Kärcher polegająca na ustalaniu cen odsprzedaży produktów marki Kärcher zwłaszcza w Internecie mogło wpływać na handel między Państwami Członkowskimi.

### 3.8 WYŁĄCZENIE SPOD ZAKAZU POROZUMIEŃ OGRANICZAJĄCYCH KONKURENCJĘ

- (144) W przypadku stwierdzenia naruszenia zakazu określonego w art. 6 ustawy okik oraz art. 101 Traktatu konieczne jest przeanalizowanie, czy rozpatrywane porozumienie nie stanowi wyjątku w zakresie zastosowania ww. przepisów, tj. wyłączenia spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję. Powyższe dotyczy trzech rodzajów sytuacji:
- zastosowania reguły de minimis, która określona została w art. 7 ustawy okik oraz w pkt 8 lit. b Zawiadomienia Komisji w sprawie porozumień o mniejszym znaczeniu, które nie ograniczają odczuwalnie konkurencji na mocy art. 101 TFUE (Dz. Urz. UE 2014/C 291/01) - dalej „Zawiadomienie de minimis”;
  - spełnienia warunków wyłączenia grupowego spod zakazów określonych w art. 6 ustawy okik oraz w art. 101 ust. 1 Traktatu;

<sup>32</sup> Decyzja Komisji z dnia 24 lipca 2002 r. *Industrial and medical gases*, COMP/36.700.





- indywidualnego spełniania przez porozumienie przesłanek, o których mowa w art. 8 ust. 1 ustawy okik oraz w art. 101 ust. 3 Traktatu.

#### REGUŁA DE MINIMIS

- (145) Zgodnie z dyspozycją art. 7 ustawy okik, zakaz zawierania porozumień ograniczających konkurencję nie znajduje zastosowania w przypadku niewielkiego udziału przedsiębiorców w rynku.
- (146) W odniesieniu do porozumień zawieranych między przedsiębiorcami, którzy nie są konkurentami (wertykalnych), wyłączenie ma miejsce, zgodnie z art. 7 ust. 1 pkt 2 ustawy okik, jeżeli udział posiadany przez każdego z nich w rynku właściwym, którego dotyczy porozumienie nie przekracza 10%. Od powyższej reguły ustawa okik przewiduje określone odstępstwa. Zgodnie z art. 7 ust. 3 tej ustawy wskazane powyżej wyłączenie de minimis nie ma zastosowania w przypadku porozumień, o których mowa, między innymi, w art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy okik, tj. porozumień polegających na ustalaniu bezpośrednio lub pośrednio cen.
- (147) Sądy unijne przyjmują, że zakaz określony w art. 101 Traktatu znajduje zastosowanie do naruszeń o charakterze odczuwalnym. Jednocześnie przyjmuje się, że jeżeli naruszenie posiada wpływ na handel między Państwami Członkowskimi i jest naruszeniem „ze względu na cel”, to zapobiega, ogranicza lub zakłóca konkurencję w sposób odczuwalny<sup>33</sup>.
- (148) Prezes UOKiK uznał, że porozumienie ograniczające konkurencję zawarte przez Karcher nie spełnia warunków wyłączenia de minimis, o którym mowa w art. 7 ust. 1 pkt 2 ustawy okik oraz nie podlega wyłączeniu w świetle orzecznictwa sądów unijnych. Porozumienie zawarte przez Karcher z jej Dealerami było bowiem porozumieniem zakazanym ze względu na cel, polegającym na ustalaniu cen odsprzedaży produktów, w związku z czym nie może być wobec niego zastosowane wyłączenie spod zakazu określonego w art. 6. ust. 1 ustawy okik ani art. 101 ust. 1 lit. a Traktatu na podstawie ww. wyłączeń.

#### WYŁĄCZENIE GRUPOWE

- (149) Porozumienie zawarte przez Karcher miało charakter wertykalny, tj. zostało zawarte przez przedsiębiorców działających na różnych szczeblach obrotu. Tym samym, istotne z punktu widzenia oceny tego porozumienia pozostają wyłączenia grupowe spod zakazów określonych w art. 6 ustawy okik oraz w art. 101 ust. 1 Traktatu stosowane względem tego typu porozumień.

---

<sup>33</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości z 13 grudnia 2012 r. w sprawie C-226/11, Expedia, EU:C:2012:795, akapit 37





- (150) W świetle aktualnie obowiązującego rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję (Dz.U. 2014 poz. 1012), z wyłączenia nie korzystają porozumienia wertykalne, które bezpośrednio lub pośrednio, samodzielnie lub w powiązaniu z innymi okolicznościami zależnymi od stron tych porozumień mają na celu ograniczenie prawa nabywcy do ustalania ceny sprzedaży przez narzucenie przez dostawcę minimalnych lub o określonej wysokości (sztywnych) cen sprzedaży towarów objętych porozumieniem wertykalnym (§11 pkt 1 wskazanego powyżej rozporządzenia).
- (151) Również w kolejno obowiązujących w czasie trwania praktyki rozporządzeniach w sprawie wyłączeń niektórych/określonych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję nie podlegały wyłączeniom porozumienia ograniczające nabywcom prawo do ustalania ceny, zmianie ulegała jedynie numeracja paragrafów dot. tej kwestii.
- (152) Podobnie, na podstawie art. 4 lit. a rozporządzenia Komisji nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 TFUE do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych<sup>34</sup>, wyłączenie spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję nie ma zastosowania do porozumień wertykalnych, które bezpośrednio lub pośrednio, oddzielnie lub w połączeniu z innymi czynnikami pod kontrolą stron, mają na celu: ograniczenie prawa nabywcy do ustalania ceny sprzedaży, bez uszczerbku dla możliwości narzucenia przez dostawcę maksymalnej ceny sprzedaży lub zalecania ceny sprzedaży, pod warunkiem że nie skutkują one sztywną lub minimalną ceną sprzedaży w wyniku presji lub zachęt którejkolwiek ze stron.
- (153) Mając na względzie fakt, że porozumienie w niniejszej sprawie dotyczyło ustalenia sztywnych i minimalnych cen odsprzedaży towarów, Prezes UOKiK uznał, że nie mogło ono skorzystać z wyłączeń spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję, o których mowa w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 30 marca 2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, ani w rozporządzeniu Komisji nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 TFUE do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych.

#### SPEŁNIENIE WARUNKÓW, O KTÓRYCH MOWA W ART. 8 UST. 1 USTAWY OKIK ORAZ W ART. 101 UST. 3 TRAKTATU

- (154) Dokonując oceny możliwości zastosowania indywidualnego wyłączenia spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, należy wskazać, że zgodnie z art. 8 ust. 1 ustawy okik zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1 tej ustawy, nie stosuje się do porozumień, które jednocześnie: przyczyniają się do polepszenia produkcji, dystrybucji towarów lub do postępu technicznego lub gospodarczego; zapewniają nabywcy lub użytkownikowi odpowiednią część wynikających z

<sup>34</sup> Rozporządzenie Komisji nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych; Dz. Urz. UE 2010 /L 102/1, str. 1-7.





porozumień korzyści; nie nakładają na zainteresowanych przedsiębiorców ograniczeń, które nie są niezbędne do osiągnięcia tych celów; nie stwarzają tym przedsiębiorcom możliwości wyeliminowania konkurencji na rynku właściwym w zakresie znacznej części określonych towarów.

- (155) Analogiczne przesłanki przewiduje art. 101 ust. 3 Traktatu. Ciężar dowodowy wykazania spełnienia warunków indywidualnego wyłączenia spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję, o których mowa w art. 8 ust. 1 ustawy okik oraz w art. 101 ust. 3 Traktatu, spoczywa na przedsiębiorcy.
- (156) Odnosząc się do kwestii możliwości zastosowania wyłączenia indywidualnego spod zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję, w niniejszej sprawie należy podnieść, że Karcher nie wskazywała na możliwość indywidualnego spełniania przesłanek, o których mowa we wskazanych powyżej przepisach.
- (157) Mając powyższe na uwadze orzeczono, jak w pkt I sentencji decyzji.

#### 4 KARA PIENIĘŻNA

- (158) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt. 1 i 2 ustawy okik Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 6 ustawy okik, w zakresie niewyłączonym na podstawie art. 7 i art. 8 ustawy okik oraz dopuścił się naruszenia art. 101 Traktatu.
- (159) Okoliczności niniejszej sprawy uzasadniają nałożenie kary na stronę niniejszego postępowania w związku z naruszeniem art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy okik oraz art. 101 Traktatu.
- (160) Możliwość nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej na podstawie art. 106 ust. 1 pkt. 1 i 2 ustawy okik wymaga stwierdzenia, że naruszenie zakazu określonego w przepisach ustawy okik oraz Traktatu było „co najmniej nieumyślne”.
- (161) W niniejszej sprawie Prezes UOKiK uznał, że Karcher dokonała naruszenia umyślnie, w związku z czym spełniona została przesłanka „choćby nieumyślne” naruszenia reguł konkurencji.
- (162) Spółka wprowadzała i utrzymywała system ustalania cen odsprzedaży swoich produktów wśród Dealerów, świadomie prowadząc w ten sposób do ograniczenia konkurencji między Dealerami. Na powyższe wskazuje między innymi dyscyplinowanie przez Karcher Dealerów, którzy nie stosowali się do uzgodnionych cen odsprzedaży.
- (163) Działania Karcher były przemyślaną, dobrze zorganizowaną pod względem prawnym (wzorce umów, ogólne warunki umów) i technicznym (kontrola, reagowanie na niesubordynację) praktyką ustalania cen. Zachowania Spółki były ukierunkowane na wprowadzenie minimalnych lub nawet ujednoczonych cen u Dealerów i taki antykonkurencyjny stan rzeczy był celem działań Karcher.





- (164) Prezes UOKiK wziął pod uwagę, że Karcher jest profesjonalistą z długoletnim doświadczeniem w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej na terenie Polski (od lat 90 XX w.), dysponującym bieżącą obsługą prawną, należącym do międzynarodowej grupy kapitałowej o wypracowanych standardach działania.
- (165) Zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego, element subiektywny w postaci umyślności lub nieumyślności naruszenia przepisów ustawy okik wyraża się w tym, że przedsiębiorca działa mając świadomość, że swoim zachowaniem narusza konkurencję, lub gdy jako profesjonalny uczestnik obrotu mógł (powinien był) taką świadomość posiadać. Istotne znaczenie ma także stanowisko Sądu Okręgowego w Warszawie, który przyjął, że nie jest możliwe, aby przedsiębiorca o znacznej renomie i długim okresie funkcjonowania na rynku nie zdawał sobie sprawy ze swoich czynności<sup>35</sup>.
- (166) Podobne stanowisko prezentowane jest również w przypadku orzeczeń europejskich. W wyroku ETS w sprawie Belasco wskazano, że „aby naruszenie było traktowane jako popełnione umyślnie nie jest konieczne, aby przedsiębiorstwo było świadome naruszenia konkurencji zapisanych w Traktacie; wystarczy natomiast, że nie mogło nie być świadome, że sporne zachowanie miało na celu ograniczenie konkurencji”<sup>36</sup>.
- (167) Tak więc Prezes UOKiK uznał, że Karcher dokonała zarzucanego jej naruszenia umyślnie.
- (168) Podstawą określenia wysokości kary pieniężnej jest „obrot”. Pojęcie „obrotu” zostało sprecyzowane w art. 106 ust. 3 pkt. 1, 2 i 3 ustawy okik. Zgodnie z tym przepisem obrót oblicza się jako sumę: 1) przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości; 2) przychodów wykazanych w rocznym sprawozdaniu finansowym równoważnym do rachunku zysków i strat sporządzanym na podstawie przepisów o rachunkowości lub w innym dokumencie podsumowującym przychody w roku obrotowym, w tym w sprawozdaniu z wykonania budżetu - w przypadku przedsiębiorcy, który nie sporządza rachunku zysków i strat na podstawie przepisów o rachunkowości; 3) udokumentowanych przychodów uzyskanych w roku obrotowym w szczególności ze sprzedaży produktów, towarów lub materiałów, przychodów finansowych oraz przychodów z działalności realizowanej na podstawie statutu lub innego dokumentu określającego zakres działalności przedsiębiorcy, a także wartości uzyskanych przez przedsiębiorcę dotacji przedmiotowych - w przypadku braku dokumentów, o których mowa w pkt 1 i 2.
- (169) Ustalając wysokość nakładanych kar pieniężnych, Prezes UOKiK kieruje się przesłankami zawartymi w art. 111 ustawy okik, mając na uwadze zasady określone w wydanych zgodnie z art. 31a ustawy okik „Wyjaśnieniach dotyczących ustalania wysokości kar pieniężnych dla przedsiębiorców w

<sup>35</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 21 kwietnia 2011 r., sygn. akt: III SK 45/10; Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 11 kwietnia 2011 r., sygn. akt: XVII AmA 62/08

<sup>36</sup> wyrok ETS z dnia 11 lipca 1989 r. w sprawie 246/86 S.C. Belasco i inni p. Komisji, paragraf 41





sprawach związanych z naruszeniem zakazu praktyk ograniczających konkurencję”, kwiecień 2021 - dalej „Wyjaśnienia” - opublikowanych na stronie internetowej Urzędu.

- (170) Zgodnie z zasadą indywidualizacji kary jest ona określana indywidualnie w każdej sprawie przy uwzględnieniu wszystkich jej istotnych okoliczności oraz celów polityki karania Prezesa UOKiK.
- (171) Przedstawiona w ww. Wyjaśnieniach metodyka ustalania kary została oparta na normatywnych przesłankach określania kar i dotychczasowym dorobku orzecznictwa w sprawach antymonopolowych. Zgodnie z pkt 2 przedmiotowych Wyjaśnień „*podstawą określania wysokości kary pieniężnej jest obrót ustalony zgodnie z art. 106 ust. 3 i kolejne ustawy okik za ostatni rok, w którym stosowana była praktyka ograniczająca konkurencję*”.
- (172) Mając powyższe na uwadze Prezes UOKiK jako podstawę do określenia wysokości kary pieniężnej nakładanej na Karcher przyjął obrót za rok 2021.
- (173) **Obrót** Karcher w roku obrotowym 2021 wynosił [...] PLN i ta kwota stanowić będzie podstawę obliczenia wysokości kary pieniężnej.

Dowód:

1. Rachunek zysków i strat za rok 2021 (k.2403)

- (174) Prezes UOKiK ustalając wymiar kary pieniężnej w pierwszej kolejności określił stopień i skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy okik oraz Traktatu.
- (175) Dokonując oceny stopnia naruszenia Prezes UOKiK wziął pod uwagę (i) okoliczności dotyczące natury naruszenia oraz (ii) okoliczności dotyczące działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia i specyfiki rynku, na którym doszło do naruszenia; a także skutki rynkowe tego naruszenia.
- (176) Na potrzeby oceny natury naruszenia Prezes UOKiK wyróżnia trzy rodzaje naruszeń:
- a) bardzo poważne, przez które rozumiane jest naruszenie art. 6 ustawy okik lub art. 101 TFUE polegające w szczególności na dokonywaniu ustaleń między konkurentami, a także naruszenia art. 9 ustawy okik oraz 102 TFUE mające na celu lub prowadzące do eliminacji konkurencji na rynku. Ponadto w przypadku naruszeń art. 6 ustawy okik oraz 101 TFUE za naruszenia tego rodzaju uznaje się wszelkie inne ustalenia, które jakkolwiek nie stanowią wprost ustaleń między konkurentami, to mimo wszystko dotyczą w praktyce relacji między konkurentami. Przez powyższe należy rozumieć w szczególności udzielanie pomocy w czynieniu ustaleń między konkurentami (w braku relacji konkurencyjnej między podmiotem udzielającym pomocy a pozostałymi uczestnikami ustaleń), a także koordynowanie działań konkurentów;
  - b) poważne, przez które rozumiane jest naruszenie art. 6 ustawy okik lub art. 101 TFUE w relacjach dotyczących różnych szczebli obrotu (np. producent-hurtownik, hurtownik-detalista) i polegających na dokonywaniu ustaleń co do cen (np. ustalenia co do minimalnych cen odsprzedaży) lub ograniczania





możliwości sprzedaży pasywnej, niemniej z wyłączeniem sytuacji, o których mowa powyżej w odniesieniu do naruszeń bardzo poważnych, a ponadto również naruszenia art. 9 ustawy okik oraz art. 102 TFUE mające na celu lub prowadzące do istotnego ograniczenia konkurencji na rynku lub dotkliwej eksploatacji kontrahentów lub konsumentów;

c) pozostałe, przez które rozumiane jest naruszenia art. 6 ustawy okik lub art. 101 TFUE, a także art. 9 ustawy okik lub 102 TFUE inne niż bardzo poważne i poważne.

- (177) Prezes UOKiK uznał analizowane naruszenie za poważne naruszenie polskich i unijnych reguł konkurencji. Powyższe wynika z faktu, że stwierdzone naruszenie polegało na zawarciu wertykalnego porozumienia cenowego dotyczącego ustalania poziomu cen odsprzedaży produktów, które ogranicza konkurencję ze względu na sam swój cel. Zarówno w ustawodawstwie, jak i w orzecznictwie z zakresu prawa ochrony konkurencji, tego rodzaju porozumienia traktowane są w sposób surowy z uwagi na ich przedmiot - cel.
- (178) Ze względu na powyższe kwota wyjściowa kary - zgodnie z Wyjaśnieniami - winna mieścić się w przedziale od 0,2% do 1% obrotu przedsiębiorcy.
- (179) W przedmiotowej sprawie Prezes UOKiK przyjął **kwotę wyjściową** na poziomie [...] **obrotu Spółki**, co daje wartość [...] **PLN**.
- (180) Wymiar kary na tym etapie został ustalony przy uwzględnieniu, że naruszenie miało charakter poważny. Polityka cenowa Spółki była precyzyjnie opracowana i obowiązywała nieprzerwanie od końca lat 90 XX w. do lipca 2021r. Dostosowywana była na bieżąco do zmian rynkowych, preferencji nabywców.
- (181) Ustalając wymiar kary Prezes UOKiK wziął w dalszej kolejności pod uwagę specyfikę rynku, na jakim doszło do naruszenia konkurencji, specyfikę działalności przedsiębiorcy, a także skutki rynkowe naruszenia. Kara powinna być bowiem tym wyższa, im większy jest negatywny wpływ na rynek związany z naruszeniem prawa konkurencji. Kierując się tymi przesłankami, Prezes UOKiK - zgodnie z Wyjaśnieniami - może zwiększyć ustaloną na wcześniejszym etapie kwotę maksymalnie o 50% lub zmniejszyć maksymalnie o 90%.
- (182) Przy ocenie powyższych czynników Prezes UOKiK bierze pod uwagę w szczególności następujące okoliczności:
- a) charakterystykę produktu oraz jego odbiorców; Prezes UOKiK bierze pod uwagę czy produkt jest nadzwyczaj istotny dla szczególnie wrażliwych odbiorców, np. produkty, z których odbiorca nie może choćby czasowo zrezygnować (m.in. niektóre leki), jak również znaczenie produktu dla innych sektorów gospodarki;
  - b) charakterystykę rynku (strukturę, bariery wejścia oraz potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy dopuszczającego się naruszenia); Prezes UOKiK uwzględnia okoliczność, że im bardziej rynek skoncentrowany i oddzielony wysokimi barierami wejścia, tym większe prawdopodobieństwo, że dana praktyka ograniczająca konkurencję będzie miała negatywny wpływ na uczestników rynku;





- c) niewielki udział przychodów przedsiębiorcy z towarów, których dotyczyło naruszenie, w obrocie przedsiębiorcy;
- d) skutki dla uczestników rynku będące konsekwencją naruszenia;
- e) nieodwracalność lub trudną odwracalność skutków naruszenia; Prezes UOKiK bierze pod uwagę, że jeżeli dane naruszenie ma nieodwracalne lub trudno odwracalne konsekwencje (np. trwałą i niekorzystną zmianę struktury rynkowej), to korzyści z naruszenia mogą być czerpane przez przedsiębiorcę również przez pewien okres po jego zaprzestaniu.
- (183) Prezes UOKiK uwzględnił w przedmiotowej sprawie, że rynek sprzedaży urządzeń czyszczących jest rynkiem konkurencyjnym, na którym działają inni producenci urządzeń czyszczących, wprowadzający je do obrotu na rynek polski oraz inni niż Dealerzy sprzedawcy detaliczni urządzeń marki Kärcher (zwłaszcza w przypadku linii H&G - sieci handlowe, sklepy AGD).
- (184) Jednocześnie udział Kärcher w rynku był znaczny - w przypadku urządzeń czyszczących udział Kärcher w latach 2013-2018 w krajowym rynku wprowadzania do obrotu tych urządzeń kształtował się na poziomie około [...] %<sup>37</sup>. Równocześnie Prezes UOKiK wziął pod uwagę, że od roku [...] praktyka dotyczyła w głównej mierze tylko części działalności przedsiębiorcy, tj. sprzedaży internetowej produktów objętych promocją ogłoszoną przez Kärcher.
- (185) W ocenie Prezesa UOKiK powyższe okoliczności, analizowane łącznie, dały podstawę do obniżenia kwoty wyjściowej o [...] %, tj. do kwoty [...] PLN.
- (186) W kolejnym etapie uwzględniony został okres naruszenia. Z uwagi na to, że Prezes UOKiK ustala kwotę bazową w odniesieniu do okresu, który odpowiada jednemu rokowi, na etapie brania pod uwagę okresu naruszenia przyjmuje zgodnie z Wyjaśnieniami, że w odniesieniu do naruszeń trwających dłużej niż rok kwota bazowa jest zwielokrotniana o liczbę (pełnych) lat uczestnictwa przedsiębiorcy w naruszeniu. Jednocześnie, jeżeli w ostatnim rozpoczętym roku naruszenia czas trwania w naruszeniu będzie wynosił więcej niż 6 miesięcy, to zastosowane zwielokrotnienie wyniesie dodatkowe 0,5.
- (187) W przedmiotowej sprawie porozumienie ograniczające konkurencję trwało od końca lat 90 XX w. do lipca 2021 r., tj. 21,5 roku.
- (188) W świetle zgromadzonego materiału dowodowego Prezes UOKiK uznał, że czas trwania porozumienia uzasadnia **podwyższenie kwoty bazowej mnożąc ją przez [...] - co daje wartość [...] PLN.**
- (189) W toku ustalania wysokości kary pieniężnej Prezes UOKiK uwzględnił ponadto - zgodnie z art. 111 ust. 2 - 4 ustawy okik - okoliczności obciążające i łagodzące.
- (190) Okoliczności obciążające i łagodzące są oceniane łącznie. Poszczególne okoliczności obciążające lub łagodzące mogą mieć różną wagę. Prezes UOKiK przyjmuje, że z uwagi na te okoliczności kwoty ustalone na wcześniejszym etapie obliczania wysokości kary mogą ulec zwiększeniu bądź zmniejszeniu maksymalnie o 50%.

<sup>37</sup> „Raport z badania rynku profesjonalnych maszyn czyszczących w latach 2013-2018” marzec 2021 - opracowania własne UOKiK - akta postępowania





(191) Jako okoliczności łagodzące traktowane są w szczególności:

- a) dobrowolne usunięcie skutków naruszenia;
- b) zaniechanie przez przedsiębiorcę stosowania praktyki ograniczającej konkurencję przed wszczęciem postępowania antymonopolowego bądź niezwłocznie po jego wszczęciu;
- c) podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków;
- d) współpraca z Prezesem UOKiK w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania, rozumiana jako aktywne współdziałanie, wykraczające poza wynikający z art. 50 ust. 1 ustawy obowiązek przekazywania w wyznaczonym terminie koniecznych informacji i dokumentów, podjęte w szczególności z własnej inicjatywy, w celu szybkiego i kompleksowego wyjaśnienia sprawy oraz zakończenia postępowania;
- e) bierna rola w naruszeniu, w tym unikanie przez przedsiębiorcę wprowadzenia w życie postanowień porozumienia ograniczającego konkurencję;
- f) działanie pod przymusem w przypadku naruszenia zakazu porozumień ograniczających konkurencję.

(192) Jako okoliczności obciążające traktowane są:

- a) rola lidera lub inicjatora porozumienia ograniczającego konkurencję lub nakłanianie innych przedsiębiorców do uczestnictwa w tym porozumieniu w przypadku naruszenia zakazu porozumień ograniczających konkurencję;
- b) przymuszanie, wywieranie presji lub stosowanie środków odwetowych w stosunku do innych przedsiębiorców, mające na celu wprowadzenie w życie lub kontynuowanie naruszenia;
- c) dokonanie uprzednio podobnego naruszenia, które należy rozumieć jako uprzednie dopuszczenie się stosowania praktyki ograniczającej konkurencję o podobnym charakterze (np. ponowne zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję albo ponowne nadużycie pozycji dominującej), stwierdzone prawomocną decyzją Prezesa UOKiK, Komisji Europejskiej lub organu ochrony konkurencji państwa członkowskiego Unii Europejskiej; waga tej okoliczności będzie tym większa, im większa będzie liczba innych podobnych naruszeń oraz stopień podobieństwa dokonanych naruszeń do naruszenia, za które wymierzana jest kara;
- d) umyślność naruszenia.

(193) W przedmiotowej sprawie okoliczności łagodzące określone w art. 111 ust. 3 ustawy okik nie zostały uwzględnione. Tak bowiem działania polegające na zaniechaniu stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęciu z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia, współpraca z Prezesem UOKiK w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania, w przypadku Karcher wynikały z wymogów jakie przedsiębiorca





musi spełnić składając wniosek o odstąpienie od wymierzenia lub o obniżenie kary pieniężnej, o jakim mowa w Dziale VII, Rozdziale 2 ww. ustawy.

- (194) Okolicznościami obciążającymi, jakie Prezes UOKiK stwierdził w stanie faktycznym i wziął pod uwagę określając wysokość kary są: rola lidera, którą pełniła Karcher, przymuszanie i wywieranie presji na Dealerach oraz umyślność naruszenia. Aktywna rola Spółki była niezbędna dla funkcjonowania porozumienia. Zgodnie z dokonanymi ustaleniami Karcher ustalała i przekazywała Dealerom ceny, do których przestrzegania byli oni zobowiązani. Prezes UOKiK uznaje, że w celu zapewnienia stosowania się kontrahentów do ustaleń, Karcher podejmowała interwencje, którym towarzyszyły groźby podjęcia działań odwetowych, a w przypadku uporczywego niedostosowywania się do zasad określonych przez Spółkę pozbawianie Dealerów rabatów, dodatkowego wynagrodzenia. Prezes UOKiK uznał, że Karcher pełniła rolę strażnika i lidera porozumienia. Takiej oceny nie zmienia ustalenie, że działania Spółki niekiedy były inspirowane przez niektórych Dealerów, gdyż nie posiadali oni żadnych instrumentów bezpośredniego wpływu na pozostałych Dealerów i mogli jedynie prowadzić własny monitoring cen oraz zgłaszać Spółce dostrzeżone przypadki ich zaniżania oraz oczekiwać podjęcia przez Karcher działań. Podjęcie interwencji, stosowanie presji handlowej i gróźb oraz zastosowanie represji pozostawało w wyłącznej gestii Karcher.
- (195) Ustalenia w odniesieniu do umyślności naruszenia Karcher zostały omówione w niniejszej decyzji w akapitach 159-166.
- (196) W wyniku analizy okoliczności obciążających dokonano podwyższenia kwoty bazowej o [...] %, tj. do kwoty [...] PLN.
- (197) Maksymalny wymiar kary jaki może zostać nałożony na Karcher zgodnie z art. 106 ust. 1 ustawy okik to [...] PLN. Oznacza to, że obliczona przez Prezesa UOKiK kwota [...] PLN, [...]. Mając na względzie powyższe, Prezes UOKiK określił wysokość kary na poziomie [...] % obrotu, tj. [...] PLN.

#### 4.1 PROGRAM ŁAGODZENIA KAR

- (198) Zgodnie z art. 113a ustawy okik możliwe jest złożenie przez przedsiębiorcę wniosku o odstąpienie od wymierzenia lub o obniżenie kary pieniężnej. Powyższa regulacja przewiduje, że przedsiębiorca, który współpracuje z Prezesem UOKiK w ujawnieniu i wykazaniu zawarcia niedozwolonego porozumienia ograniczającego konkurencję, jest traktowany łagodniej. To łagodniejsze traktowanie przejawia się w możliwości odstąpienia od wymierzenia kary albo obniżenia wymiaru kary pieniężnej za udział w antykonkurencyjnym porozumieniu.
- (199) Stosownie do art. 113b Prezes UOKiK odstępuje od nałożenia kary pieniężnej na przedsiębiorcę, który zawarł porozumienie, o którym mowa w art. 6 ust. 1 ustawy lub w art. 101 Traktatu, w przypadku gdy przedsiębiorca ten łącznie:





- 1) jako pierwszy z uczestników porozumienia złożył wniosek zgodny z wymogami, określonymi w art. 113a ust. 2 oraz spełnił warunki określone w art. 113a ust. 3, 5 i 6;
- 2) przedstawił:
  - a) dowód wystarczający do wszczęcia postępowania antymonopolowego lub informacje umożliwiające Prezesowi Urzędu uzyskanie takiego dowodu, albo
  - b) jeżeli wniosek został złożony po wszczęciu postępowania antymonopolowego - dowód, który w istotny sposób przyczyni się do wydania decyzji, lub na żądanie Prezesa Urzędu przedstawił informacje umożliwiające uzyskanie takiego dowodu - o ile Prezes Urzędu nie posiadał w tym czasie tych informacji lub dowodów;
- 3) nie nakłaniał innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu.

(200) Jak wyżej wskazano jednym z warunków odstąpienia od nałożenia kary pieniężnej jest spełnienie przesłanki nienakłaniania innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu (art. 113b pkt. 3 ustawy okik).

(201) Zatem interpretacja pojęcia nakłaniania przywołanego w art. 113b pkt. 3 ustawy okik ma znaczenie dla oceny czy Prezes UOKiK może odstąpić od nałożenia kary pieniężnej na wnioskodawcę leniency.

(202) Z językowego punktu widzenia „nakłanianie” oznacza „wpłynąć na czyjąś decyzję, namówić, przekonać, zachęcić, skłonić”<sup>38</sup>. Tym samym, nakłanianie do uczestnictwa w porozumieniu może mieć postać wpływania na decyzje innych przedsiębiorców co do uczestnictwa w porozumieniu, namawiania, przekonywania, zachęcania do uczestnictwa w porozumieniu.

(203) Przesłanka „nienakłaniania” innych przedsiębiorców do uczestnictwa w zakazanym porozumieniu zawarta w art. 113b pkt. 3 ustawy okik różni się od odpowiedników tej przesłanki w prawie unijnym (w którym możliwość odstąpienia od nałożenia kary pieniężnej lub jej redukcja odnoszą się jedynie do tajnych karteli).

(204) Zgodnie z pkt. 13 Obwieszczenia Komisji w sprawie zwalniania z grzywien i zmniejszania grzywien w sprawach kartelowych (Dz. Urz. UE z 8.12.2006 r., C 298, s. 17-22), pełne zwolnienie z kary nie może zostać udzielone dla przedsiębiorstwa, które podejmowało kroki w celu przymuszania (ang. *coerce*) innych przedsiębiorstw do przyłączenia się do kartelu lub pozostawania w nim<sup>39</sup>. Z językowego punktu widzenia znaczenie pojęcia „*coerce*” rozumie się, jako „przymuszanie”<sup>40</sup>. „Przymuszanie” oznacza „sprawić, żeby ktoś zrobił coś

<sup>27</sup> M. Szymczak (red.), Słownik języka polskiego. Tom drugi: L-P, PWN, Warszawa 1993, s. 264.

<sup>39</sup> ang.) An undertaking which took steps to coerce other undertakings to join the cartel or to remain in it is not eligible for immunity from fines. Podobnie, Modelowy Program Leniency Europejskiej Sieci Konkurencji w pkt 8 przewiduje: „An undertaking which took steps to coerce another undertaking to participate in the cartel will not be eligible for immunity from fines under the programme”.

<sup>40</sup> Tłumaczenie dostępne na: <https://dictionary.cambridge.org/pl/dictionary/english-polish/coerce>.





wbrew swojej woli”<sup>41</sup>. Tym samym w przypadku przymuszania presją oddziaływania na drugiego przedsiębiorcę jest większa niż w przypadku nakłaniania.

- (205) W ocenie Prezesa UOKiK przy analizie pojęcia „nakłanianie” należy przyjąć różną interpretację w zależności od faktu, czy mamy do czynienia z porozumieniem wertykalnym, czy horyzontalnym. W analizowanej sprawie, ponieważ mamy do czynienia z relacjami wertykalnymi tylko dla nich zostanie przeanalizowane rozumienie pojęcia „nakłanianie”.
- (206) Relacje wertykalne (w tym relacja producenta/wprowadzającego do obrotu z dystrybutorami) w stosunkach gospodarczych charakteryzują się najczęściej tym, że to producent/wprowadzający kształtuje w określony sposób sieć dystrybucyjną wyznaczając warunki, na jakich dystrybutorzy mogą przystąpić do sieci i na jakich produkty lub usługi są oferowane. W relacji wertykalnej, której dotyczy niniejsza decyzja, za przejawy nakłaniania, które mogą wpłynąć na przedsiębiorców w zakresie decyzji, co do uczestnictwa w porozumieniu ograniczającym konkurencję można przyjąć w szczególności:
- 1) namawianie i przekonywanie do uczestnictwa i utrzymania porozumienia, np. poprzez przypominanie innym uczestnikom o konieczności stosowania się do ustaleń porozumienia, kierowanie próśb i żądań do niezdiscyplinowanych uczestników porozumienia, przekonywanie, że porozumienie jest korzystne dla jego uczestników oraz prowadzenie monitoringu zachowań uczestników (w szczególności dystrybutorów) w zakresie stosowania się do ustaleń porozumienia;
  - 2) zachęcanie do uczestnictwa i utrzymania porozumienia, np. poprzez oferowanie różnych form wsparcia i zapewnienie specjalnego traktowania, które obejmować może przykładowo preferencyjne ceny, rabaty, wydłużone terminy płatności, linie kredytowe, finansowanie akcji promocyjnych, dostarczanie selektywnych, trudno dostępnych na rynku produktów, oferowanie dodatkowych szkoleń i usług;
  - 3) wywieranie presji, mającej znamiona przymusu, np. poprzez stosowanie przez dostawcę środków odwetowych w postaci niedostarczenia produktów lub wycofania różnych form wsparcia i specjalnego traktowania lub też kierowanie gróźb zastosowania wyżej wskazanych sankcji i próby ich zastosowania.
- (207) Mając powyższe na uwadze, jeżeli wnioskodawca leniency, który złożył wniosek dotyczący porozumienia wertykalnego, nakłaniał innych przedsiębiorców do udziału w porozumieniu - poprzez namawianie, zachęcanie, dyscyplinowanie uczestników porozumienia oraz wywieranie presji mającej znamiona przymusu - nie kwalifikuje się na odstąpienie od nałożenia kary pieniężnej.
- (208) Jednocześnie należy podkreślić, że prawo krajowe jest względniejsze dla przedsiębiorców w kontekście zakresu programu łagodzenia kar ponieważ, w przeciwieństwie do prawa unijnego, możliwość skorzystania z programu leniency dostępna jest również dla uczestników porozumień wertykalnych. Tym samym

<sup>41</sup> Słownik PWN dostępny na: <https://sjp.pwn.pl/slovniki/przymusza%C4%87.html>





polskim programem leniency objęte są porozumienia wertykalne naruszające art. 101 Traktatu, które nie kwalifikują się do zastosowania wobec nich Obwieszczenia Komisji w sprawie zwalniania z grzywien i zmniejszania grzywien w sprawach kartelowych.

- (209) W przedmiotowej sprawie, analizując pozostałe przesłanki warunkujące odstąpienie od nałożenia kary pieniężnej określone w art. 113 b pkt 1 i 2 Prezes UOKiK uznał, iż Karcher wprowadziła jako pierwsza wniosek leniency, ale nie spełniła również warunku określonego w art. 113 b pkt 2. Wniosek leniency złożony został wprowadziła przed wszczęciem postępowania antymonopolowego, na etapie postępowania wyjaśniającego, ale Spółka nie przedłożyła dowodu wystarczającego do wszczęcia postępowania antymonopolowego lub informacji umożliwiających Prezesowi UOKiK uzyskanie takiego dowodu. Prezes UOKiK posiadał już bowiem na tym etapie postępowania dowody pozwalające na wszczęcie postępowania antymonopolowego.
- (210) Zgodnie z przywołanymi przepisami dotyczącymi odstąpienia od wymierzenia kary pieniężnej lub jej obniżenia w sprawach porozumień ograniczających konkurencję, jeżeli wnioskodawca leniency nie spełnia łącznie wszystkich wyżej wskazanych warunków określonych w art. 113b ustawy okik odstąpienie od nałożenia kary nie jest możliwe. Niemniej, jeśli wnioskodawca leniency spełnił przesłanki określone w art. 113c ustawy okik, wówczas możliwe jest obniżenie przez Prezesa UOKiK kary pieniężnej.
- (211) Stosownie do art. 113c ust. 1 ustawy okik, w przypadku, gdy przedsiębiorca, który zawarł porozumienie, o którym mowa w art. 6 ust. 1 ww. ustawy lub w art. 101 ust. 1 Traktatu, nie spełnia łącznie warunków, o których mowa w art. 113b, Prezes UOKiK obniża karę pieniężną nakładaną na tego przedsiębiorcę, jeżeli przedsiębiorca ten łącznie:
- złożył wniosek zgodny z wymogami określonymi w art. 113a ust. 2 ustawy okik;
  - spełnił warunki określone w art. 113a ust. 3, 5 i 6 ustawy okik;
  - przedstawił dowód mający istotne znaczenie dla rozpatrywanej sprawy, którego Prezes Urzędu nie posiadał.
- (212) W dniu 6 lipca 2021 r. do Prezesa UOKiK wpłynął wniosek Karcher o odstąpienie od wymierzenia lub obniżenie kary pieniężnej złożony na podstawie art. 113a ustawy okik.
- (213) Prezes UOKiK uznał, że Karcher nakłaniała innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu poprzez kierowanie do Dealerów próśb, sugestii i wezwań dotyczących dostosowania przez nich cen odsprzedaży do określonego poziomu, a w przypadku braku reakcji na ww. wskazane działania dyscyplinowała Dealerów. Spółka stosowała presję ekonomiczną, która nosiła znamiona przymusu do dostosowania się do zasad współpracy w zakresie stosowania cen odsprzedaży produktów marki Kärcher. Argumentami służącymi do nakłaniania Dealerów do stosowania cen produktów marki Kärcher na ustalonym poziomie było: wyciąganie konsekwencji zgodnych z postanowieniami funkcjonujących umów handlowych określających restrykcje za nieprzestrzeganie zasad, odbieranie rabatów, wynagrodzeń dodatkowych.





(214) Ponieważ Karcher nakłaniała innych przedsiębiorców do uczestnictwa w porozumieniu uniemożliwia to zastosowanie przez Prezesa UOKiK wobec wnioskodawcy odstąpienia od nałożenia kary pieniężnej, nie stanowi natomiast przesłanki uniemożliwiającej obniżenie kary pieniężnej.

(215) Jak ustalił Prezes UOKiK:

- Spółka złożyła wniosek zgodny z wymogami określonymi w art. 113a ust. 2 ustawy okik;
- Dodatkowo Karcher spełniła warunki określone w art. 113a ust. 3 ustawy okik ponieważ - jak wynika ze zgromadzonego materiału dowodowego - nie ujawniła zamiaru złożenia wniosku;
- Spełnione zostały przez Karcher również warunki określone w art. 113a ust. 5 ustawy okik, tj. Spółka współpracowała z Prezesem UOKiK w pełnym zakresie. Dostarczała niezwłocznie dowody oraz wszelkie informacje dotyczące porozumienia, którymi dysponowała, a które miały istotne znaczenie dla sprawy.
- Ponadto Karcher zaprzestała udziału w porozumieniu niezwłocznie po złożeniu wniosku leniency. Wniosek został złożony w dniu 6 lipca 2021 r. Wówczas przystąpiono do działań mających na celu zaprzestanie porozumienia - przeprowadzono szkolenie własnych pracowników, przygotowano wzory odpowiedzi na maile Dealerów dotyczące polityki cenowej, prowadzono rozmowy telefoniczne z Dealerami dotyczące zmiany zasad stosowania cen odsprzedaży. Również w lipcu 2021 r. rozpoczęto wysyłkę pisemnej korespondencji do Dealerów dotyczącą zmiany polityki cenowej Spółki. Spełniona została zatem przesłanka określona w art. 113a ust. 6 ustawy okik.

(216) Również, zgodnie z art. 113c ust. 1 pkt 3 ustawy okik Karcher przedstawiła dowody mające istotne znaczenie dla rozpatrywanej sprawy, których Prezes UOKiK nie posiadał. Ustalając znaczenie dowodów przedłożonych przez przedsiębiorcę, Prezes UOKiK uwzględnił ich wartość i moc dowodową.

(217) Prezes UOKiK pozytywnie ocenił i uznał za posiadające istotną wartość wyjaśnienia i dowody przedstawione przez Spółkę odnośnie do okoliczności funkcjonowania porozumienia. W złożonym przez Karcher wniosku przedsiębiorca przedstawił w szczególności dowody na:

- dłuższy okres funkcjonowania porozumienia niż ten, który wynikał wprost z dowodów zgromadzonych wcześniej przez Prezesa UOKiK i niż w początkowej fazie postępowania wyjaśniającego zakładano. Według wstępnych ustaleń Prezesa UOKiK istniało podejrzenie trwania porozumienia od 1 stycznia 2010 r. Informacje przekazane przez Karcher pozwoliły na ustalenie, że porozumienie trwało od końca lat 90 XX w.

- zasady funkcjonowania porozumienia w dużo szerszym zakresie, niż wskazywał materiał będący w posiadaniu Prezesa UOKiK. Posiadany materiał dowodowy wskazywał na stosowanie cen minimalnych, a dostarczone materiały wskazały na czasowe stosowanie również cen sztywnych. Dodatkowo w materiałach dowodowych zebranych przez Prezesa UOKiK nie było OWWH i umów opisujących zasady funkcjonowania porozumienia na wczesnym etapie jego obowiązywania, tj. przed 1 stycznia 2010 r.





- szerszy zakres produktów objętych porozumieniem, niż wskazywały na to wcześniej posiadane dowody. Prezes UOKiK posiadał bowiem dowody w zakresie urządzeń linii Professional, a informacje Karcher pozwoliły na rozszerzenie asortymentu objętego porozumieniem również na urządzenia H&G.

- (218) Tym samym, w ocenie Prezesa UOKiK, Karcher spełniła określone w art. 113c ust. 1 ustawy okik przestanki obniżenia kary pieniężnej, która zostałaby na nią nałożona w przypadku braku współpracy z Prezesem UOKiK w ramach programu łagodzenia kar.
- (219) Art. 113c ust. 2 pkt 1 ustawy okik w ramach programu łagodzenia kar przewiduje obniżenie o wartość od 30% do 50% kary, jaka zostałaby nałożona na przedsiębiorcę, który jako pierwszy spełnił warunki, o których mowa w art. 113c ust. 1 ustawy okik.
- (220) Mając na uwadze jakość przedstawionych przez Karcher dowodów Prezes UOKiK uznał za zasadne **obniżenie kary pieniężnej nakładanej na Spółkę o 50 %**.

#### 4.2 KARA PIENIĘŻNA NAŁOŻONA NA KARCHER

- (221) Mając na uwadze wszystkie powyższe okoliczności, a w szczególności długotrwałość naruszenia, Prezes UOKiK uznał, że stwierdzone niniejszą decyzją naruszenie ustawy okik oraz Traktatu przemawia za ustaleniem kary pieniężnej dla Karcher w wysokości 26 127 023 PLN (słownie: dwadzieścia sześć milionów sto dwadzieścia siedem tysięcy dwadzieścia trzy złote), płatną do budżetu państwa. Kara ta stanowi [...] % obrotu Spółki osiągniętego w roku 2021.
- (222) W ocenie Prezesa UOKiK wysokość kary odzwierciedla wyżej wskazane przestanki ustalania kar.
- (223) Należy podkreślić, że zdaniem Prezesa UOKiK tylko kara w ustalonej wyżej wysokości pozwoli osiągnąć cele, jakie są związane z tym rodzajem sankcji. Nakładając karę pieniężną Prezes UOKiK kieruje się bowiem założeniem, że powinna ona spełniać funkcję represyjną, jak i prewencyjną (dyscyplinującą). Nałożona kara pieniężna powinna przyczynić się do zapewnienia trwałego zaprzestania w przyszłości naruszania reguł konkurencji przez adresata decyzji. Aby skutecznie zapobiegać próbom pojawienia się w przyszłości takich niekorzystnych zjawisk, musi być ostrzeżeniem odczuwalnym. Kara w ustalonej wysokości będzie miała wobec Karcher taki właśnie wymiar.
- (224) Mając powyższe na uwadze orzeczono, jak w pkt II przedmiotowej decyzji.

#### 5 KOSZTY POSTĘPOWANIA

- (225) Zgodnie z art. 77 ust. 1 ustawy okik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes UOKiK stwierdził naruszenie przepisów tej ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Natomiast w świetle art. 80 ustawy okik, Prezes UOKiK rozstrzyga o kosztach w





drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

- (226) Stosownie do art. 264 § 1 K.p.a. jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustala w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.
- (227) Z przepisów ustawy *okik* nie wynika, co składa się na koszty postępowania, o których mowa w art. 77 tej ustawy. Wobec wyrażonego w art. 83 ustawy *okik* generalnego odesłania w sprawach nieuregulowanych do przepisów K.p.a. należy przyjąć, że zakres tych kosztów wyznacza art. 263 § 1 K.p.a. Tym samym, do kosztów postępowania należy zaliczyć: (i) koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron; (ii) koszty doręczania stronom pism urzędowych; (iii) inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy.
- (228) W punkcie I sentencji niniejszej decyzji stwierdzono stosowanie przez stronę postępowania praktyk ograniczających konkurencję zakazanych na podstawie ustawy *okik* oraz Traktatu.
- (229) Na koszty w niniejszym postępowaniu składają się wydatki związane z prowadzoną w toku postępowania korespondencją. W związku z powyższym postanowiono obciążyć Karcher kosztami postępowania w kwocie 67,20 PLN (słownie: sześćdziesiąt siedem złotych 20/100).
- (230) Biorąc powyższe pod uwagę, orzeka się jak w pkt. III sentencji niniejszej decyzji.

## POUCZENIA

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy *okik* karę pieniężną należy uiszczyć w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na rachunek bankowy UOKiK:

**NBP O/O Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000**

Koszty postępowania należy wpłacić w tym samym terminie na ten sam rachunek.

Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy *okik* w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2021 r. poz.1805) - dalej „K.p.c.”, od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatury UOKiK w Krakowie Plac Szczepański 5, 31-011 Kraków, w terminie miesiąca od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania zawartego w pkt. III sentencji niniejszej decyzji, na podstawie art. 264 § 2 K.p.a., w związku z art. 83 ustawy *okik*, jak również stosownie do art. 81 ust. 5 ww. ustawy, w związku z art. 479<sup>32</sup> § 1 i 2 K.p.c., stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatury UOKiK w Krakowie Plac





Szczepański 5, 31-011 Kraków, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji zawierającej przedmiotowe postanowienie.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2020 r. poz. 755) - dalej „ustawy o kosztach sądowych”, odwołanie od decyzji Prezesa UOKiK podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł, a zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu - w kwocie 500 zł.

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

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

Stosownie do treści art. 117 § 1 K.p.c. strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Zgodnie z art. 117 § 3 K.p.c. osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

Zgodnie z art. 117 § 4 K.p.c. wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

z upoważnienia Prezesa Urzędu Ochrony  
Konkurencji i Konsumentów  
Dyrektor Delegatury UOKiK w Krakowie  
Waldemar Jurasz

#### Otrzymują:

1. Karcher sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie  
reprezentowana przez pełnomocników:

[...]

Sołtysiński Kawecki & Szlęzak  
Kancelaria Radców Prawnych i Adwokatów  
ul. Jasna 26  
00-054 Warszawa

2. RKR a/a

